

### Strehler «Tomo per salvare il Piccolo»

MILANO. Strehler è tornato. Alla presentazione della *Casa Nuova* di Goldoni allestita dal Teatro Kallina di Budapest, ospite per due giorni al Piccolo, il Maestro ha fatto la sua prima apparizione pubblica dopo il volontario esilio seguito alle disavventure giudiziarie per i fondi della Scuola Europea di Teatro da lei diretta. Ed è apparso battagliero ma molto preoccupato.

«I tempi stringono e la legge è legge», ha detto. «Se entro il 30 giugno non si darà applicazione al decreto legge che prevede la presentazione dello statuto di ogni teatro stabile, l'anno prossimo il Piccolo potrebbe non esserci più». Come, come? «Già, perché lo Stato non pagherà più le sovvenzioni».

Facciamo un passo indietro. Il decreto legge Tognoli del '90 prevede, per tutti i teatri stabili, una doppia sovvenzione da parte dello Stato e da parte degli enti locali (Comune, Provincia e Regione) in cui le sovvenzioni locali cumulative devono essere almeno uguali (o superiori) a quelle statali. «Ora - spiega Strehler - il Piccolo è l'unico stabile che riceve molte più sovvenzioni dallo Stato (4 miliardi) che dagli enti locali (2 miliardi), mentre, ad esempio, lo Stabile di Roma ha 13 miliardi dagli enti locali e 2 dallo Stato. Evidentemente gli enti locali hanno difficoltà ad accettare il diktat della legge e dunque a Milano la legge non ha trovato applicazione».

In verità, il decreto non ha trovato applicazione anche per quanto riguarda lo statuto da presentare. Ciò sarebbe possibile solo riunendo in assemblea i soci fondatori (Comune, Regione, Provincia) per nominare un Consiglio d'amministrazione di soli cinque membri, presieduto da un direttore unico. In questo momento (e non solo perché il Comune è commissariato) sembra che i soci fondatori non abbiano intenzione di riunirsi. Anche perché gli stessi lavoratori del Piccolo, il 27 aprile scorso, hanno chiesto con un appello pubblico di modificare il decreto, prevedendo due direttori, di cui uno amministrativo e uno artistico.

«Di uno sdoppiamento della direzione - dice Strehler - non c'è assolutamente bisogno. Alla Scala la sua sopravvivenza risale all'epoca fascista. E in tutta Europa i Teatri nazionali hanno un solo direttore». Ma lei ha già in mente il nome della persona a cui delegare l'amministrazione, se resterà direttore unico? «Ho tutto in mente, ma non posso dire nulla. E come fare un cartellone senza sapere su che fondi si può contare. Non posso fare una conferenza stampa per raccontare ballate».

Una cosa è certa: non ci saranno proroghe ulteriori per la presentazione dello statuto. «Ho offerte di lavoro da mezzo mondo», dice Strehler. «Però sto lottando per far sopravvivere il Piccolo e voglio assicurare i miei nemici che di me non si libereranno ancora per un po'. Possono però distruggere una delle più belle realtà culturali del nostro Paese».

### Eccellente prova di Orsini protagonista allo Stabile di Torino di «Affabulazione» con la regia di Ronconi

### Il conflitto tra generazioni secondo Pier Paolo Pasolini: una tragedia di parola con spunti mitici e mistici

Paola Quattrini e Umberto Orsini  
in una scena di «Affabulazione»  
in scena al Carignano di Torino  
per la regia di Luca Ronconi



# E in principio era il Padre

Lieta sorpresa per gli spettatori, già avvezzi, o rassegnati, alle ampie misure, o dismisure, delle realizzazioni teatrali di Luca Ronconi. Il suo allestimento, al Carignano di Torino, del dramma di Pasolini *Affabulazione* si tiene al di sotto delle due ore di durata, senza intervallo. Nemmeno stavolta, tuttavia, il regista rinuncia alle predilette macchinerie, e parecchi minuti sono occupati dai cambi di scena.

#### AGGEO SAVIOLI

TORINO. Bella, generosa prova di Umberto Orsini, protagonista di questo spettacolo, in gara ideale col suo predecessore nella parte, Vittorio Gassman. Ma, nel nutrito programma di sala della presente messinscena di *Affabulazione*, il nome di Gassman viene citato appena, nella cronologia pasoliniana, quale committente della traduzione dell'*Orestide* di Eschilo, che lo scrittore approntò per una memorabile proposta della tragedia, a Siracusa, l'anno 1960. Eppure,

quel lavoro costato (se si prescinde da qualche acerbo tentativo giovanile) un punto di partenza della vocazione teatrale di Pasolini, polemicamente orientata al recupero di un linguaggio «alto», e, in più d'un caso, al ripensamento di archetipi mitici, messi a confronto con i problemi e le angosce dell'uomo moderno. Giova ricordare che, nello stesso periodo all'inizio del quale (seconda metà degli Anni Sessanta) Pasolini buttò giù le prime stesure dei suoi sei testi per

il teatro, andranno a collocarsi film, *Edipo re* e *Medea*, direttamente ispirati a Sofocle e a Euripide; situandosi poi, tra di essi, un altro titolo cinematografico, *Teorema*, d'ambiente contemporaneo, questo, che per vari aspetti si apparenta ad *Affabulazione*, ed è innervato d'una forte carica mitica e mistica.

In entrambe le vicende, campeggia la figura di un industriale lombardo: quello di *Affabulazione*, senza bisogno di interventi esterni, e in età nemmeno grave, lo vediamo piombato, sin dall'apertura del sipario, in una cupa crisi, scosso da sogni allarmosi e inafferrabili. Arduo si è fatto, in particolare, il suo rapporto di Padre col Figlio, un ragazzo per niente difficile, anzi fin troppo normale; ma nel quale egli sente, con morbosa invidia, trasfusa e perduta la propria virilità, con quanto di potenza e di potere essa comporta. Si sottrae peraltro, il Figlio, alle ossessive indagini del Padre sulla sua vi-

ta intima (c'è di mezzo una Ragazza, ma anche lei reticente e sfuggente). E sordo sembra rimanere Dio alle confuse preghiere del Padre, quando il suo erotismo maniacale si sarà convertito in rovello religioso. L'Ombra di Sofocle, che visita il Padre, gli dà, a sua volta, spiegazioni oscure, giocando sui termini di «enigma» e di «mistero». Ma offre anche classici quadri di riferimento in opere, appunto, sofoclee, nei destini di eroi come Edipo, e, forse più, come l'Eracle delle *Trachinie*. Un coltello (simbolo fallico e arma letale) suggerirà l'esito cruento del dramma.

Tragedia tutta «di parola», *Affabulazione*, composta in versi liberi, ma spesso, certo, sobbalzante fra toni elevati, accensioni liriche (dove si avverte un'eco non fievole del Pasolini poeta) e un'andatura colloquiale, didascalico-saggiata, talora pedestre. Il tutto effuso, in sostanza, nel monologo d'un personaggio che concentra in sé ogni possibile dialettica, mentre gli altri finiscono per configurarsi quali immagini del suo delirio. Onde è più enunciato che rappresentato il «conflitto» (quello specifico tra Padre e Figlio, quello, più generale, che oppone ogni generazione alle successive). Come già era accaduto nelle due edizioni di Gassman (1977 e 1986), l'interprete principale, dunque, tende ad assumere un rilievo assoluto. Guidato con evidente cura dalla regia, e corroborato da un'ammirevole pienezza di mezzi personali, Umberto Orsini tocca qui una delle tappe importanti di un'ormai lunga carriera. Ronconi ha avuto la buona idea di affidare a un solo e solido attore, Carlo Montagna, diversi piccoli ruoli, assommati tutti, diciamo così, nell'Ombra di Sofocle. Per contro, Alberto Mussap e Martina Guideri rendono ancor più evanescenti di quanto non siano sulla pagina le sembianze

del Figlio e della Ragazza, mentre Paola Quattrini accentua la svagatezza mondana della Moglie-Madre. Marisa Fabbri incarna la Negromante, con tanto più spirito in quanto costretta a recitare su una specie di giorra in movimento. Già, perché anche stavolta abbiamo a che fare con un impianto scenografico (di Carluccio Giannello, i costumi sono di Ambra Danon) in continua mutazione, tutto incastri e disincastri, ma monocorde, a conti fatti, nella sua gelida geometria, e rumorosetto, quando si azionano certi meccanismi (molti «cambi» sono fatti però a mano). Tra gli elementi «realistici» messi in campo, c'è pure il pianale d'un carro ferroviario. L'insieme ha l'aria di costare non poco (per la produzione si sono associati lo Stabile di Torino e il Teatro di Roma). Ma l'amichevole pubblico dell'antepriina, spensierato come sempre, non si stancava di applaudire.

Adesso, il nuovo ministero. L'altra sera ne ha illustrato le idee guida, insieme con gli stessi Nocchi e Nicolini, Vincenzo Vita e Walter Veltroni. «Unificare le competenze in materia di spettacolo finora disperse nei vari ministeri è il primo obiettivo da perseguire secondo Borgna. Quel che serve è dunque un ministero che si occupi di cinema e di teatro, di danza e di musica, ma anche del diritto d'autore, delle attività di formazione finalizzate allo spettacolo, degli istituti di cultura italiani all'estero, della proprietà artistica e letteraria». Quanto alla televisione, «se è certo che va sottratta al ministero delle Poste, è anche vero - ha detto Vincenzo Vita - che la concessione delle frequenze, la gestione degli impianti, le norme antitrust e di «governo» delle risorse pubblicitarie, devono essere affidate ad un'autorità svincolata dal potere esecutivo, che risponda direttamente al Parlamento». Le altre competenze, in materia di produzione audiovisiva e di rapporti tra cinema e televisione, dovrebbero invece confluire nel futuro ministero.

Tutti d'accordo naturalmente sul fatto che quest'ultimo debba essere agile e poco burocratico. E che molti degli attuali compiti vadano trasferiti alle Regioni: non certamente le decisioni sulla produzione

cinematografica ma, ad esempio, il finanziamento dei circuiti di distribuzione o dei centri di rilevanza locale. «Con trasferimenti finanziari però - ha precisato Vincenzo Nocchi - che non corrano il rischio di essere «tagliati» a vantaggio di altre voci del bilancio dell'ente». Attenzione però, ha avvertito Renato Nicolini, a non puntare soltanto sulla creazione di un «ministero di spesa» alla nuda e cruda norganizzazione di poteri e competenze. Che la battaglia per il nuovo ministero sia insomma anche il pretesto per rilanciare la difesa del lavoro intellettuale, favore l'educazione permanente del pubblico, ribadire che la cultura è ricchezza e risorsa. L'ex assessore alla cultura di Roma è anche il più convinto sostenitore del progetto di «fusione» tra beni culturali e spettacolo, avversata invece dagli autori cinematografici dell'Anas, e sulla quale anche Walter Veltroni ha espresso riserve. «Quel che si teme è che l'«abbigliamento» possa finire col concentrare tutto all'interno di un ministero già esistente e fortemente burocratizzato come quello attuale dei Beni culturali, compromettendo la «verginità» del nuovo progetto. Così la pensa ad esempio Francesco Maselli che ha prefigurato, un ministero «delle Arti, dello Spettacolo e della Comunicazione».



Renato Nicolini

### In 14mila al Forum di Milano per l'affascinante concerto di Gabriel Nel mondo incantato di Peter dove la musica parla di speranza

#### ROBERTO GIALLO

MILANO. Succede così con questo splendido *Secret World Tour* di Peter Gabriel: che uno crede di andare a un concerto ed entra invece in un mondo parallelo. Un mondo meraviglioso, forse il mondo che vorremmo, dove i suoni fluiscono puliti, le parole parlano di speranza e di un'umanità consapevole. Un mondo di scherezze, anche, dove i musicisti emergono dal nulla e se ne vanno con un incantesimo entrando in una valigia e parlando nel sottofondo del palcoscenico: un mondo dove spuntano alberi (mentre Peter canta *Shaking the tree*), scorrono immagini, fluisce un tapis roulant che è ora un fiume da guardare, ora pretesto per una simbologia totale. Al posto dell'aria, tutto intorno, i suoni perfetti di una band che Gabriel conosce bene: la batteria morbida di Manu Katche, il basso frenetico di Tony Levin; e poi David Rhodes alla chitarra, Joy Askew alle tastiere, brava, bella e con funzioni di corista aggiunta, Shankar con il suo violino indiano. E lui, Peter: vestito di

bianco all'inizio, poi composto in giacca e gilet, con il compito evidente dell'io narrante che quel mondo deve cantare.

Come *talk to me* apre il concerto, dopo che i kenioti Ayub Ogada hanno scaldato l'ambiente. Ecco *Steam*, ecco la vecchia *Games without frontiers* che comincia ad agitare le danze. E, così ormai di esse, su un pianeta quasi perfetto, i quattordicimila del Forum si sgolano: «Giochi senza frontiere - mondo senza lacrime». Già: quello che Gabriel presenta è soprattutto un inno totale a un mondo senza barriere. Lo si capisce con *Across the river*, *Shaking the tree*, dove l'uso di elementi musicali mediati da patrimoniali lontani non sono semplici aggiunte ma pilastri della struttura musicale, elementi portanti del ragionamento stilistico di Gabriel che combatte la difesa strenua delle tradizioni (anche con la sua *Real World*) e spinge invece sulla contaminazione generale: che tutti suonino con tutti la musica di tutti. E come sembra

povera e senza senso, qui, la frasetta solita che rimanda alle «sonorità etniche», trucchietto dialettico per dire come siamo ignoranti, e come ignoriamo la musica del mondo e le storie che la producono.

È un affresco potente che forse, in qualche occasione, impedisce l'ingresso totale ed emotivo nel tessuto narrativo del concerto. Ma dura poco: *Shock the monkey*, e ancor più *Solsbury Hill* vibrano in un coro unanime: segno che la musica prende, ma anche che il messaggio è arrivato, che ora tutti i presenti sono immersi in quel mondo di oggetti e immagini. E *San Jacinto*, supremo momento di intimità, diventa un inno a questo mondo nuovo, con la voce di Gabriel che sembra cristallina, calda, come non mai. E poi giù: la martellata vibrante di *Sledgehammer* riporta in prima fila il rock, con i suoi scossoni emotivi e fisici. Si scopre che c'è spazio per timbri forti, per urlare e gridare, prima di arrivare a *In your eyes* che rimane una delle più belle canzoni d'amore mai scritte. D'amore e di crisi, d'amore e paura, e soffre-



Peter Gabriel

# Barzanti: «Le telepromozioni? In Europa non esistono»

Il Garante per l'editoria, Santaniello, nei giorni scorsi ha accennato a una possibile slittamento della normativa sulla pubblicità, per permettere alle aziende di ridefinire le strategie. Ma il dibattito sulle «telepromozioni» è sempre acceso. Mentre a Milano la Fininvest presentava ieri un sondaggio, abbiamo chiesto a Roberto Barzanti, vicepresidente del Parlamento europeo, come la Cee segue il caso italiano.

#### SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Il nome sembrava augurale: «Televisione senza frontiere». Direttiva Cee 89/552. Invece, ha dato fuoco alle micce delle polemiche sulla pubblicità in televisione. L'Italia con la legge Mammì aveva infatti disatteso la direttiva in molte parti, e da Bruxelles è arrivata alla fine dello scorso anno una solenne «boccatura». Tutto da rifare. Il Garante per l'editoria ha ora formulato una proposta di regolamento che è in discussione nelle commissioni parlamentari: un regolamento che secondo il vicepresidente del

denza della pubblicità che per i tetti pubblicitari ammessi. Il problema della pubblicità è molto rilevante in quel documento, perché noi abbiamo esaminato la questione televisiva soprattutto da un punto di vista economico: la televisione era uno dei servizi da normare per il mercato comune.

Non ci sono altri Paesi in condizione simili alle nostre?

C'è una anomalia italiana nella strutturazione del sistema: in nessuna parte d'Europa c'è un privato con tre reti, e un pubblico con tre reti. Se ci fossero state anche tre pay tv in mano a un privato, con una curiosa «regola del 3», si sarebbero bloccate le potenzialità di una linea di sviluppo futuro. La Cee è in ritardo, sta battendo il passo, sui temi del pluralismo: è necessario che nei prossimi appuntamenti vengano adottati dal Parlamento europeo dei provvedimenti per favorire il pluralismo, la pluralità delle imprese

e per favorire la concorrenza. È necessario arrivare a un regolamento anti-trust su questa materia.

In questo su cui si discute in queste ore è però quello delle «telepromozioni»...

La normativa sulle «telepromozioni» è abbastanza rigorosa: è infatti regolata dall'articolo 17 della direttiva europea, che è una sorta di codice deontologico della pubblicità, e che prevede tre sole possibilità: gli spot, le sponsorizzazioni e il teleshoppping (o teleshopping). Ora è stato inventato il termine di «telepromozioni»: che sia tratto o no da una normativa francese, è vera pubblicità. È un *escamotage* per inserire nuovi spazi pubblicitari in un programma già sponsorizzato (cioè un programma che gode di facilitazioni, perché è esente dal calcolo dell'affollamento di pubblicità): in questo modo si avrebbe l'assurdo che un programma più «protetto», viene infarcito di pubblicità con un affollamento orario superiore

a quello di un programma normale. Con le «telepromozioni» si vorrebbe sfuggire infatti ai rigori della normativa sulle sponsorizzazioni, e godere dei vantaggi concessi al «teleshopping» che, per la sua caratteristica di mercato televisivo, può avere un affollamento pubblicitario molto maggiore, fino al 35% ogni ora.

E come viene considerata la «telepromozione» alla Cee? È un fenomeno che può estendersi a macchia d'olio?

### La Fininvest non ci sta «La gente è con noi»

#### MARIA NOVELLA OPPO

MILANO. Povera Fininvest perseguitata dalla lobby editoriale! Meno male che ha il pubblico dalla sua. Come vorrebbe dimostrare la ricerca che l'azienda televisiva ha affidato a due società (Abacus e Amer) per conoscere il parere degli italiani sulle telepromozioni.

I risultati sono stati resi noti ieri (e spiegati benissimo, con sadica dovizia di particolari) da Carlo Morigliano di Publitalia e Gianni Pilo (responsabile marketing Fininvest). Addirittura è stato mostrato, e distribuito in cassetta ai poveri giornalisti presenti, un filmato contenente «telepromozioni» (che poi sarebbero le vecchie sponsorizzazioni) degli altri paesi europei. Tanto per farvi un'idea: quella tedesca, nel suo trionfo di prosciutti, era lieve come una puntata di *Saluti e baci*.

Ma siamo sopravvissuti anche a questo, per farvi sapere che, secondo le due ricerche in questione (e una terza autonoma, Infomark, sostanzialmente analoga) il 77-78% degli italiani che sono a conoscenza del problema (i fortunati ignari sono il 22-26%) sarebbero contrari al divieto o alla drastica riduzione delle telepromozioni. E questo perché? Perché ritengono in maggioranza (52-53%) che le telepromozioni siano più divertenti della pubblicità vera e propria (cioè degli spot). E, ancora, credono che senza le telepromozioni l'offerta televisiva peggiore-

rebbe e le televisioni commerciali subirebbero gravi perdite, con temibili riflessi sull'occupazione.

Insomma le due ricerche in realtà dimostrano che gli italiani hanno creduto a Mike Bongiorno, e a tutti gli altri divi direttamente mobilitati per difendere gli interessi aziendali (e i propri di poveri giornalisti). Quindi si potrebbe dire che Abacus e Amer hanno piuttosto misurato gli effetti della potente campagna Fininvest che non le convinzioni in materia degli italiani. Una campagna esagerata e sconvibrata nei suoi termini («Vietato vietare»), alla quale non ha risposto una altrettanto potente mobilitazione promozionale e che ha certamente lasciato una forte traccia nella memoria dei telespettatori.

Ora la Fininvest sostiene che, in merito alle telepromozioni, è disposta (bontà sua) ad accogliere la normativa europea. Il che comporterebbe la diminuzione di un 8% degli attuali introiti (diciamo 75 miliardi su 430), mentre la posizione sostenuta personalmente dal garante Santaniello, sarebbe così lesiva degli incassi berlusconiani, da rendere del tutto impraticabile la via delle ex sponsorizzazioni. La differenza non sta nel «vietare» (cosa che non è mai stata proposta da nessuno), ma nel modo di calcolare le telepromozioni agli effetti dei limiti di affollamento imposti per legge alla pubblicità. Mentre la normativa Cee prevede infatti per la pubblicità diversa dagli spot il calcolo dentro il limite giornaliero, il garante vorrebbe imporre quello orario, allo scopo da lui caldeggiato, di non appesantire ulteriormente le ore di massimo ascolto e massimo tartassamento promozionale.

Perché ai 513 italiani intervistati da Abacus e ai 422 intervistati da Amer andava chiesto, semmai, se vorrebbero allargare l'affollamento pubblicitario del prime time. Questo che, pensiamo, avrebbe dato risposte diverse.