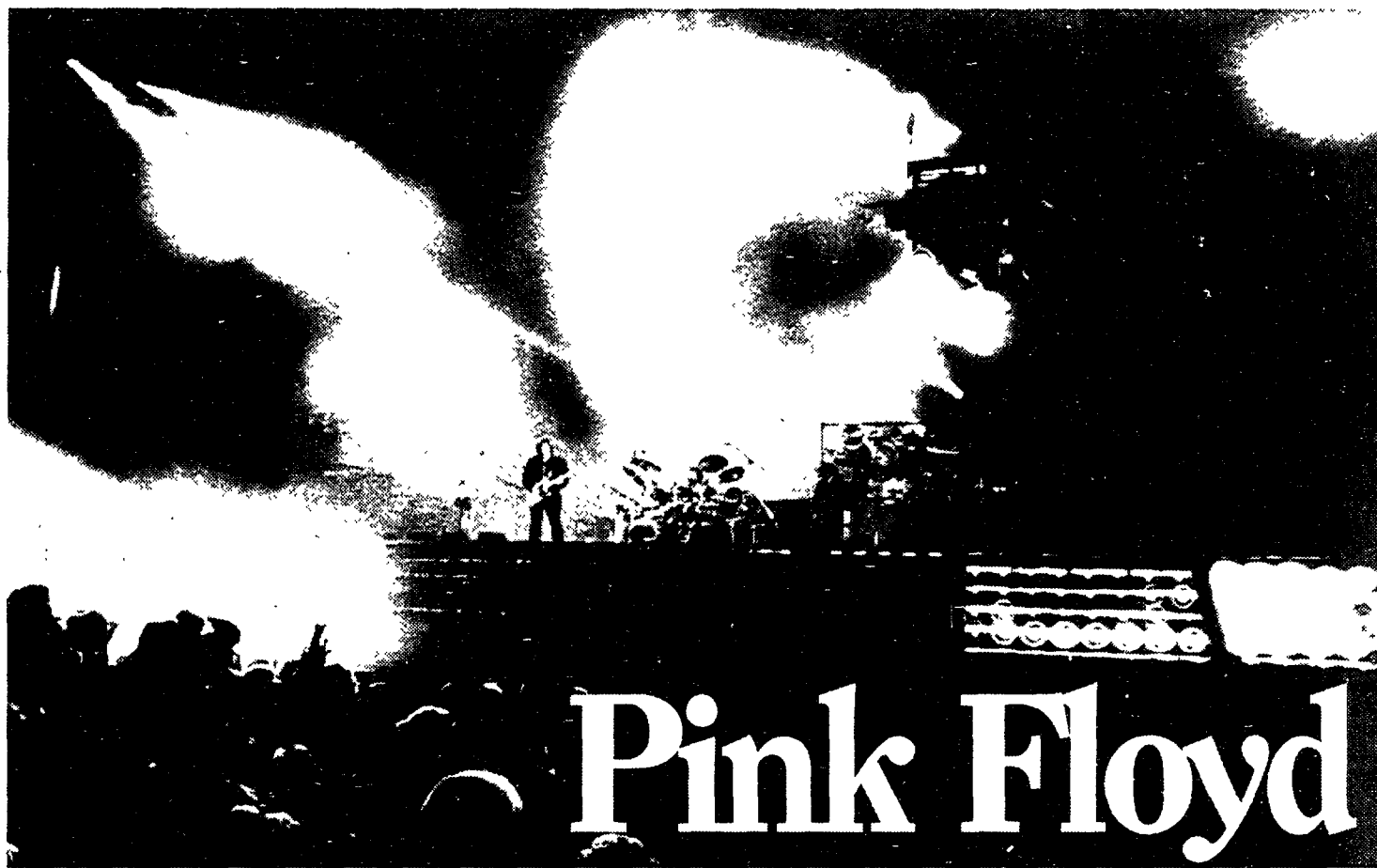


Il tour mondiale In Italia a settembre

«Vi stupiremo con effetti speciali...» sembra una frase coniata apposta per loro, per il gigantismo ipertrofico e ipertecnologico dei loro ultimi spettacoli, la voglia di stupire a tutti i costi, di costruire visioni a metà strada fra l'incubo e il luna park. E anche stavolta Dave Gilmour e soci promettono di tornare sulle scene con effetti e stupore a profusione. Il nuovo tour mondiale è pronto al debutto: parte tra pochi giorni, il 30 marzo (in coincidenza con l'uscita del nuovo disco), da Miami, in Florida, per poi passare dallo Yankee Stadium di New York, dove il loro show ha segnato il tutto esaurito in poco più di mezz'ora dalla messa in vendita dei biglietti, agli stadi di mezzo pianeta. In Italia, i Pink Floyd arriveranno solamente a settembre, ma i biglietti sono già in vendita: il debutto è previsto per il 13 settembre, nello stadio delle Alpi di Torino, il 15 saranno allo stadio Friuli di Udine, poi a Modena il 17, ospiti della Festa Nazionale dell'Unità, e il 19 e 20 a Roma, in un luogo ancora da stabilire, che potrebbe essere lo stadio Flaminio, se verranno superati i molti problemi burocratici. La prevendita sta marciando piuttosto bene, considerato che nel nostro paese non c'è l'abitudine di comprare i biglietti per un evento con così largo anticipo. Sono già stati venduti 50 mila biglietti, che costano fra l'altro non poco: 50 mila lire, più i «diritti di prevendita» (ma per la data di Udine sono disponibili anche i biglietti per la tribuna coperta a 55 mila lire). Se ne volete sapere di più, è stata attivata una linea telefonica, 144-660.970, per informazioni e prenotazioni.



Nuove canzoni per vecchi visionari del rock

ALBA SOLARO
 ■ A volte tomano. Anche se, come lo stesso Dave Gilmour ammette laconicamente, forse «non abbiamo più un granché da dire». Ma lui, chitarrista e leader dei Pink Floyd, è sempre stato così, piuttosto disincantato, uomo di poche pubbliche emozioni, convinto che l'importante sia fare un buon lavoro: «sono solo canzoni, il solito genere di dischi, con chitarre e voci ad alto volume e tutte le solite cose», recitava una sua significativa affermazione. Quindi è meglio non prenderlo troppo alla lettera, Gilmour, altrimenti non ci ritroveremo oggi alle prese con un disco dei Pink Floyd nuovo di zecca: *The Division Bell*, copertina inquietante e molte immagini simboliche, come da tradizione, addirittura la scrittura braille sul retro del cd e dodici nuove canzoni pronte a pianare nei negozi di dischi fra una settimana circa, il 30 marzo.

«Lo preferisco a qualsiasi cosa abbiamo fatto dopo *Wish You Were Here*», dice ancora Gilmour. È più riflessivo, al confronto *A Momentary Lapse of Reason* era troppo chiassoso. *The Division Bell* è in effetti un lavoro pacificato, grande tappeto sonoro disteso, atmosfere fluide, che ogni tanto si rifanno alle trame tradizionali della canzone rock, qualche sprazzo di r'n'b. Un mondo che conosciamo già, ma del resto abbiamo smesso da lungo tempo di chiedere ai Pink Floyd cambiamenti radicali e novità. Soprattutto, spiega Gilmour, questo è il frutto di un lavoro di gruppo, cosa che dalle parti dei Pink Floyd non accadeva da un po', per la precisione da quando tutto è precipitato nella band, da quando Roger Waters ha deciso di andarsene per la sua strada, il tastierista Richard Wright si è sempre più defi-

lato, e Nick Mason, il batterista, ha cercato sfogo nelle sperimentazioni avanguardistiche flirtando con Carla Bley. Ognuno per sé, e Gilmour per tutti, a tenere insieme una stona leggendaria che richiedeva di essere chiusa. Ma che certo, come ogni storia di successo (commerciale), poteva essere arricchita all'infinito di altri, riuscitissimi capitoli per la gioia dei moltissimi fans sparsi sul pianeta, e poteva continuare ad amplificare con l'ausilio della tecnologia le voci, i suoni, le visioni dettate in passato, cercare di ricomporre ogni volta il cerchio magico di *Atom Heart Mother*, di *Ummagumma* o di *Dark Side of the Moon*. *The Division Bell* in parte ci prova. È nato da due settimane di improvvisazione pura, che hanno visto Gilmour, Mason e Wright all'opera verso l'inizio dell'89. Da quelle sessioni sono scaturiti circa 50 abbozzi di nuove canzoni, rifinite e registrate nella grande casa-studio di registrazione, galleggiante sul Tamigi, dove vive Gilmour. Il risultato è un disco che si snoda tra sonorità in espansione, spunti orchestrali, il riverbero delle chitarre, l'ampio uso di rumori registrati (porte che sbattono, passi, suoni di campana a festa, neonati che piangono...) come da tradizione, mentre i testi vanno dalle filosofie evoluzioniste - *Keep Talking*, il primo singolo tratto dall'album, prende spunto dall'idea che l'uomo ha smesso di vivere come un animale nel momento in cui ha imparato a parlare, cioè a comunicare - alle amare considerazioni sull'Europa dopo la caduta del Muro (*A Great Day for Freedom*), fino agli usuali squarci di incubo, di «quieta disperazione quotidiana» che fanno da sempre parte del loro immaginario. Un grande affresco pieno di auto-citazioni, insomma, che si sforza di stare il più possibile alla larga dai barocchismi che avevano segnato le ultime avventure dei Pink Floyd.

LA TV DI ENRICO VAIME

Esternatori del Berlusca? Casi umani

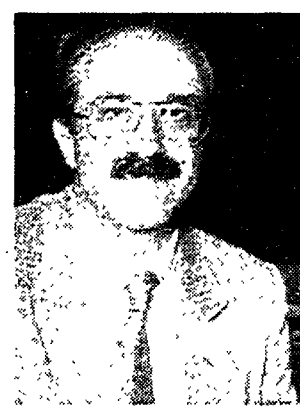
C' È QUALCUNO che sostiene che la tv è bella perché l'aiuta a scoprire la verità, può smascherare i bugiardi, che in televisione è assai difficile mentire perché gli obiettivi sridano la menzogna, il primo piano è fatale per i mentitori e balle varie. Non mi risulta che quest'operazione di ricerca del vero attraverso il video avvenga ancora di frequente (ammesso che sia mai avvenuta) ed abbia tanti frequentatori: mi sembra che la maggioranza opti per la fiction e l'evasione piuttosto che per la chiarezza o la verifica dell'autenticità. Se c'è stata modificazione nell'uso del mezzo, questa s'è riscontrata nel linguaggio e nel tono: qualche salamelecce verbale in meno, qualche parolaccia in più. Si ostenta, quando conviene, una malintesa libertà d'espressione: certi scrittori Fininvest, per esempio, hanno dichiarato in onda le loro preferenze politiche. Non hanno però detto per chi avrebbero votato col coraggio e l'originalità che uno può aspettarsi da un'iniziativa che rompe le regole: al contrario hanno affermato propagandisticamente che loro preferivano il padrone. Dichiarazione che, pur offendendo il rispetto dell'obiettività e prevenendo la sensibilità degli utenti, non risultava rischiosa: il padrone si ricorderà di loro con riconoscenza. Ci sono poi altre componenti psicologiche che possono aver spinto quel gruppetto di «artisti fra virgolette» a scendere in campo: l'esibizionismo per esempio, la paura di non essere protagonisti in un momento in cui l'attenzione va alla politica, il delirio di onnipotenza che convince alcuni a schierarsi decisamente da una parte credendo di determinare con la propria dichiarazione la sicura vittoria della parte gratificata. Patrizia Rossetti, per esempio, può aver pensato questo? E magari anche Antonella Elia e perfino Marco Balestri, personaggi che però hanno da troppo poco tempo abbandonato il ruolo di «passanti» per assumere quello di «ma questo già l'ho visto, chi è?» per poter pensare d'incidere sulle opinioni altrui.

CERTO CHE così non si diventa simboli, bandiere d'una battaglia, ma piuttosto casi umani. Cosa non si fa per farsi notare? Questi esempi vanno a confermare l'idea che del mezzo hanno certe persone: la tv assicura sempre una veridicità alle affermazioni. La tv è la verità perché è una macchina ammazzabugiarda. Certo in qualcuno si insinua il dubbio che non sia proprio sempre così. Per esempio quando Fininvest si sdilinquisce per un prodotto (un bucatino, un biscotto secco, un passato di pomodoro e oggi una mortadella o *Panorama*) sorge il dubbio che un po' esageri. Che riserbi certi languori anche per altre manifestazioni della vita: la scoperta d'un capolavoro, la visione d'un tramonto sul mare o il ragguariggiamento d'un top erotico-sensuale magari corroborato da uno stracotto d'insaccato suino o da una stuzzicante copertina. Sospetti di forzature non di menzogne. Mercoledì per esempio, nel suo programma abbiamo seguito i discorsi di Bossi: ecco un comunicatore che sembra impossibile riesca a fingere. Sbaglia, smarrona a volte: ma dice quel che pensa in quel momento. E non perché è in tv. Ha detto: «Quando alla Camera abbiamo votato per il maggioritario che avrebbe cancellato la Dc e ci siamo accorti che anche i democristiani votavano così, ci siamo chiesti: dov'è la trappola? La trappola era cioè quelli già sapevano che stava per scendere in campo Berlusconi e ci si poteva riciclare con lui». Un'osservazione delicata come un tram che ti passa sui piedi. E ancora, grosso modo: «Ci siamo alleati con Berlusconi perché ha i soldi, perché riesce a convincere con le televisioni che c'ha. Per impedirci di fregarci i voti del nord». E ha chiuso spiegando la sua antipatia per la destra fascista con la quale non intenderebbe andare al governo per ragioni stonche e ideologiche, ma alla quale al momento è appartenuto. Ha detto la verità come sembrava sul teleschermo? E cosa fa più paura, la chiarezza del emisso tattico così rozzo o la possibilità che tutto quanto ha detto Bossi sia il contrario di ciò che pensa? Ha detto a Fininvest: «Hanno paura che se dico la verità, il Polo della libertà perde voti». Ma a che gioco stanno giocando?

SPETTACOLO ANNO ZERO. L'audiovisivo è solo Usa? Parla Roberto Barzanti
Nel paese dei Gatt. Ovvero, l'Europa vista dal pianeta America

FILIPPO BIANCHI
 ■ SIENA. Il Centro Beaubourg parigino ha inaugurato di recente un nuovo dipartimento, denominato «Ricerca e sviluppo». Il problema che si intende affrontare dietro questa generica sigla è, in realtà, quello dell'accesso alle opere d'arte. Con una frase andata fin troppo di moda per molti anni, e altrettanto repentinamente decaduta, l'illustre T.W. Adorno sosteneva che occorre avvicinare il pubblico al prodotto culturale, non viceversa. Nell'ultimo quindicennio, in questo paese, è avvenuto esattamente l'opposto. Il «Berlusconi-pensiero» ha abbassato per quanto era possibile la soglia della curiosità, quella sottile e vitale violenza che ognuno di noi fa a se stesso quando si avventura in territori intellettuali sconosciuti, per ciò stesse considerati ostici, insidiosi, destabilizzanti per le nostre sicurezze. L'abbassamento della «guardia critica», per tutto il decennio trascorso, ha trascinando dal video ben dentro le coscienze di conservatori e progressisti, indifferentemente. È la solita «anomalia italiana», o una tendenza continentale? L'Unione Europea ha cessato già da parecchio di occuparsi solo di carbone e acciaio, e con la trattativa dei Gatt la cultura sembra diventata un campo d'azione privilegiato. Roberto Barzanti, attuale vice presidente del Parlamento, si è molto adoperato sulle questioni politico-culturali. Con lui parliamo della cosiddetta «eccezione culturale» (una norma per cui i prodotti audiovisivi sono esclusi dal trattato sul libero scambio), e dei canali di

distribuzione, che molti artisti europei faticano a trovare per far arrivare al pubblico le loro opere. Non sarà, questa dei Gatt, una forma di protezionismo mascherato, sia pure in risposta al protezionismo subdolo del mercato americano? E non ti pare che considerare gli autori europei una «specie protetta» sia mortificante rispetto alle qualità artistiche-professionali che esprimono? Non scomoderai la categoria del protezionismo. L'audiovisivo è il campo in cui il problema si pone in maniera patologica e globale, perché tale è quel mercato. Quanto al Gatt, è improprio parlare di esclusione. Semplicemente non si parla dell'audiovisivo, c'è un'esclusione di fatto, derivata dal disaccordo. Resta un contenzioso aperto con gli Stati Uniti, anche perché l'audiovisivo è la seconda voce delle loro esportazioni. È chiaro che un riequilibrio è necessario, visto che a fronte di un'esportazione europea in America del 3 per cento gli americani hanno il 70-80 per cento del nostro mercato. Non bisogna illudersi che con quote cifrate o norme amministrative si risolve il problema. Se poi si accompagnano queste norme con strategie di produzione comuni, accordi di distribuzione, politiche attive serie, allora si può fare qualcosa. Anche perché gli esercenti che privilegiano il cinema americano sono europei, così come i proprietari di catene televisive... Esatto. Allora, la battaglia per la cosiddetta «eccezione culturale,



Angelo Palma

per la quota di trasmissione delle emittenti - la vecchia direttiva *Tv senza frontiere*, ora sottoposta a verifica - non è un atto protezionistico, come si intende nella dottrina economica. È un'azione per correggere squilibri talmente endemici che la dinamica del mercato non riuscirà mai a correggerli. I francesi, semmai, hanno inserito un elemento di enfasi retorica fuorviante, che alimenta un protezionismo illusorio, come se il problema si risolvesse così. D'altra parte l'audiovisivo è un campo strategico, sia per la varietà dei segmenti - cassette, cinema, tv - sia dei contenuti, che oltre alla *fiction* comprendono l'informazione, per tacere delle nuove tecnologie. Se pensiamo a tutto ciò, quelle norme sono utili, ancorché non determinanti. La libertà è questa: la regolazione degli scambi e dei flussi, che è cosa ben diversa da una costrizione del mercato. Mi domando se - al di là dell'handicap multilinguistico, indubbiamente pesante - si stiano traendo le conseguenze della potenzialità di un mercato culturale europeo. La cinematografia americana è storicamente più forte anche perché ha in casa il più vasto mercato del mondo... Questo è il punto decisivo. Vorrei fare qualche riflessione su alcune esperienze, ad esempio il programma Media, che funziona già da due anni, e ora è in via di rifinanziamento, perché era - fatalità dell'aggettivo - quinquennale. È avvenuto ciò che era inevitabile quando l'Europa mette in moto certi meccanismi e forze culturali,

lo fa equilibrando le azioni anche geograficamente. Il programma si articola in una ventina di associazioni pubbliche e private: «Eldo», che pensa essenzialmente alla distribuzione, «Babel» che pensa al multilinguismo, «Lumière» a Lisbona, lo «European Script Fund» a Londra. Il meccanismo funziona. Certo, ci sono pochi fondi, ma c'è una buona moltiplicazione dell'investimento: ogni ecu è moltiplicato anche per dieci, nel senso che attiva una serie di altri investimenti. Che poi è la funzione dei programmi dell'Unione Europea: noi dobbiamo mettere quel tanto di mezzi in più che serve ad un prodotto per acquisire dimensione europea nella distribuzione. Ingentire sulla produzione è ovviamente più difficile, ma la distribuzione e il multilinguismo sono due chiavi di volta importanti per spingere il prodotto europeo. Il problema vero, poi, è quello di differenziare molto sia le modalità di produzione che di distribuzione, perché per sostenere la domanda di televisione che crescerà sempre di più, o facciamo anche una buona produzione media, o sarà fatale lasciare tutto lo spazio al prodotto americano o giapponese, che non costa nulla, perché quando arriva qui è già stato ammortizzato nel mercato di partenza, e si rimane in una posizione semicollata di ricezione distratta o infunata della produzione altrui. Indubbiamente si sono fatti molti passi avanti da quando la Comunità nazionale di molto insoddisfaccenti. Dobbiamo dire che la Comunità sostiene una rete in quanto ha certi caratteri, ad esempio il coinvolgimento di almeno tre realtà