

SECONDO IL TG3

Lucio Battisti ospite alla Biennale?

ROMA. Lucio Battisti alla Biennale di Venezia? Il Tg3 lancia una notizia che, se fosse vera, segnerebbe l'evento spettacolare dell'anno. Il ritorno di un big della canzone italiana - il Big della canzone italiana - che da decenni ha deciso di non concedersi più alla vita pubblica. Ma negli ambienti della Biennale Cinema nessuno ne sa niente. Tra l'altro, suona strano che un cantante partecipi a un festival di cinema. In che veste? Attore? Testimonial? Ospite di lusso? In questi giorni, invece, si è parlato della presenza di un grande musicista nostrano a proposito di un concerto che il gruppo Prospettive dovrebbe organizzare per il Centenario, nell'ambito della Biennale Cinema. Finora erano «girati» nomi «normali» come Luciano Pavarotti, Zucchero o De André. Di Lucio Battisti nessuno ha fatto il nome. Ma se Gillo Pontecorvo riuscisse a far cambiare idea a un misantropo come Battisti, avrebbe compiuto il miracolo.

PUNK

È morto il leader dei Sublime

ROMA. Bradley Nowell, cantante, chitarrista e fondatore del gruppo punk-reggae Sublime, è morto sabato scorso a San Francisco, probabilmente per un'overdose. Aveva 28 anni. La notizia è stata resa nota soltanto oggi, alla vigilia della tournée italiana del gruppo che prevedeva una tappa il 5 giugno al festival T.V.O.R. di Milano ed una il 6 giugno al Made in Be di Bologna. Conosciuto per la sua voce soul-melodica e per la miscela di reggae, ska, hip-hop e punk con cui aveva caratterizzato il suo gruppo, Nowell era cresciuto a Long Beach, dove risiedeva tuttora. Fondatore della Skunk Records aveva inciso con i Sublime, nati nel '92, 40 o 20 Freedom e Robbin the Hood. Nowell, che per cinque anni ha lottato con la droga, lascia la moglie Tray e Jakob, un bambino di 11 mesi, oltre che i genitori e i compagni del gruppo: Bud, Eric e Michael.

ROCK. «La fabbrica di plastica», il nuovo disco del musicista milanese

Grignani «maudit» alla Nutella

Sonorità dure, molta chitarra in primo piano: niente di smielato o di troppo facile nella *Fabbrica di plastica*, il nuovo disco di Gianluca Grignani. Il musicista - ventiquattro anni da arrabbiato di successo - torna in pista dopo una «scomparsa» che gli è costata molte chiacchiere e anche qualche leggenda metropolitana. «Macché droga - dice smentendo l'ultimo pettegolezzo -, io al massimo mi faccio le pere di Nutella...».

ALBA SOLARO

ROMA. Ventiquattro anni incassati, quelli di Gianluca Grignani. Strano, lui che al primo disco ha venduto quanto alcuni dei campioni della canzone non sono mai riusciti a vendere, dovrebbe essere contento: il successo commerciale, se gestito bene, per un giovane musicista può diventare il modo di assicurarsi maggior controllo sul proprio lavoro. Invece Grignani è arrabbiato, inquieto, parla a scatti presentando le canzoni del suo nuovo disco - *La fabbrica di plastica* - si passa continuamente la mano nei capelli che adesso sono più biondi, più corti, più spetinati: addio alla lunga chioma che gli dava un'aria romantica, gli addolciva i lineamenti. Il fatto è che il 24enne musicista milanese è stufo di essere «quello che piace alle ragazzine». È stufo di sentirsi chiedere sempre le stesse cose. Di essere considerato solo per la sua faccia, per la sua aria da bel tenebroso. Mal sopporta il gioco della promozione, le interviste, le comparsate in tv. Quando esordì ebbe la malaugurata idea di lasciarsi scappare che da ragazzino aveva pensato seriamente al suicidio, e giù, tutti a chiedergli ma come, ma perché, a cucirgli già addosso la veste dell'artista imberbe e già un po' *maudit*. La sua insolenza però è sincera. Tanto che dopo aver venduto quasi settecentomila copie del primo disco, *Destinazione Paradiso*, ed essere diventato milionario (primo acquisto da ricco: ha comprato la casa ai genitori), è praticamente sparito dalla

circolazione. Chiunque, sull'onda di un simile successo, sarebbe andato avanti, avrebbe perlomeno intrapreso un tour. Non Grignani. Niente tournée, e niente ritorno a Sanremo, come avrebbe voluto Pippo Baudo, che poi la ha accusato di ingratitude. Niente, il giovane musicista ha alzato un muro del silenzio attorno a sé, manco fosse la Garbo, lasciando un vuoto di notizie che presto è stato riempito da leggende metropolitane. Ultima in ordine di arrivo: quella sulla sua presunta morte per overdose. «Macché droga», sbotta lui - io al massimo mi faccio le pere di Nutella. E poi sono stufo che la gente voglia sapere da me quello che sono e quello che non sono, tanto non lo so nemmeno io...». Ok, allora lasciamo perdere i quesiti esistenziali e parliamo di musica, che poi è l'unico argomento che sembra stimolare il giovane divo. *La fabbrica di plastica*, va detto, è un disco decisamente buono. Niente di smielato, niente di troppo facile. Sonorità dure, molta chitarra in primo piano, molto sperimentare in studio; sarà perché lui è uno che si «diverte a fare musica», sarà perché quando Grignani magari avrà fatto gli arrangimenti, a dare una mano a Grignani, c'è Greg Walsh, già collaboratore di Lucio Battisti. Il che non fa che avvalorare le tesi di chi lo ha ribattezzato «il Battisti della Brianza», e del resto lo stesso Grignani dichiara senza problemi che l'autore del *Tempo di morire* è il suo unico vero cul-



Il cantautore Gianluca Grignani

to, «l'unico che ha davvero cambiato la musica in Italia». Il resto gli interessa poco. Degli altri suoi ascolti adolescenziali ricorda i Led Zeppelin, «ma per favore, non venitemi a dire che adesso faccio rock solo per via di una chitarra distorta. Non basta il feedback per fare del rock. I Led Zeppelin erano rock, la mia musica è qualcos'altro». Le nuove canzoni (tra cui anche *Fanny*, il primo brano scritto, quando aveva quattordici anni) sono apertamente autobiografiche, mettono a nudo le sue inquietudini - inquietudini e non disagio, come qualcuno ha scritto, che il disagio è ben altra cosa -, usano metafore scoperte come quella della «fabbrica di plastica», l'industria dello spettacolo che Grignani sembra tanto detestare ma che poi è quella che gli ha aperto le strade, e ancora, mette in guardia dalla falsità, dalle illusioni, e finisce dichiarando di essere lui, e solo lui, «il mio peggior nemico». Quando Grignani magari avrà fatto la pace con se stesso, riuscirà anche a vivere con più tranquillità il proprio talento, giacché non gli manca affatto. E questa volta in tournée ci andrà: una quindicina di date che dovrebbero partire ad ottobre, forse da Bologna, e che lo porteranno nei principali palasport italiani.

Palermo, apre Battiato E a luglio il concerto dedicato a Borsellino

Sarà Franco Battiato ad aprire l'estate musicale del Teatro Massimo di Palermo. Il programma è stato presentato dal sindaco Orlando e dal direttore artistico Marco Betta. L'obiettivo dichiarato è quello di catturare l'attenzione degli spettatori più giovani, abbassando il prezzo di ingresso e dando ampio spazio alla danza. Per questo, dopo il concerto di Battiato, fissato per il 28 giugno, sul palco del teatro di Verdura si esibirà il Royal Ballet della Royal Opera House, che il 3 luglio presenterà per la prima volta in Italia la «Manon» di Massenet con la coreografia di Kenneth Mac Millan. Il 10 luglio debutterà una coproduzione tra Ballet Rusillo e il corpo di ballo del Massimo in tre balletti con coreografie di Rusillo e ispirati alle poesie di Khalil Gibran su musiche di Strauss e Stravinskij. Per quanto riguarda la musica classica, l'appuntamento più atteso è per il 19 luglio, con il concerto in memoria di Paolo Borsellino. L'orchestra e il coro dell'Ente, diretti da Karl Martin, saranno impegnati in due coralli di Bach e nel «Requiem» di Mozart. Una stagione «parallela» si svolgerà allo Spasimo, spazio recuperato di recente nel cuore del centro storico di Palermo. Il 31 luglio debutterà un trittico di opere contemporanee: «Nascita di Afrodite», «A qualcuno piace tango» e «Amin». La prima narra dell'incontro tra Omero e Afrodite. La seconda è una parodia e racconta di un fantasioso incontro tra Marilyn Monroe e Igor Stravinskij sui set di «A qualcuno piace caldo». «Amin», infine, si svolge al tempo della conquista musulmana dell'Egitto.

DALLA PRIMA PAGINA

La tv per tutti? Archeologia

minoritaria, direte. Forse all'inizio un otto, dodici per cento dei rispettivi mercati nazionali. Sapete quant'è grande questa minoranza? Da valutazioni recenti siamo intorno ai venticinque milioni di persone di pubblico potenziale, distribuito omogeneamente in tutti i paesi europei. Un pubblico in crescita e dotato della capacità di forgiare trend e modi di consumo. Insomma un paradiso per i pubblicitari. Che ne dicono le industrie culturali generaliste? Per quanto tempo ancora investiremo per ottenere un disomogeneo trenta per cento domestico, negandoci la possibilità di servire un pubblico trasversale, omogeneo per cultura e consumi, che vaga erratico fra Internet e l'ultimo film della Working Title prima di avere diritto ad avere una sua propria televisione?

Oggi, per conto suo, e senza nemmeno essere ancora entrati nel mercato Pay o nei canali tematici, Channel 4 viaggia sul 16% dell'audience nazionale, con profitti record, intorno ai 60 milioni di sterline. Entra in questi giorni nel sistema satellitare europeo, con una stima di mercato che le consente di contare su un pubblico transnazionale di partenza, valutabile in almeno dieci milioni di persone. Ma Channel 4 non è sola nell'impresa della globalizzazione dell'offerta di *diversità*. Pro7 in Germania, ma anche fasce di programmazione di Ard; a suo modo Canal Plus in Francia, Bbc2 ancora in Inghilterra, Sbc in Australia, e se poi volete c'è un'intera bibliografia...

La *diversità* non è né pubblica, né privata, si gioca sulla qualità totale del prodotto, quello che i tuoi concorrenti non sono in grado di offrire. *La diversità culturale è*

Durata nel tempo: quello che si richiede ad un normale bene di consumo, come un'automobile quando la compriamo nuova. Le chiediamo di durare, ben oltre il periodo di garanzia. Per far questo il prodotto, anche quello audiovisivo, deve concentrare conoscenze, forza-lavoro, spessore - si come le portiere della Volvo che fanno bum quando le chiudi - germi di confronto fra presente e futuro - già come la Golf che aveva un design così innovativo da trasformarsi senza cambiare dagli anni Ottanta ad oggi. Per l'audiovisivo ciò che significa replicabilità, durata e persistenza nei tempi di programmazione. Poco usa e getta, pure necessario, molto investimento sulla durabilità e affidabilità nel tempo. Insomma classici e cult non nascono sempre per caso.

Mobilità nello spazio: significa non produrre per un paese solo. L'audiovisivo è troppo importante e troppo costoso per trattarlo come un prodotto etnico-locale, come il pecorino. Piuttosto come la pasta, che, se è buona, la trovi a Tokio come ad Abu Dhabi. Qualità che fa movimento, idee che intercettano gusti non solo nostri, ma da noi generati perché fiutiamo il vento. Tanto. Per le idee, per il tempo, per la genialità e lo sforzo di creare liberamente entro un processo produttivo dato. Guarda il cinema inglese: «Quattro matrimoni e un funerale» non è una mosca bianca, non lo è Leigh, e nemmeno Frears. Non lo sarebbero nemmeno D'Alatri e Lucchetti, ma poi, dato che manca il sole, mosche bianche lo diventano presto, a meno d'emigrare in California.

Catena di distribuzione: significa canali televisivi e cinematografici in grado di distribuire la *diversità*. Eh già. Puoi concentrare talenti, puoi costruire cattedrali di cose meravigliose, ma poi chi le vede nella Casa delle Sei Sorelle? Dove lo collochi in Italia «Crying Game»? Dove «Underground»? E quanto tempo dovremo aspettare prima di trasmettere una serie come «Tales of the city»? Quanto tempo ancora e quante occasioni mancate? La Grande Televisione Generalista che reiterate, cancella e spreca, ignora e aliena: Leigh sarà ospite dei «Cervelloni», quando, vecchio e arteriosclerotico riceverà un Oscar alla carriera. Almeno da noi, nel ClubMed Italia, dove essenzialmente si fanno le vacanze. Perché altrove le autostrade ottiche e informatiche staranno portando a pubblici diversi quel che semplicemente hanno il diritto di chiedere, a casa loro. Ma non in Italia, non in vacanza, non al mare. Dove tutti sono nudi e chiedono l'essenziale. Fare di necessità virtù, ci insegnava al liceo il buon Manzoni. La necessità è la forzosa magnificazione dell'oggi. Ma la televisione ha bisogno d'un domani più libero e virtuoso dell'oggi.

[Roberto Pace]



RADIO MONTECARLO
E CHIC E NON IMPEGNA

