

Spettacoli

IL DISCO. «New Adventures in Hi-Fi», nuova tappa del gruppo dopo il contratto miliardario



Gli Smashing Pumpkins

Sette Oscar Mtv per i Pumpkins

Attesi dagli addetti ai lavori, ma anche dal popolo del rock, sono stati consegnati i premi Mtv (Music television), gli Oscar del video musicali. Anche in questa tredicesima edizione l'importante è stato non tanto portarsi a casa la preziosa statuette, quanto piuttosto mettersi in evidenza a qualsiasi costo. Così, anche questa volta, la cerimonia di premiazione è stata imprevedibile e fuori dagli schemi tradizionali del bon ton. Flea (la pulce) del gruppo Red Hot Chili Peppers, per esempio, ha cercato di convincere con insistenza Claudia Shiffer, presente sul palco, a togliersi la maglietta. Ma una volta appurato che la modella non avrebbe ceduto mai e poi mai alla «provocazione», a Flea non è rimasto altro che calarsi i pantaloni, dando però le spalle alla platea. Senza dare troppo spettacolo, invece, a fare incetta di premi sono stati gli Smashing Pumpkins che con il loro video «Tonight, tonight» di Mtv ne hanno vinti addirittura sette: video dell'anno, video innovativo, regia (Jonathan Dayton e Valerie Faris), video alternativo, direzione artistica (K. K. Barrett e Wayne White), effetti speciali (Chris Staves), cinematografia in video (Declan Quin). Importanti riconoscimenti, poi, sono andati anche ad Alanis Morissette, una delle cantanti soliste più in vista del momento. Il suo video «Ironic» ha ottenuto i premi come artista esordiente, video femminile ed editing (Scott Grey). Tra gli altri premiati figurano i Foo Fighters con «Big Me», Fugees con «Killing Me Softly», Metallica con «Until it Sleeps», Beck con «Where It's At».



Il gruppo dei Rem

Polvere di strada Rem, l'avventura in bianco e nero

■ Viaggio americano in bianco e nero, deserto nella copertina, un niente di cielo e pietraia, tipo certi scorci di Jarmusch; polvere e strada come quando gli U2 scoprirono l'America e scrivevano *The Joshua Tree*. Rem arrivano al quinto album su etichetta Warner forti di un contratto-mostro di ottanta milioni di dollari e dell'incoronazione unanime della critica mondiale: avrà anche tante strade il rock migliore oggi, ma nessuno discute che una la traccino loro. Nonostante le cifre impressionanti, infatti, la credibilità della ditta Rem non sta solo nel peso sul mercato, semmai su quel loro costruttore, aggiustare, correggere il tiro della loro musica restando inconfondibili e originali. *Out of time* aveva ovattato i toni, portato la voce di Stipe davanti a tutto, quasi caricaturato il morbido incedere delle ballate, poi *Monster* aveva fatto giustizia sommaria con un fuoco chitarristico inusuale. Ed ecco ora questo *New Adventure in Hi-Fi* (nei negozi

Un singolo con la voce di Patti Smith, citazioni dylaniane, la paura e lo sconforto. Ma soprattutto il suono inequivocabilmente dei Rem che, dopo la firma del contratto miliardario mandano nei negozi un altro capitolo di un'avventura che comincia a somigliare a un Grande Disegno. *New Adventures in Hi-Fi* riassume in un'ora di musica perfetta la poetica del gruppo di Athens e si spinge ancora più avanti, giocando alla perfezione tra rock e ballata.

ROBERTO GIALLO

dal 10 settembre) che ribilancia il tutto e azzerava la situazione. Se *Monster* aveva l'intento di fare dei Rem una banda di rock'n'roll, di aggiungere ruvidezza ed elettricità, in questo nuovo disco emerge una pacata consapevolezza, e la voglia di incollare tutti i pezzi Rem lasciati in giro nei dischi precedenti. Il riff cattivo, e la ballata morbida che arriva fino all'impostazione cantautorale, dove ancora un grazie sentito va al sempiterno Dylan. E quelle lunghe code vocali, quelle strascichi ipnotici. E la voce

di Stipe ormai pronta a tutto, a tratti irricognoscibile, e poi invece così chiara nelle aperture melodiche, sulle note lunghe, in quei cori (qui il marchio di fabbrica non si discute proprio) che aggiungono piccoli scarti del senso, che nella dissonanza scavano sfumature sempre nuove. Rem, insomma. O, se si vuole, tutti i Rem che conoscete, amalgamati in una struttura che sa guardare al rock (il riff d'apertura di *Departure* è una scossa elettrica perfetta) e alla canzone, al solare raschiare della chi-

tarra acustica e all'impennata psichedelica.

Il metodo, in più, oltre al contenuto, dice molto sull'attuale momento del gruppo. Voglia di immediatezza e di suoni il meno possibile artefatti: qualche pezzo registrato in studio a Seattle, uno nei camerini di Philadelphia dopo il concerto, molti suonati dal vivo (rigorosamente a porte chiuse) durante i soundcheck tenuti prima degli spettacoli, da Phoenix a Memphis, da Orlando a Detroit. Scritto, cantato e suonato freneticamente in giro per un'America (un mondo?) per niente rassicurante, dove paura e dolore sono in agguato, e dove in certi passaggi dolci si nota una rassegnata pacificazione che ha forse qualcosa a che vedere con la speranza. Così è tranquillo e composta *How the West was won and where it got us*, la ballata che apre il disco e ne denuncia subito qualche intenzione cantautorale, con un bozouki sullo sfondo e la voce di Stipe più cupa del solito. Per

gli orfani delle vecchie ballate remiane, arriva *New test leper*, con la variante seguente di *Underdog*. Ma il capolavoro assoluto è probabilmente *E-Bow the letter*, che pare tirata fuori da un cassetto di Dylan e suonata «alla maniera Rem» (ma certe finenze sembrano proprio un omaggio alla scrittura dylaniana, come quel sofferto modo di correr dietro agli accordi arrampicandosi su una metrica approssimativa, che costringe al parlato) da cui spunta scurissima la voce di Patti Smith a intrecciarsi, nel finale, con quella di Stipe.

Di fronte a questi dischi, quelli in cui la maturità del gruppo è ormai assodata e si tratta invece di inventare senza tradirsi, si dice di solito che c'è un ritorno alle origini. È una specie di vizio della critica, che qui funziona solo in parte. Vero: *New Adventures* è ruspante, energico (soprattutto nella seconda parte), semplice nelle strutture musicali, poco «lavorato», insomma. Ma tutt'altro che immediato, perché

il gioco di scomposizione e ricomposizione del suono Rem, l'approccio quasi letterario alla scrittura paiono invece cose meditate a lungo a maturate in fretta, con il disco precedente ancora caldo. E forse per riconoscere appieno la potenzialità melodica del gruppo e gli equilibri sottili della struttura-canzone di Stipe e soci, bisogna andare agli episodi più rudi, a *Departure* o a *Bittersweet Me*, dove la cavalcata della elettrica si interseca con i tremori della voce di Stipe.

Comunque sia, *New Adventure* è sicuramente un disco che necessita più ascolti, volume alto e concentrazione. È un po' più dell'ultimo album dei Rem: sembra piuttosto una chiave di lettura per i dischi precedenti, alcuni dei quali già perfetti. È un altro tassello aggiunto al Grande Disegno, e tutto diventa più chiaro e i Rem sono sempre più inequivocabilmente Rem senza mai ripetere se stessi. In fondo, è esattamente quello che si chiede a un grande gruppo rock.

TELEVISIONE. Dopo 14 anni di talk show il conduttore rivoluziona il programma

Ora Costanzo cambia pelle e si fa in cinque

■ ROMA. Non più *fritto misto*, ogni sera per cinque sere lo stesso cocktail di spettacolo, denuncia sociale e conversazione. Ogni sera un *sapere* diverso, annuncia Maurizio Costanzo: da quello aspro della notte in città, al dolce delle confidenze, l'agro dei cazzari che eternano in tv il cabaret che un tempo albergava nei teatri e nelle strade. E l'amaro degli sfoghi che restano in gola per anni: o che salgono nell'empireo della rabbia di un minuto.

Cinque *talk show* la settimana, ognuno diverso dall'altro; e solo una volta ogni sette giorni il *caro vecchio Costanzo show*, quello che ha chiuso il 26 luglio scorso con il 20% di *share*, ascolto più che buono in una serata da Olimpiade. Dopo 14 anni, il quindicesimo anno si cambia, perché «prima che sia il pubblico a dirti che è ora di cambiare, devi cambiare te». Doppio compleanno, quest'autunno, per Maurizio Costanzo: in ottobre festeggia i vent'anni

NADIA TARANTINI

di *talk show*, genere da lui inventato con *Bontà loro*, sfidando l'anatema di Ettore Bernabei: gli italiani vanno a dormire alle dieci. «Nel '76 scoprimmo che gli italiani andavano a dormire solo perché c'era *fratelli d'Italia* e il monoscopo sullo schermo e alle 22,40 facemmo 11 milioni e mezzo di ascoltatori». Perciò, benché scomposto in cinque serate diverse, quattro tutte nuove, il *talk show* di Maurizio Costanzo non potrà perdere la sua anima essenziale: la circolazione delle idee e delle *chiacchiere*.

In modo fluido, dunque, perché lo schema cambierà ogni settimana, si alterneranno da lunedì 9 settembre quattro puntate diverse: un giorno la settimana lo *slogatorio* di dieci persone, anonime o conosciute, che avranno un tempo di tre minuti per esprimersi senza alcuna interruzione, dopodiché il conduttore entrerà in

scena per approfondire gli argomenti; e favorire il dialogo tra gli arrabbiati. Sarà la palestra di quelli che Costanzo ha chiamato i «portatori sani di storie...qualcuno non del tutto sano», gli stessi che mandano al Costanzo Show lettere e fax per un totale di 400 al giorno. Un'altra serata alla settimana sarà dedicata al *duello* su un tema di attualità e interesse generale: il primo, sulla scuola, vedrà fronte a fronte il ministro della Pubblica Istruzione e un suo contestatore. Il terzo genere «approfondirà la vocazione al leggere di questa trasmissione...accogliendo tutti insieme gli straordinari cazzari che sono l'ultimo recupero di creatività, quelli che raccontano cose sopra le righe, le sparano grosse e poi, come un sardo che si chiama Mura, intercalano: *voi non mi crederete*. E certo che non ci crediamo! Però sono divertenti...».

La quarta novità è la più nuova: in collaborazione con Talk radio, un'emittente che trasmette ogni notte cronache della città in diretta, attraverso *corrispondenti* dotati di telefonino, il *Costanzo show* uscirà nelle strade, dando notizia ai telespettatori di ciò che si agita dietro la porta chiusa della loro casa.

Sul palco del Parioli, oltre agli ospiti, per questa puntata ci sarà anche lo schermo video, gli inviati del Costanzo show saranno dotati di una *betacam* per riprendere la notte.

Infine, ironizza Costanzo: «La cosa che ci ha spinto a cambiare è stata...liberarci delle raccomandazioni».

Ho scoperto con terrore quanti libri si pubblicano in Italia. Ho pensato anche di dare la prima fila ai raccomandati, con un tempo minimo: lei, raccomandato, di cosa vuole parlare? Era una zavorra pesantissima per la trasmissione. Ora, perciò, invito pubbli-

camente tutti i raccomandati orfani del *Maurizio Costanzo show* a rivolgersi altrove.»

Quali saranno le puntate più a rischio, quelle dello sfogatoio?

In realtà tutte le puntate sono a rischio, nel momento in cui non si trova circolazione d'idee fra gli ospiti. Alle undici e un quarto di sera quello che si rischia, è la noia.

Lei contro chi si sfogherebbe, in questo momento?

Se ci andassi oggi, io mi sfogherei contro questa estate di stupidità che abbiamo vissuto...un'estate esagerata nella sciochezza, una delle estati più cretine...Merolone, Alba Parietti, Stephanie. L'unica cosa seria di questa estate è la *Macarena*.

Lei che sta cambiando il talk show, i telegiornali non li cambierebbe?

Molto diversi, non si possono fare. Le *news* sono le *news*. Ma i *telegiornali* si cambiano mettendo le persone in piedi o il giornalista che fa il *footing*...si cambiano per esempio come ha fatto l'Annun-



ziata, togliendo in parte la mediazione del giornalista e chiamando i protagonisti a parlare.

Ma come le è venuta, Costanzo, la passione del talk show?

Da ragazzo ero un gran frequentatore di bar, che era, poi, il talk show. Il problema è dare spazio alla sperimentazione: io, Arbore, Boncompagni avevamo la radio, tutti i giorni cinque ore al giorno, l'invenzione nasce solo se dai ai giovani la possibilità di fare ore di volo...ora impera il *lèvete tu che me ce metto io*...

LA TV DI VAIME



Piazza calda piazza fredda

MOLTE SONO le occasioni in cui il fruitore può confrontare i diversi criteri della comunicazione. Che sono fondamentalmente due: quello della tv commerciale e quello della tv che si riconosce (a volte) come «servizio». Pur affrontando spesso per forza di cose gli stessi generi e gli stessi argomenti, le due scuole si differenziano seppure a volte loro malgrado. Può essere interessante cercare di chiarire questo fenomeno parlando di due manifestazioni (una su Italia 1, l'altra su Raiuno, martedì scorso) contemporaneamente e in qualche modo analoghe, almeno nell'ambientazione se non negli scopi: si svolgevano tutte e due su una piazza. Nella piazza Vecchia di Bergamo quella dell'ammiraglia Rai («Bergamo, festa in piazza»), in piazza Plebiscito a Napoli l'altra di Mediaset («Festivalbar 96»). Musica sui due canali (prevalente sulla Rai, esclusiva su Italia 1), gente all'aperto in un'aggregazione spettacolare diversificata: un pubblico elitario (e smontino) a Bergamo, una folla entusiasta (ed esagitata) a Napoli. La festa sulla piazza bergamasca cercava di trasudare eleganza e cultura (con squarci di distacco eccessivo, anzi di noia). Dal sud rispondevano col calore che la musica pop sa scatenare nei giovani di tutte le età. Il Festivalbar ha suscitato consensi anche da parte di insospettabili. E si capisce: l'atmosfera condiziona i giudizi. Le riprese dello show di Italia 1 poi erano eccellenti e si giovarono di luci perfette e quindi d'una fotografia di rara suggestione. I duecentomila di Napoli si sbracciavano per la felicità di esserci e non pensavano al play-back che spinge a dubitare i più riflessivi: si ululava di piacere anche all'ascolto di un nastro i cui suoni vengono mimati? In quel clima festoso, tutto passa. Anche qualche brano mediocre e qualche provocazione fraintesa. Mio e le Storie Tese hanno cantato *Mio cugino*, versione contemporanea delle canzoni di Sordi (*Nome meta*, *Carcerato* etc). Quando Alberto le eseguiva negli anni '40-'50, rischiava l'incolumità per l'incoerenza voluta del testo e la cacofonia dell'esecuzione. Il pubblico recepisce la sfida e reagiva di conseguenza. In piazza Plebiscito è passata anche quella folla di *Mio cugino* sottolineata con lo stesso trasporto sentimentale dei brani di Ron. La platea ha fatto passi da gigante o si finisce per assorbire tutto alla stessa maniera, quasi senza distinguere le diverse intenzioni? Dalle «ole» di Napoli agli applausetti striminziti di Bergamo, dove la compostezza rasentava il *rigor mortis*, facilitato da riprese imbarazzanti nell'impressione.

L'EVENTO «colto» era preparato con determinazione, ma la resa non c'era. La piazza napoletana ribolliva d'entusiasmo, quella bergamasca era ardente come la camera omnia. Eppure c'erano la Fracci, la Savignano, l'Arlecchino storico Ferruccio Soleri, la soprano Devia ed altri nomi prestigiosi: il pubblico risultava ingessato e catalettico. La platea dei due spettacoli li qualificava influenzandola. Da una parte, si cercava il ritmo, quindi l'allegria e perciò l'audience: per valorizzare la commercializzazione, certo, ma ottenendo risultati anche gratificanti. Dall'altra, si puntava alla forma, al prestigio di una «kultura» con la kappa perseguita anche a costo del massacro dello *share* e dell'interesse. Ognuno può pensarla come gli pare. Se qualcuno resta perplesso nel vedere duecentomila che si esaltano sul play-back e quanti si esaltano a loro volta per quell'esaltazione, altri riflettono con amarezza sull'equivoco di Bergamo Alta, sull'occasione perduta per eccesso d'ambizione.

[Enrico Vaime]