

L'INTERVISTA

Linus, d.j.
«Tutto previsto»

MILANO. «Quest'anno le radio sono sempre di più lontane da Sanremo, ma è Sanremo che si è allontanato dalle radio». Parla Linus, d.j. e leader giovanile, a cui chiediamo di spiegarci la non semplice relazione tra il festival e le emittenti che si rivolgono tradizionalmente agli ascoltatori più giovani. «Radio Deejay - chiarisce - nasce come radio attenta alla produzione internazionale, anche se la musica italiana è molto cresciuta nella nostra programmazione, fino ad arrivare al 25% attuale. Ma si tratta di musica italiana giovane, che non ha niente a che fare con Sanremo».

Ma che cos'è, allora, questa musica targata Sanremo?

«È una musica lontana anni luce dai gusti dei ragazzi, anche perché Sanremo non è il Festival della canzone italiana, ma il festival della televisione italiana. Sul palco di Sanremo passa l'antitesi di quello che la gente vuole. D'altronde chi è disposto a partecipare a questo massacro?».

Madov'è il massacro, se a nessuno importa più niente del risultato?

«Guarda non so, ma ti posso dire che i cantanti reduci da Sanremo che vengono ospitati nei nostri studi sembrano profughi di Vallona. Arrivano distrutti, violentati dalla gara ed tutto quello che resta attorno».

Caspita, ma qualcosa di buono ci sarà in questa enorme bagarre, se muove tanti interessi e provoca tanta tragedia.

«Ancora prima che cominciassi, io dicevo che il livello era abbondantemente al di sotto della sufficienza. A parte la perla degli Avion Travel, che è una canzone di quelle che nascono ogni 10 anni. Poi c'erano anche altri 4-5 pezzi decenti, ma penalizzati dall'audio e dall'orchestra sovrabbondante».

Già, infatti gli stranieri andavano in playback.

«Per gli stranieri il discorso è diverso. 15 milioni di spettatori sono una cosa enorme, anche perché si tratta di persone predisposte alla musica. Se qualcosa di buono c'è, viene fuori per forza».

Finché ci saranno le giurie demoscopiche, vincerà sempre la media, cioè la mediocrità del gusto al posto delle tendenze nuove.

«I sondaggi sono fatti per non cambiare. Sanremo dovrebbe avere un referente autorevole che non fosse solo la tv. Baudouin in fondo era riuscito a spendere la sua credibilità, a tirare fuori il festival dalle sabbie mobili degli anni 80. Questo però è stato il festival più brutto. Chi poteva vincere? L'unico piccolo personaggio che c'era».

Prevedi che ora anche la Minetti subirà l'effetto Jalisse?

«No. Non è che i Jalisse mi piaceranno, ma prenderli come simbolo del peggio mi sembra esagerato. Anche se sono il più grande mistero della storia della musica».

Sanremo

Passa lo straniero

Quanti pochi dischi per i reduci italiani È l'effetto-Jalisse?

MILANO. Sanremo è un esame che non finisce mai. E che comunque bisogna passare. Perciò ci tocca adesso cercare di capire che cosa stia avvenendo delle canzoni dopo il debutto in abito di gala sul palcoscenico del gran teatro televisivo. Ed ecco che, a una settimana dalla fine di quello spottone mostruoso, nessuno dei pezzi sanremesi è entrato nei primi posti delle classifiche di vendita, neppure in compilation.

La cosa appare così stravagante (benché non imprevedibile) che la Nielsen, ritenuta infallibile nel registrare le vendite per la maggiore associazione dell'industria discografica (FIMI), stavolta sembra aver accusato il colpo. E infatti ieri ha fatto sapere che la classifica definitiva, per motivi tecnici sarebbe stata rinviata ad oggi. Ma nel frattempo, ovviamente, era andata in onda su Radiodue la Hit Parade regolamentare, che annunciava i dieci dischi più venduti così come li riportiamo nella tabella. E cioè senza ombra di reduci sanremesi. Anzi, la prima classificata della graduatoria

risultava Antonella Ruggiero al 16° posto, con Spagna al 23° e gli Avion Travel al 25°. Benemeriti.

Naturalmente una settimana è poca cosa per dare giudizi definitivi, ma l'effetto-Jalisse è lì a renderci sospettosi. Anche perché, invece, gli artisti stranieri, passati in velocità e in playback sul palcoscenico dell'Ariston, sono subito saliti in testa alle classifiche. Anche di quella che viene comunicata dall'AFI (associazione delle case discografiche italiane) e che, pur essendo diversa da quella Nielsen, sottolinea lo stesso fenomeno. Quiriosamente in testa Celine Dion, paradossalmente spinta in superficie dall'affondamento del Titanic, mentre Madonna è al terzo posto e il Supersanremo 98 (compilation Wea) risulta in quarta posizione. Ma la cosa più sorprendente è che, in questa classifica AFI, è presente anche il grande Robbie Robertson (ventesimo) che sicuramente di Sanremo si è giovato al massimo. Mentre di Madonna si potrebbe pensare che sarebbe saltata in vetta anche senza il promo di Raiuno,

magari con qualche settimana di ritardo.

Non è molto facile (e non solo a causa della Nielsen) snidare i discografici dal loro silenzio, osservato del resto per tutta la durata del festival. Della vincitrice Alessandra Minetti, non siamo riusciti a sapere niente dalla Sony (magari per nostro difetto e per un virus sanremese che miete ancora vittime a livelli dirigenziali), mentre è più facile avere informazioni e opinioni dalle emittenti radiofoniche. In primis da Claudio Cecchetto, molto coinvolto dal suo nuovo incarico di rivitalizzatore di Radio Rai e in particolare della Hit Parade, che vuole trasformare in un vero e proprio show.

Cecchetto ovviamente non è per niente meravigliato dello scarso effetto-Sanremo sulle vendite. Anzi tutto orgogliosamente fa notare come l'ultima volta che cantanti provenienti dalla gara canora sono entrati subito in classifica si trattò di Fiorello e degli 883, cioè di sue creature. E aggiunge: «Se Madonna è andata subito

- 1) Madonna Ray of light
- 2) Celine Dion Let's talk about love
- 3) Titanic Colonna sonora del film
- 4) Backstreet boys Backstreet's back
- 5) Aqua Aquarium
- 6) Litfiba Croce e delizia
- 7) Prozac+ Acidoacida
- 8) Natalie Imbruglia Left of the middle
- 9) All Saints All Saints
- 10) Michael Bolton My secret passion

- ...16) Antonella Ruggiero
Registrazioni moderne
- ...23) Spagna
E che mai sarà
- ...25) Avion Travel
Vivo di canzoni

Ragazzi Italiani Salta concerto: 72 spettatori

VOGHERA (Pavia). È saltato per mancanza di pubblico (72 spettatori in tutto) il concerto che «I Ragazzi Italiani» avevano in calendario sabato sera a Voghera. Lo spettacolo si sarebbe dovuto svolgere in occasione della Festa della Donna al «Cow Boy Guest Ranch», un'arena coperta e cinquemila in piedi. Ma dei settemila biglietti messi a disposizione, ne sono stati venduti solo 72, acquistati soprattutto da giovanissime. Alle coraggiose partecipanti è stato annunciato il forfait dei «Ragazzi», che hanno comunque rilasciato autografi all'intimo gruppo di fan.

La Pausini, invece leggo che si ispira ad Aretha Franklin». Eva bene così.

Le altre radio, che pure si sono buttate nei giorni del festival a spolpare l'evento in tutte le sue misteriose qualità spettacolari, intervistando a destra e a manca, ora sembrano riprendere le distanze. E le canzoni di Sanremo continuano ad essere richieste dal pubblico più che programmate per scelta. Per esempio Rete 105 manda in onda soprattutto gli Avion Travel, Antonella Ruggiero e Paola Turci. A Radio Italia invece risultano tra i più richiesti Alessandra Minetti, Antonella Ruggiero, gli Avion Travel e Spagna. Mentre tra le presenze negli studi continuano a segnalarsi (per motivi più generazionali che musicali) le tremende Paola e Chiara. E perfino la canzone più detestata dagli inviati al festival, segnata dall'incredibile incipit «Pathos dove sei?» (Silvia Salemi), circola via etere perché, come dice Cecchetto «radiofonicamente funziona».

Maria Novella Oppo

IL CASO

«L'ultimo capodanno» non incassa e il regista decide di cambiare strategia

Marco Risi ritira il film: «Campagna sbagliata»

«Il pubblico lo rifiuta perché crede che sia una storia cupa, invece è una commedia molto divertente, ma dai trailer non si capisce».

ROMA. La decisione, senza precedenti, è maturata ieri mattina, dopo la lettura dei dati di incasso del primo week-end. Un risultato disastroso: 102 milioni in tutto, con una media di 2 milioni e mezzo per sala. Vista la situazione, Marco Risi, d'accordo con il produttore Maurizio Tedesco e il distributore Angelo Guglielmi, ha deciso di ritirare *L'ultimo capodanno* dalle sale. La decisione diventerà operativa giovedì. «Non accuso nessuno. E che non mi va di assistere inerte all'agonia di un moribondo», dice il regista, visibilmente turbato. «È un film produttivamente impegnativo. È costato 8 miliardi. Che senso ha lasciarlo nei cinema per 20 milioni in più? Meglio toglierlo, ridefinire la campagna pubblicitaria e poi riprovarci».

Per Risi sarebbe tutta colpa, insomma, di un'immagine «cupa, apocalittica, pulp» che ha finito con l'allontanare il pubblico dalle sale. «Che cosa disturba? Non disturba niente, è che non entrano proprio a vederlo», aggiunge il ci-

neasta, e racconta di quel locale milanese dove l'altro giorno erano in sei di numero a vederlo. «Però ridevano, almeno così mi ha assicurato Piera Detassis, la direttrice di Ciak, che era andato a vederlo».

Irrintracciabile ieri Angelo Guglielmi, che nella sua veste di presidente dell'Istituto Luce aveva puntato sul film contribuendo per quasi due miliardi, è toccato a Risi il compito di sostenere per tutto il pomeriggio l'assalto dei giornalisti. «Mi auguro almeno che questa mia decisione, dolorosa ma necessaria, provochi una riflessione generale. I film si possono sbagliare, naturalmente, solo che qui è successo qualcosa di diverso: il pubblico ha completamente rifiutato *L'ultimo capodanno*, e io non capisco proprio perché. Non è mica un film con velleità d'autore: ho girato una commedia corale che fa ridere, non lancia messaggi ed è piena di effetti speciali. Col cinema italiano che si vede in giro... Ma non farmi fare nomi».



L'amarezza non impedisce naturalmente a Risi di fare autocritica. «Davvero non posso prendermela con nessuno, anche se mi sarebbe piaciuto avere più tempo per seguire la promozione. Invece ho finito di missare il film tre giorni prima dell'uscita, troppo poco per organizzare le anteprime di assaggio necessarie. In ogni caso, ripeto, abbiamo topato la campagna pubblicitaria». Per il regista, in-



Una scena da «L'ultimo capodanno». A sinistra, Marco Risi

somma, una certa aggressività pulp evocata dai manifesti (quella sfilza di personaggi con Monica Bellucci armata di fionda in primo piano) e urlata dai trailers televisivi avrebbe finito con lo scoraggiare un pubblico italiano già poco affezionato, eccezione fatta per i comici toscani, al nostro cinema. «So che quei pochi che hanno pagato il biglietto si divertono da matti. Ad esempio, il «pezzo» dei tre ladri, con il tormentone delle olive ascolane, fa proprio ridere. E non è il solo. Boh! La verità è che sono stufo di passare per un cineasta d'impegno, per il neo-neo-neo realista di turno. *L'ultimo capodanno* è una commedia leggera, non un cazzotto nello stomaco. Tanto è vero che non è stato nemmeno vietato ai minori di 14 anni».

A dire il vero, nelle note di regia pubblicate sul press-book Risi scrive che «se proprio si vuole dare un significato sul perché di tale operazione si può parlare di metafora di una certa società, borghese e sicu-

Progetti 1998-99

Fiction Rai Arriva anche Bertolucci

ROMA. La fiction Rai, nel 1997, ha prodotto 300 ore di spettacolo in prima serata. E perciò rilancia, con 240 miliardi da produrre nel 1998. Nel prossimo futuro, tornerà Kabir Bedi, con *Il figlio di Sandokan*; Bernardo Bertolucci, a fine mese, comincerà a girare *L'Assedio*, storia d'amore tra un musicista e una giovane somala; sempre quest'anno si produrrà *L'Iliade*, che andrà in onda nel 1999. Ancora nei progetti Rai, il *Corto maltese* (serie animata per il piccolo schermo, più film per le sale) di cui si parla da tanto tempo. Si progetta di dare un seguito anche alle serie *Nessuno escluso*; o *Trenta righe* per un delitto. La fiction permette sia alle reti Rai che Mediaset di fare buoni ascolti: tra il 22 e il 33%.

Ed è un prodotto per il futuro, quando la tv a pagamento potrebbe sottrarre gli spettatori abituati ai film e le reti non pay non potranno più fare adeguata concorrenza di titoli, specie americani. Rai-Cinemafiction ha in programma perciò anche serie lunghe, e anche film tv da raccogliere sotto unica sigla: come *Commesse*, sit com con Sabrina Ferilli, Nancy Brilli e Veronica Pivetti; i gialli di Camilleri tradotti per il piccolo schermo; o la «collana» *Delitti e segreti*; e, per Raidue, *Fine secolo*, sei puntate su una grande famiglia industriale italiana. Altra serie storica di costume, sceneggiatori Rulli e Petraglia, sarà *La vita che verrà*: dicono a Rai-Cinemafiction, che sarà una specie di *Helmut* italiana.

A Natale '99 ci sarà *Gesti*, mentre la concorrenza Mediaset sta realizzando alacremente il *Settimo Papirò*, da Wilburn Smith, lavorazione iniziata dopo due anni di attesa. *Carabi e Damasco* fra i prossimi titoli della fiction concorrente della Rai; e nel campo delle commedie social di costume, *Anni Cinquanta*, scritto da Enrico e diretto da Carlo Vanzina. Claudio Amendola farà il commissario, sempre per Mediaset; mentre la Rai si dispera a convincere Gigi Proietti, un po' restio, a firmare per la terza serie del *Maresciallo Rocca*. Cinecittà (per gli interni) e i deserti del Marocco e della Tunisia, per ogni genere d'avventura o di ricostruzione che riguardi l'antichità, sono set frequentatissimi in questo periodo di rinascita della fiction di produzione italiana. Ci sono attori ed attrici che lavorano quasi esclusivamente in questo campo, contesi dalla concorrenza. Così Barbara De Rossi, che girerà per la Rai, dopo i recenti *La Missione* (Mediaset) e *In fondo al cuore* (Rai), *Torniamo a casa*. O Vittoria Belvedere, co-protagonista di *Trenta righe per un delitto*, protagonista in futuro di *Luisi*, serie in otto puntate. La grande avventura Rai parlerà, infine, di archeologia e di archetipi psicologici, tutti mescolati nella *Fiction Il cielo sotto il deserto*, che Alberto Negrin gira a Douz, Tunisia.

Michele Anselmi