

Martedì 8 giugno 1999

20

GLI SPETTACOLI

l'Unità

POLEMICHE

Roma, un Palaeur «ridotto» per i Pooh

«È un'occasione perduta, anche se siamo contentissimi di tornare a suonare a Roma»: a riaprire il problema antico degli spazi per la musica questa volta sono i Pooh, che stasera fanno tappa, con la tournée dell'ultimo album «Un posto felice», al Palaeur di Roma, tutto esaurito ma «ridotto» a solo 6.500 posti. «Quello dello spazio è un problema ricorrente che assilla la capitale», ha dichiarato Stefano D'Orazio, batterista del gruppo. Peccato, malgrado tutti i biglietti siano stati venduti ci troveremo davanti a un Palaeur mezzo vuoto, e questo non fa onore ai concerti che passano per Roma». Intanto, dal fronte di un'altra tournée, quella di Vasco Rossi, il cui debutto è previsto per sabato 12 a Perugia, arriva la notizia che il cantante ha deciso di non sostituire nella band il chitarrista Massimo Riva, scomparso improvvisamente la settimana scorsa; le parti che erano della chitarra saranno sostituite dalle tastiere.

Aldo Moro, invettive dal carcere

In scena un oratorio di Mario Tricamo sulla morte del leader

AGGEO SAVIOLI

ROMA Non vi sono rivelazioni particolari o nuove prospettive d'indagine in questo *Vita e morte di Aldo Moro, democristiano*, scritto e diretto da Mario Tricamo, che si rappresenta (fino a domenica) nel bel Teatro di Documenti di Luciano Damiani, utilizzando bene i labirintici percorsi, quasi come stazioni di una processione. Ma, certo, racchiuso nella misura di un'ora e venti minuti circa, il caso del rapimento e successivo, barbaro assassinio

del presidente della Dc, previo massacro della sua scorta, riacquista una evidenza sconvolgente, anche a prescindere dall'attuale ripresa di azioni terroristiche o intimidatorie. Più che d'uno spettacolo, si tratta d'una sorta di severo oratorio, dove preminente è l'importanza della parola, cui danno voce tre attori, Giorgio Granito, Walter Toschi, Caterina Casini; quest'ultima è la sola a identificarsi, del resto con discrezione, nel personaggio della moglie di Moro. Gli altri assumono varie funzioni, non mancando peraltro di pronun-

ciare «in soggettiva», all'occorrenza, le terribili invettive di Moro, nelle sue lettere dalla prigione delle Br, contro i governanti dell'epoca e gli «amici» del suo partito. Ce n'è per tutti, come si sa. Ma a uscire a pezzi, per usare un eufemismo, sono soprattutto le figure di Giulio Andreotti e di Francesco Cossiga. Il primo, oggi, a quel che sembra, politicamente finito. Il secondo, ancora, alla ribalta, non senza baldanza. Un motivo in più di riflessione per gli spettatori. Mario Tricamo (classe 1954)

si era già cimentato in simili esperienze di teatro-documento, affrontando altri due spaventosi capitoli della storia post-bellica dell'Italia, Piazza Fontana e Ustica. Stavolta, arieggia anche a modelli classici, mediante un piccolo Coro (tre ragazze: Maria Chiara Sasso, Maria Paola Conrado, Laura Marchiano), che contrappunta con scori parlanti e vocalizzi il corso verbale, richiamando altresì passi della Bibbia. Ma è la forza bruta dei dati reali quella che s'impone. E se di tragedia è pur questione, siamo assai lontani dalla catarsi.

NUOVI GUAI

Pavarotti indagato dal fisco britannico

Scotland Yard indaga su Luciano Pavarotti, alla ricerca dei guadagni e degli investimenti fatti dal grande tenore nel Regno Unito. La notizia è stata pubblicata dal *Daily Mail*, ma la polizia londinese non ha né confermato né smentito. Secondo le indiscrezioni del tabloid, Scotland Yard si è attivata su richiesta delle autorità italiane. Il caso sarebbe stato affidato ad una squadra specializzata in frodi fiscali. Il cantante ha respinto ogni accusa di evasione fiscale in Italia sostenendo che la sua residenza ufficiale è a Montecarlo ma il coinvolgimento di Scotland Yard prova - a detta del *Daily Mail* - che l'inchiesta è diventata «molto estesa». Pavarotti si esibisce abbastanza spesso a Londra (lo farà ancora il 19 giugno, a Earl's Court) ma non si sa se ha investito nel Regno Unito parte dei suoi guadagni. A giudizio del tabloid ha comunque accumulato in oltre trent'anni di carriera 240 miliardi di lire.

Giovani e carini

Ecco i «teen-idol» eroi per un giorno

Geri, Britney, Backstreet & Co impazzano

E mentre c'è chi si ricicla, spuntano altre star

DIEGO PERUGINI

MILANO Quello dei «teen-idol» è un mercato che non conosce soste. E che macina piccoli e grandi miti a folle velocità: gli eroi per un giorno non si contano quasi più, mentre sono in pochi quelli che resistono alla volubilità dei gusti degli adolescenti. Il caso del giorno è Geri Halliwell, cioè la Spice ribelle, quella che un giorno ha mollato tutto e ha scelto la libertà. Il lancio del suo primo singolo, *Look at me*, avvenuto qualche settimana fa, è stato un evento ultrapirotato dalla Emi, che sull'ex Ginger sta puntando moltissimo. La strategia di Geri è chiara: il cambiamento nella continuità. Quindi: look più normale, meno trasgressione, e canzoni più adulte. Come confermato ora dai suoni e dalle atmosfere dell'album *Schizophonic*, che annuncia a un pubblico più maturo pur senza trascurare le masse «teen».

La strada, insomma, è quella tracciata da Robbie Williams che, dopo aver lasciato i Take That, s'è rifatto una vita, guadagnandone in successo e credibilità: ci riuscirà anche Geri? E a proposito, che stanno facendo le Spice superstiti? Tra gravidanze, matrimoni e tentazioni soliste, tengono in piedi la baracca come possono: per ora hanno fissato quattro concerti a fine anno in Inghilterra. Perché, dicono, la voglia di tornare sul palco è irresistibile. Nessun riferimento, invece, all'altrettanto irresistibile colore dei soldi. Intanto,

si pensa già alle loro eredi: l'ex manager delle Spice, Simon Fuller, al tempo licenziato in malo modo, cerca di rifarsi lanciando una nuova band al femminile. Si chiamano 21st Century Girls, hanno in media quindici anni, e fanno un rosetto glam alla Suzy Quatro: per il momento hanno in giro un singolo, per l'album se ne parla in ottobre.

A proposito di eredi: Ronan Keating, il leader dei Boyzone, l'altra sera protagonista al Pavarotti International e in testa alle classifiche di mezza Europa (è appena

GINGER LA RIBELLE
L'ex Spice Girl ha cambiato look e canzoni. E col nuovo cd «Schizophonic» tenta il successo

uscita, fra l'altro, una loro raccolta di successi), si sta scoprendo artista adulto e bravo talent scout. E così, dopo aver recitato la parte del sex-symbol adolescenziale, il biondo Ronan, ormai acasato e soddisfatto papà, ha deciso di cimentarsi nel ruolo di manager promuovendo cinque ragazzotti irlandesi sui diciott'anni. Si chiamano Westlife e le ragazze già vanno pazze per loro: il primo singolo, *Swear it Again*, un ballatona pop ipermelodica, è rimasto in vetta alle hit parade britanniche per diverse settimane. Adesso fanno il supporter nel tour dei Boyzone, in Italia il 14 giugno a Roma e il 15 a Milano. E siamo solo agli inizi. Con appena un singolo ha



IL CASO

Le nuove Spice? Le troverete su Internet

L'ultima frontiera del «teen pop»? Non poteva che essere Internet. Ovvio. È lì che dovete andare a cercare, se ci tenete proprio tanto a trovare le nuove Spice Girls; all'indirizzo www.aol-girls.com. È l'uovo di Colombo: un gruppo di ragazze chiamate Angels Online, bionde, graziose, che cantano e incidono dischi e girano persino videoclip. Ma che esistono solo su Internet. Attenzione però: qui non siamo dalle parti delle «idol» giapponesi come Kyoko, la popstar virtuale. Kyoko ha una data di nascita (26 ottobre '76), e persino un segno zodiacale (scorpione), nel suo sito web si possono leggere le sue interviste e ascoltare le sue canzoni, sapendo però che Kyoko è solo un artificio grafico. Kyoko non esiste. Invece le Angels Online esistono eccome. Si chiamano Nicola, Sarah, Carrie, e hanno da poco rifondato il gruppo con l'aggiunta della 17enne Katie; hanno i visetti puliti

delle ragazzine cresciute nella campagna inglese - infatti vengono da un piccolo centro dell'Essex, Chelmsford -, l'ingenuità delle fanciulle non ancora uscite dal college ma già ansiose di seguire le orme di Ginger Spice o Baby Spice. È il loro debutto lo hanno fatto appoggiandosi a una compagnia internet-tiana (Signet PhotoPublishing), specializzata in siti porno. «Mala loro pagina web è assolutamente pulita - assicura la manager delle Angels, Jane Walsh - ci siamo rivolti a questa compagnia per una pura questione di business, con il porno non c'entriamo assolutamente nulla». Ma al richiamo di queste innocenti lolite del pop non hanno saputo resistere né la Bbc, che si è occupata ampiamente di loro, né il *Guardian*, che le ha messe, qualche settimana fa, sulla copertina del suo inserto culturale. «Il gruppo pop che esiste solo su Internet». Il richiamo è perfetto:

come ai tempi del situazionismo punk (ricordate? i Sex Pistols furono lanciati come «la band che non sapeva suonare», e i media facevano la fila per capire cosa sapevano fare), niente funziona meglio del mistero, niente può sembrare più sofisticato di una band che gioca scopertamente con i meccanismi del pop marketing. I gruppi per teenager si inventano a tavolino, sono prodotti inesistenti? Bene, cosa c'è di meglio che vendere un gruppo di aspiranti Spice che nessuno ha mai avuto modo di ascoltare? Infatti le Angels Online non hanno ancora inciso un album, e tantomeno un singolo; ma hanno già oltre un migliaio di fans iscritti alla loro mailing list, ed è solo per accontentarli che sono andate a Las Vegas a girare il videoclip di un brano, «So Macho», che sarà presto a disposizione sul loro sito. ALBA SOLARO

Lo scettro dei leader del settore, comunque, è tornato saldamente in mano ai Backstreet Boys, che stanno monopolizzando le vendite col nuovo cd, *Millennium*, che ricalca i loro standard pop-dance con qualche ambizione in più. Alla base, però, c'è dell'altro: bella presenza, tipologie ben marcate (il macho, il bel tenebroso, il biondino, il bravo ragazzo, il trasgressivo), un furbo mix di romanticismo e sensualità. Caratteri assemblati strategicamente da esperti di marketing discografico, come quelli delle varie agenzie che allevano i tanti aspiranti al successo: prima pescano dal mucchio un po' di bei ragazzi, poi gli insegnano a ballare, cantare, a come rispondere e muoversi durante le conferenze stampa. Infine, dopo un po' di apprendistato, li buttano nel gran calderone con la speranza del colpo. I Backstreet, dopo il primo boom, sono cresciuti, hanno capito l'antifona e hanno deciso di camminare con le proprie gambe: ora sono più consapevoli e più manager di se stessi. Ben decisi a sfruttare al meglio il momento magico e crearsi solide basi per il futuro. Intanto li aspetta il delirio di migliaia di piccole fans di tutto il mondo: in Italia, dove i cinque «american boys» arriveranno a fine giugno, sarà uguale o, forse, anche di più.

Qui accanto i Backstreet Boys durante il loro concerto ad Amsterdam con cui hanno aperto il loro tour. A sinistra l'ex Spice Girl Geri Halliwell di cui è appena uscito il nuovo cd dal titolo «Schizophonic»



«Cardillac», serial killer per amore dell'arte

Al Carlo Felice di Genova l'opera di Hindemith con la regia di Liliana Cavani

RUBENS TEDESCHI

GENOVA *Cardillac*, il capolavoro di Paul Hindemith, compare di rado sulle nostre scene ma, quando arriva, conquista anche il pubblico più restio. Al Carlo Felice, nessuna incertezza: un sussulto di applausi per il coro e l'orchestra, i cantanti, il maestro Bruno Bartoletti e la regista Liliana Cavani. Insomma, un successo, per un'opera che si direbbe antipopolare e che certamente è antimelodrammatica e anti-verista.

È vero che, col trascorrere del tempo, l'accumulo degli «anti» ha perso qualche

punta. I conti sono presto fatti. *Cardillac* appare nel 1926, in una Germania sconvolta dalla guerra persa, artisticamente lacerata tra cabaret e atonalità, film nero, pittura espressionista, decadenza e impegno. Gli estremi si toccano. In musica, Pfitzner e Berg, Strauss e Kurt Weill, Krenek e Schoenberg alimentano la febbre con opposti rimedi. Hindemith, trentenne con una coda di successi scandalosi, offre una soluzione personale mescolando l'accesso romanticismo di Hoffmann con la severità di Bach. Dal primo trae il personaggio di Cardillac: l'orefice geniale che, geloso delle proprie opere, uc-

cide gli acquirenti per recuperarle e viene ucciso, a sua volta, dalla folla inferocita. Dal secondo discende il «contrappunto» che, intrecciando saldamente linee vocali e strumentali, argina il delirio del protagonista e l'esuberanza della fantasia.

In tal modo, la catena dei simboli trova una perfetta saldatura: l'orafa uccide perché l'arte non si deve vendere né comprare; la massa bruta (pronta a cadere tra gli artigli di Hitler) uccide l'artista, mentre Hindemith, unendo il passato e il presente della grande arte tedesca, intona un commosso epicedio sull'eroe «vittima di una sacra follia».

Potremmo ricercare altri simboli e altri significati, ma quel che conta è il risultato: un'opera affascinante che pone una quantità di problemi e, risolvendoli, incanta lo spettatore. I primi problemi sono, come è ovvio, quelli di un'esecuzione capace di equilibrare la geometria delle forme e il coacervo di sensualità, di nostalgia, di passione che continuano a bruciare sotto la cenere del secolo. Bartoletti, avendo diritto più volte il difficile lavoro, ne supera le insidie traendo dall'orchestra e dalle voci, non tutte di prima forza, l'ambiguità e il nitore necessari. Ricordiamo, assieme a Dietrich Henschel, ro-

busto protagonista. Guy Renard, Svetla Vassileva, Doris Soffel, De Gobbi, Catani e Devlin. L'allestimento è quello di Liliana Cavani, ereditato dal Maggio Fiorentino del 1991 con le scene di Dante Ferretti e i costumi di Gabriella Pescucci. Ritroviamo la solita trasposizione della vicenda agli anni Trenta, col manifesto di un celebre film di Stroheim, come allusione espressionista, Cardillac in doppiopetto in una gioielleria di Cartier, e la tragedia in una stazione della metropolitana. È il solito finto-nuovo, con troppi particolari veristici che però non impediscono il vivo successo.

ASCOLTI

A primavera il pubblico premia le reti della Rai

Raiuno resta la più vista sia nel prime time con il 24,58% di share (+1,08%), sia nelle 24 ore con il 22,85% (+1,13%). Canale 5 invece cala rispettivamente in queste stesse fasce di (-1,71%) e di (-1,22%). Questi i dati Auditel nella messa a confronto del periodo che va da marzo a maggio di quest'anno con lo stesso periodo del 1998. La Rai conferma anche il primo posto nel prime time con 50,50%, con un discreto aumento (+2,44%) rispetto al 48,06% del 1998. L'aumento nelle 24 ore è di +1,66%. Le reti Mediaset invece calano nel prime time (-2,40%) e nelle 24 ore (-

1,28%). In prima serata segno positivo, oltre che per Raiuno, anche per Raidue (+0,47%) e Raitre (+0,89%), mentre Italia 1 (-0,38%) e Retequattro (-0,31%) «tengono» sostanzialmente le posizioni seppur con una leggerissima flessione. Nelle 24 ore oltre Raiuno e Raidue (+0,59%), tra le reti Mediaset solo Retequattro mostra un leggero aumento negli ascolti pari allo +0,10%. Per quanto riguarda invece gli ascolti complessivi di questa fascia sono le reti Rai ad ottenere un risultato favorevole con il +1,66% in più rispetto al 1998, mentre quelle Mediaset accusano un -1,28%.

