

Martedì 21 marzo 2000

20

GLI SPETTACOLI

l'Unità

DANZA

Tornano i Momix con la rinnovata «Passion 2000»

Uno show tridimensionale che ha per protagonisti i corpi, il colore, il movimento: il ritmo della world music di Peter Gabriel: è «Passion 2000» del Momix, in scena stasera all'Olimpico, ospite della Filarmónica. Ideato da Moses Pendleton, anima del Pilobolus e ora del Momix, lo spettacolo, creato nel '93 e ora rinnovato, mescola all'iconografia cristiana gli echi e le immagini di altre religioni in un caleidoscopio surreale ed evocativo. Nell' frattempo, Pendleton lavora a un nuovo progetto: «Opus cactus», ispirato a una sua esperienza nel deserto, in cui i ballerini danzano sulle punte, ma avranno il busto nudo.

L'INTERVENTO

SANREMO FLOP: CAMBIAMO TUTTO E RIPARTIAMO DA LIMITI

PIERO VIVARELLI

Secondo i dati diffusi dalla «Nielsen Top», che sono generalmente considerati i più approfonditi, a poco più di due settimane dalla fine del Festival, i dischi sanremesi stanno sprofondando sempre più nelle classifiche. Si salva, in parte, solo lo «Stato di necessità» di Carmen Consoli che è al decimo posto per quanto riguarda i Cd e le cassette. Anche per i singoli, ai primi cinque posti, di Sanremo non se ne parla proprio. A peggiorare ulteriormente la situazione va rilevato che neanche un giovane è stato discograficamente lanciato

nella passata edizione del Festival. La verità è che i responsabili della manifestazione hanno sbagliato quasi tutto e che pertanto, sin da adesso, faranno bene a riflettere sugli errori e a pensare al futuro. Anche ammesso (ma ne dubitiamo fortemente) che la commissione che selezionò le canzoni avesse davvero scelto per il meglio e che davvero, al di là dei nani e delle ballerine, si volesse puntare sulla musica, resta il fatto che sin dal momento della promozione prefestivaliera si fece di tutto per tradire questi inten-

dimenti. Si discuteva su Ines Sastre, si esaltava la partecipazione (rivelatasi poi per quella che doveva essere: vale a dire nulla) dell'ingombrante Pavarotti, si parlava dell'opportunità o meno dei superopiti: insomma, ancora una volta i nani e le ballerine anziché i cantanti e le canzoni. Il difetto, come dice il proverbio, sta nel manico, vale a dire nei criteri organizzativi, tutti risibili, tutti molto spesso sbagliati.

Anche la cosiddetta giuria di qualità è stata impiegata male. Questo tipo di giuria, come ho già detto un'altra volta, è un'idea del sottoscritto, che la propose sette od otto anni fa dalle colonne di questo giornale e poi, attraverso un rappresentante sindacale, alla Rai. L'idea originale era però quella di abolire l'insulsa gara fra i cosiddetti big, limitandosi a dare un premio al miglior testo, alla migliore musica, al migliore arrangiamento e alla migliore esecuzione senza quelle classifiche che, per forza di cose, allontanano gli autentici supercampioni dal rischio di ritrovarsi magari ultimi. Insomma, una giuria che prendesse le mosse da quelle delle

giurie dei Festival cinematografici. Questo, naturalmente, avrebbe dovuto comportare che almeno metà dei componenti del collegio giudicante non fossero italiani. Aggiungo oggi, come suggerimento alla Rai, che questa giuria potrebbe anche intervenire a parziale modifica delle classifiche riguardanti i giovani. Loro si ne avrebbero davvero bisogno.

Giuria a parte, sarebbe anche opportuno diminuire il numero dei brani in gara. Uno spettacolo più agile ne avrebbe tutto da guadagnare, forse, riporterebbe davanti al video anche quegli acquirenti di dischi che negli ultimi anni hanno evidentemente disertato. In altre parole appare necessario cambiare tutto, a cominciare dalla conduzione che va messa in mano a chi di canzoni ne intende davvero e che in questo caso potrebbe, anzi dovrebbe, essere presente dalla selezione al palcoscenico del Festival. Un nome esiste: a mio modesto, ma sicuro avviso è quello di Paolo Limiti. Si tratta di un personaggio competente e che, soprattutto, ha riverente rispetto (com'è necessario e come fino a oggi non è stato) delle canzoni. Tutto questo, s'intende, se la manifestazione sanremese vuole davvero essere il Festival della canzone italiana. Se poi invece si preferisce farne un evento solamente televisivo, allora si abbia almeno il pudore di cambiargli il nome.

«La tv italiana? Copia quella Usa»

Furio Colombo dopo le accuse di Variety

ADRIANA TERZO

ROMA Furio Colombo, ha letto cosa scrive «Variety», il prestigioso settimanale americano, sulla nostra tv? Che si vedono «solo giochi a premi per idioti e la prima serata è ridotta ad un unico, sterminato varietà in cui si alternano politici e soubrette seminude».

pubblica, ovvero la Pbs, la costellazione di piccole stazioni pubbliche locali che fanno capo al Public Broadcasting Service. Si tratta di programmi spesso eccellenti e di altissimo valore sia informativo che educativo che tuttavia rischiano ogni anno, ad ogni bilancio federale, di vedersi ridotti i propri fondi. La Pbs vive per metà di questi fondi per l'altra metà di contributi privati, una sorta di canone spontaneo che la gente offre per poter continuare a vedere quel tipo di trasmissioni.

In America solo la rete pubblica fa ottima tv. La Rai? Un po' arlecchino



Qualche titolo «Intanto il telegiornale, che dura un'ora - quelli privati, scremati dalla pubblicità, durano 18 minuti - ed è diviso in due parti: tutte le notizie e poi un approfondimento. Ha un tale prestigio che nei suoi studi si recano anche quei parlamentari che ossessivamente la antagonizzano al congresso sostenendo che si tratta di una televisione inclinata a sinistra. Datestimone, posso dire che è vero che la tv pubblica è più una televisione roosveltiana, kennediana, carteriana e clintoniana che non nixoniana o reaganiana. È anche vero che non lo nasconde e che è impossibile negare ai suoi celebri programmi per bambi-

ni, scientifici, di storia e di denuncia dei problemi sociali, la qualità di eccellenza che le altre tv non hanno». È in Italia? «La Rai è un arlecchino di programmi eccellenti, buoni, discreti, assolutamente modesti, imbarazzanti o pessimi in un variare continuo e con un mix disorientante. Mediaset? È libera da impegni di servizio pubblico, non misento di giudicare. Addirittura eccellenti. Per esempio? «Mediaset di Carlo Massarini, le serie di Baricco, Piero Angela. Film di valore o ancora programmi in onda nel cuore della notte».

Nel cuore della notte... «E magari anche all'alba. Su una cosa concordo con Variety: la qualità umiliante della maggior parte del nostro varietà con l'uso di giovani donne svestite e silenziose. Se sono presenti e svestite, che almeno parliamo!».



Carlo Conti e Jocelyn protagonisti di uno dei programmi a quiz messi sotto accusa dal settimanale «Variety». A sinistra Furio Colombo esperto della realtà americana a destra Pippo Baudo

IL PERSONAGGIO

Baudo: «Ho vinto contro la volgarità»

MARIA NOVELLA OPPO

Ad aprire la polemica sulla volgarità televisiva era stato Pippo Baudo, nell'annunciare il suo programma su Raitre «Giorno dopo giorno», un interessante quiz quotidiano, con edizione serale il lunedì. Aveva sparato a zero contro le vallettine discinte, le scenografie esagerate e i lustrini inutili. E ha vinto la sua sfida. Pippo, è una vittoria di cui puoi esser orgoglioso. «Sono orgoglioso perché mi pareva che ci fosse una tendenza ad atterrare verso il basso, quasi una sorta di emulazione al contrario tra Rai e Mediaset».

si riempiono la scaletta con cose prive di significato, che non lasciano nulla allo spettatore». Equal è la cosa peggiore? «La cosa più scandalosa, per me, è l'uso del corpo femminile come scenografia. Si torna indietro a prima del femminismo». Ha creato polemica anche la collocazione di Flavia Vento in una gabbia di vetro, in Libero. «Nel caso di "Libero" può essere una provocazione. Io dico invece quando ci sono 12 ragazze in fila e poi con la telecamera vanno a zoommare in basso, o magari in alto, che è lo stesso». Però così si ingenera confusione tra volgarità e nudità e si lascia credere che la volgarità si limiti solo all'intrattenimento. «Hai ragione. Invece volgare, come dicevo prima, è una cosa senza senso e che non trasmette nulla. Prendiamo il programma di Morandi: quello non era volgare perché raccontava qualcosa e così penso che sarà anche il programma di Renato Zero. Ma il resto non dice nulla».

E in Francia Pivot rischia la chiusura

Potrebbe chiudere in tempi brevissimi Bouillon de culture, la trasmissione faro della cultura su France 2, condotta da Bernard Pivot. Polemiche e timori si rincorrono nei corridoi della tv pubblica francese e sui giornali. Anche se ufficialmente nulla è confermato. La stessa direzione della rete afferma che sarebbe una «decisione suicida». Unanime, poi, il mondo letterario chiede che Pivot sia confermato. Pur fra qualche critica, è un coro pro-Pivot quello che si leva da case editrici e intellettuali. «Non immagino che si commetta un errore del genere», dice il filosofo Bernard-Henry Levy, tra i più assidui ospiti del programma.

Anche dell'informazione si potrebbe parlare a lungo... «L'informazione è un po' seduta. Non c'è il coraggio di andare oltre il fatto. E poi tutto resta dentro gli studi televisivi, mentre bisognerebbe andare fuori a raccontare il paese». Allora sei un sostenitore del giornalismo alla Santoro. «In Santoro ritrovo la vecchia abitudine di andare alle viscere delle cose». Tornando al tuo programma e al giudizio che dai sul resto, si potrebbe insinuare che il tuo è l'atteggiamento della volpe con l'uva. Insomma hai dovuto rientrare in Rai con un programma defilato e non un gross show. «Ho accettato questo ritorno perché credo nell'importanza della terza rete, nel ruolo che, nel nostro piccolo, possiamo avere sulla scacchiera televisiva. Che poi piccolo non è, perché parliamo di 3 milioni e mezzo di persone. Ormai siamo abituati a questa logica imbastardita degli share, a sentir sparare tutti questi milioni che mi ricordano i 20 milioni di baionette». Che cosa prepari ora? «Ho grandi impegni con la rete, allargando questa linea dell'intrattenimento con informazione, cronaca e storia». Hai delle idee nuove? «Grazie al cielo. E anche a basso costo».

SCHEDA DI ADESIONE
Desidero abbonarmi a l'Unità alle seguenti condizioni
Periodo: 12 mesi 6 mesi
Numeri: 7 6 5 1 indicare il giorno
Nome Cognome
Via n° civico
Cap Località Prov
Tel Fax Email
Titolo studio Professione
Capofamiglia SI NO Data di nascita
Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedisce all'indirizzo indicato
Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:
Carta Si Diners Club Mastercard American Express
Visa Eurocard Numero Carta
Firma Titolare Scadenza

l'Unità
DIRETTORE RESPONSABILE GIUSEPPE CALDAROLA
VICE DIRETTORE VICARIO Pietro Spataro
VICE DIRETTORE Roberto Rosciani
CAPO REDATTORE CENTRALE Maddalena Tulanti
L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A.
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE Mario Lenzi
AMMINISTRATORE DELEGATO Italo Prario
CONSIGLIERI
Giampaolo Angelucci
Francesco Riccio
Paolo Torressani
Carlo Trivelli
DIREZIONE, REDAZIONE, AMMINISTRAZIONE:
00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13
Tel. 06/699961, fax 06/6783555
20123 Milano, via Torino 48, tel. 02/802321
1041 Bruxelles, International Press Center
Boulevard Charlemagne 17/67, tel. 0032 2850893
20045 Washington, D. C. National Press Building
529 14th Street N.W., tel. 001 202 6628907
Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

l'Unità
Servizio abbonamenti
Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6)
n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 1 L. 85.000 (Euro 43,9)
Semestrale: n. 7 L. 280.000 (Euro 144,6), n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3)
n. 5 L. 215.000 (111,1), n. 1 L. 45.000 (Euro 23,2)
Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1), n. 6 L. 600.000 (Euro 309,9)
Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente su l'Unità VIA FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indicando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carte di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.
Per informazioni: Chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/69996170-711 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 800-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.
Tariffe pubblicitarie
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle L. 620.000 (Euro 320,2) - Sabato e festivi L. 766.000 (Euro 395,6)
Feriale Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo L. 5.936.000 (Euro 3.065,6) L. 6.680.000 (Euro 3.449,9)
Finestra 1° pag. 2° fascicolo L. 4.512.000 (Euro 2.330,2) L. 5.345.000 (Euro 2.760,4)
Marchette di test. 1° fasc. L. 4.286.000 (Euro 2.200,6) - Marchette di test. 2° fasc. L. 1.511.000 (Euro 780,3)
Redazionali: Feriali L. 1.046.000 (Euro 540,2) - Festivi L. 1.155.000 (Euro 596,5)
Finanz. Legali/Concess. Aste/Appalti: Feriali L. 915.000 (Euro 472,5) - Festivi L. 1.000.000 (Euro 516,4)
Concessionaria per la pubblicità nazionale PK PUBBLICOMPASS S.p.A.
DIREZIONE GENERALE: Milano 20124 - Via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/24424611
Area di Vendita
Milano: via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 17/14 - Tel. 010/540184 - 56-78 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/259592 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192 - Roma: via Barberis, 86 - Tel. 06/4200891 - Bari: via Amendola, 16A/5 - Tel. 080/5493111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7393311 - Palermo: via Lancini, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305200
Pubblicità locale: P.I.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.
Sede Legale: 20134 MILANO - Via Lucidese, 56 - Torin - Tel. 02/748271 - Telefax 02/70001941
DIREZIONE GENERALE e OPERATIVA: 20134 MILANO - Via Lucidese, 56 - Torin - Tel. 02/748271 - Telefax 02/70105088
0198 ROMA - Via Salara, 226 - Tel. 06/852151 - * 20134 MILANO - Via Lucidese, 56 - Torin - Tel. 02/748271
40121 BOLOGNA - Via Caroli, 8/F - Tel. 051/4210180 - * 50129 FIRENZE - Via Don Minzoni, 48 - Tel. 055/561277
Stampa in fac-simile:
Se. Be. Roma - Via Carlo Pesenti 130
Satim S.p.A. Padova Dagnano (MI) - S. Stabile del Glor. 137
SIS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

ACCETTAZIONE NECROLOGIE
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-865021
oppure inviando un fax al numero 06/69922588
IL SABATO E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18,
LADOVENEA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde 800-865020
oppure inviando un fax al numero 06/69996465
TARIFFE: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola.
Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000.
I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.
AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il pagamento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza.
N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre forme di prenotazione degli spazi.
RICHIESTA COPIE ARRETRATE
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-254188
oppure inviando un fax al numero 06/69922588
TARIFFE: il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta.
I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo).
AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono.
LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegne urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente.
N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.

