

RIFONDAZIONE COMUNISTA

## Legge Melandri: miglioriamola così

■ Sostanzialmente positivo il giudizio di Rifondazione Comunista sul disegno di legge del ministro Melandri (meglio noto come provvedimento anti-trust), ma con una proposta di miglioramento articolata in sette emendamenti. Ne hanno dato notizia Francesco Maselli, l'onorevole Maria Lenti, il capogruppo di Rifondazione Franco Giordano e il costituzionalista Ugo Roscigno. In buona sostanza le proposte riguardano tre punti qualificanti: il divieto di distribuire opere extraeuropee doppiate se non in misura eguale a quelle italiane ed europee (con un chiaro riferimento alla legge spagnola nota come contro uno); il divieto di incrociare produzioni, distribuzione ed esercizio per imprese che producano più di cinque opere l'anno o abbiano un fatturato superiore ai 25 mld (formulando così una anti-trust sulle concentrazioni verticali che uniscono oggi i vari comparti dell'audiovisivo); divieto di proiettare la stessa pellicola in più del 5% delle sale delle maggiori città italiane.

## Saro o Rosa, se son figli fioriranno

Tra amori gay e tabarin la commedia dolce e amara di Silvestri

MARIA GRAZIA GREGORI

MILANO Napoli che non dorme. Napoli notte e giorno. Napoli che ama e che canta come da copione, ma con trasgressione. A metterla in scena ci pensa Francesco Silvestri, talento appartato ed eccentrico, con un suo testo, *Saro e la Rosa*, di cui firma la regia e di cui è anche interprete principale, in scena (un'edizione è stata rappresentata undici anni fa con altri attori), fra curiosità e fascinazione, al Teatro Litta. Dagli anni Venti a metà anni Settanta si snoda, infatti, questa storia sentimentale

che ha al suo centro l'amore fra due uomini: Antonio, cantante di tabarin e marchettaro ed Edoardo, nobile e ricco, che si amano a tal punto da pensare di mettere al mondo un figlio «usando» due prostitute da cui nasceranno un maschio e una femmina destinati, irrevocabilmente, a sposarsi. Da loro nascerà Saro, vero frutto, per interposta persona, di un amore durato più di vent'anni fra i due uomini, al quale, alla fine, l'unico sopravvissuto, Antonio, consegna il diario dell'altro nonno, scatenando lo sgomento del ragazzo.

Ma in *Saro e la Rosa* non c'è solo questo: c'è il fascismo con la sua

intolleranza, il tabarin napoletano scalcagnato del Salone Graziella, gli incesti fra fratello e sorella, canzoni strappacuore, ribellioni, lingua e dialetto, una madre un po' svanita che ama i fiori e insegua tutta la vita l'idea di ottenere per innesto una rosa azzurra come il cielo...Anzi è proprio da questa dolce follia senile che viene ad Antonio ed Edoardo la voglia di avere in qualsiasi modo quel figlio che chiameranno Rosa se femmina e Saro (anagramma di Rosa) se maschio. Scandito sulle note delle belle musiche composte per l'occasione da Fabrizio Cesare, *Saro o la Rosa* è una surreale

fiaba dolce e amara centrata su di un amore fuori dalla norma, ma anche su di un come eravamo di vita quotidiana: uno spaccato di dolcezza e di ingiustizie, di violenze e di vitalità, fra fumo e grido. All'ottimo risultato dello spettacolo contribuisce per primo Francesco Silvestri che disegna con umanità e autorità un personaggio come quello di Antonio che gli calza a pennello.

Lo affiancano con bravura Luca Fusi e poi Gaetano Callegaro, Antonietta Capriglione, Walter del Gaiso, Nicoletta Johnson, Elisabetta Pogliani, Caterina Scalapri. Da vedere.

GUERRA DI SPOT

## Paolo Rossi per D+ «tradisce» Stream

■ Nella storia della pubblicità raramente si era visto al mondo. Di certo mai si era visto in Italia: il testimonial non consumava il prodotto che pubblicizzava, ma quello del suo concorrente. E invece quanto succede all'attore Paolo Rossi, fino a poco tempo fa testimonial ufficiale della tv «Stream». Non solo da oggi è il testimonial ufficiale della sua diretta concorrente, D+, ma arriva anche a dichiarare nel nuovo spot: «quell'altra non l'ho mai guardata». «Ai non addetti ai lavori potrà anche apparire un annuncio di tipo secondario - ha spiegato Andrea Concato, direttore dell'agenzia che ha ideato lo spot - però nel mondo della pubblicità è una novità clamorosa: è come dire che Nino Manfredi non ha mai bevuto il caffè che pubblicizzava, ma sistematicamente un altro». «Sivede che gli avran dato D+», ha replicato con un gioco di parole Maurizio Dadda, direttore creativo della Dadda-Lorenzini-Vigorelli-Bbdo, l'agenzia che cura la pubblicità della Stream.

## 99 Posse: duri, puri e super tecnologici

Si intitola «La vida che vendrà» il nuovo cd della band «Ma su Craxi la nostra casa discografica ci ha censurati»

DANIELA AMENTA

ROMA Militanti, schierati. Non cambiano quelli della 99 Posse. Cambia, semmai, la musica. *La vida che vendrà*, titolo preso in prestito da una frase di *El pueblo unido* degli Inti Illimani, è un disco bello e moderno. I gruppi italiani difficilmente sanno confrontarsi con l'elettronica: o esasperano i ritmi fino a rendersi invendibili, oppure annacquano le basi, scimmiettano il già sentito, si perdono tra macchine e partiture digitali azzerrando le melodie. La 99 Posse, invece, lancia una sfida e la supera. Techno, una cassa house da discoteca, campionamenti. Un suono forte, molto articolato ma di gran presa. Fino ad oggi parlando della band napoletana, quella nata nei centri sociali ed esplosa con *Curre curre guagliò*, si citavano prima i testi. La musica veniva dopo, optional colorato tra slogan e indici puntati.

Stavolta esiste un equilibrio. Stavolta il messaggio duro, durissimo della Posse può passare attraverso radio commerciali, televisioni, piste da ballo perché *La vida che vendrà* suona. Il gruppo ha deciso di non confrontarsi solo e soltanto col pubblico degli spazi autogestiti o con il variegato universo «a sinistra». Un passo in avanti verso la musica, verso i contenuti che questa può esprimere comunque, a prescindere. Naturalmente le liriche hanno il loro peso. E che peso. Attacchi alla polizia (*All'antimafia*), ai

corrotti e ai media (*L'Anguilla* con video girato all'interno della redazione del Resto del Carlino), rivendicazioni politiche (*Comuntwist*), citazioni di Cossiga che difende Gladio (*Yankée go home*), cover proprio di *El pueblo unido* e iconografia da casa del popolo con tanto di Marx, Mao e l'immane comandante Guevara.

Se non bastasse, appena la 99 Posse parla è subito polemica. Qualche giorno fa se n'è aperta una con Enzo Mattina dell'agenzia interinale campana a cui contestano ruolo, funzioni e aspettative giacché, a loro dire, produce altro lavoro sottopagato e invisibile. Ieri è toccato alla Bmg, loro casa discografica. «Ci hanno censurato un ringraziamento alle "buone notizie arrivate da Hammamet" all'interno del disco. Hanno detto che il riferimento a Craxi era di cattivo gusto. Non la passeranno liscia. Lo ripeteremo in ogni occasione», minacciano.

Così è la Posse. Lucida e irascibile, intransigente e rigorosa. «Noi al Primo Maggio del Vaticano? - ironizza la cantante Meg - Non gli è venuto in mente neppure di invitarci. Sanno come la pensiamo. Avremmo fatto un casino del diavolo, in tutti i sensi. Così, per rivendicare il senso della festa dei lavoratori e dei disoccupati, abbiamo suonato al centro sociale Officina di Napoli».

Se la prendono con i politici quelli della Posse. «Vivere in Italia in questo ultimo decennio non può che provocare



Il gruppo napoletano dei 99 Posse e, a sinistra, la cantante Elisa

sentimenti di rabbia, di stizza e di sconforto. A gestire le sorti della Regione Lazio è stato chiamato un fascista. Per questo insistiamo con la consapevolezza - dice Luca Persico, voce maschile del gruppo - Per questo abbiamo inserito un frammento di un discorso di Cossiga su Gladio. Tanto per rammentare di che pasta è il personaggio in questione a chi ipotizza possibili alleanze». A metà maggio, per le edizioni Cuore, uscirà anche un libro con allegato cd-rom a firma della band che sintetizza le battaglie degli spazi sociali. Un viaggio in metropolitana («sottoterra, perché il potere cerca di tapparci la bocca») in cui ogni fermata è un percorso: disoccupazione, resistenza, prigionia politica... Così è la Posse: dura, pura e tecnologica. Prendere o lasciare.

IL DISCO

## Da parrucchiera a popstar giramondo: il canto libero di Elisa viaggia su internet

DIEGO PERUGINI

MILANO Nel mondo del pop italiano è un caso a parte. Perché fa una musica poco mediterranea e molto internazionale, scrive e canta in inglese, e nulla concede alla moda del pettegolezzo e dell'apparenza. Né, tantomeno, alle questioni di look e visibilità. Elisa viene da Monfalcone, è legatissima alla sua terra, ma sente fortissima l'attrazione per il viaggio e la conoscenza. «Forse perché nel miosanguine c'isone così tante cul-

ture. Il profondo Nord, certo, ma anche il Sud di Gallipoli, e poi Marsiglia e anche un pizzico di Russia» spiega.

Per i più distratti ricorderemo che Elisa ha ventidue anni e ha pubblicato il primo album, *Pipes & Flowers*, nel 1997. È stata scoperta da Caterina Caselli che ha subito creduto nel talento di questa ragazzina dalla voce superba, che di giorno faceva la parrucchiera e di sera si esibiva nei locali. Il debutto è piaciuto a pubblico e critica, tutti colpiti da quel canto libe-

ro e da un pugno di brani dall'appel internazionale. Morale: oltre 250mila copie vendute, premi vari, concerti e la partecipazione alla prima edizione dell'Heineken Jammin' Festival di Imola, dove tornerà anche quest'anno, il 18 giugno. L'atto secondo della piccola Elisa, invece, uscirà domani, ma già oggi chi vuole può ascoltarsi i nuovi pezzi sul suo sito, [www.elisaweb.net](http://www.elisaweb.net), e cominciare a vagliare affinità e cambiamenti: il cd s'intitola *Asile's World*, che con un gioco

di parole e riflessi si può tradurre con «Il mondo di Elisa».

È un disco ancor più rivolto al mondo intero, elettronico e suadente, umorale, autobiografico. Registrato fra Londra e Bologna, con produttori di tendenza come Roberto Vermetti, Mauro Malavasi, Leo Z. e, soprattutto, l'inglese Howie B., famoso per le collaborazioni con Björk e U2. Ne esce il ritratto di una giovane donna in cerca di se stessa («una fricchettona» si autodefinisce), che si fida del proprio istinto, coltiva una spiritualità profonda e intensa, e fugge l'aggressività dei media e il relativo bombardamento di informazioni. Tutte cose che portano anche alla solitudine. Dolorosa, ma necessaria. «Per un periodo ho viaggiato molto e me ne sono stata da sola: ho anche sofferto per questo, ma mi è servito per apprezzare di più la vera comunicazione. Le persone che ho incontrato mi hanno ridato gli stimoli giusti e, alla fine, tutto è coinciso con una serie di avvenimenti personali molto forti. Cose che mi hanno permesso di mettere a nudo certe parti nascoste di me: mi sono messa a scrivere e sono uscite di getto parole che non capivo subito e interpretavo strada facendo. Così sono nate molte canzoni». Quelle canzoni si chiamano *Gift*, il primo singolo (il prossimo lo sceglieranno i fans sul sito), *Asile's World*, *Happiness Is Home*, *7 Times*, *Little Eye*: piccoli ritratti-confessione dove si parla di affetti veri, rapporti recuperati (quello con la madre), risposte interiori, leggi cosmiche-naturali, disagi esistenziali e voglia di riscossa. E altro ancora. Perché «la musica è l'amante migliore», come scrive, tra scherzo e verità, nel libretto interno. Ma alle spiegazioni discalche Elisa preferisce la comunicazione diretta. Cioè cantare. Dal vivo, ad esempio, di fronte alla platea di addetti ai lavori di un locale etnico, il Cargo. Cita Billie Holiday e Tom Waits, numi tutelari, e riprende il suo viaggio. Che, dopo il bagno di folla di Imola, riprenderà in settembre in una dimensione più raccolta.

# l'Unità

## Un quotidiano utile di Politica, Economia e Cultura

### ABBONARSI ...È COMODO

Perché ogni giorno ti sarà consegnato il giornale a domicilio e se vorrai anche in vacanza.

### ...È FACILE

Perché basta telefonare al numero verde 800.254188 o spedire la scheda di adesione pubblicata tutti i giorni sul giornale.

### ...È CONVIENE

ABBONAMENTO ANNUALE

7 numeri	510.000	(Euro 263,4)
6 numeri	460.000	(Euro 237,6)
5 numeri	410.000	(Euro 211,7)
1 numero	85.000	(Euro 43,9)

ABBONAMENTO SEMESTRALE

7 numeri	280.000	(Euro 144,6)
6 numeri	260.000	(Euro 134,3)
5 numeri	215.000	(Euro 111,1)
1 numero	45.000	(Euro 23,2)

