

film d'esordio

Un thriller psicologico con al centro una raffinata e morbosa gelosia approda dopo una lunga gestazione - nel 1990 la sua sceneggiatura vinse il premio Solinas - sugli schermi italiani venerdì, ma per ora solo in due sale romane. È *Il gioco* di Claudia Florio con Jonathan Price, Claudia Gerini e Enrico Silvestrin. Al centro della storia due ragazze, Michela, un'attrice (Gerini), e Corinna, una fotografa la cui vita viene sconvolta dalla pazzia di Mark (Price), un uomo che si spaccia per critico d'arte.

dischi nuovi

## CESARIA È TORNATA E INCONTRA VELOSO

Silvia Boschero

La sua isola arsa dal sole, quella dove non piove mai, dove gli uomini sono costretti a migrare per trovare il pane, ormai è un luogo lontano. Anche Cesaria Evora, la regina della morna capoverdiana, se n'è andata, condotta per mano da un successo inaspettato che dal disco "Miss perfumado" del 1992 ha portato la quarantasettenne "diva scalza" a l'Olympia di Parigi e poi sui palchi di mezzo mondo. Questo è il prezzo da pagare quando la musica "tradizionale" conquista l'occidente intero. Il prezzo che Cesaria canta nella canzone di apertura del suo nuovo disco "Sao Vicente di longe" (il primo pezzo, da otto dischi a questa parte, scritto da lei), quel "Ponta de Fi", dove racconta: "Sono tornata qui: che confusione. Sono andata là: che turbamento. Questi viaggi continui fino a Ponta de Fi non hanno senso, mi lasciano sola. Che razza di vita è questa?".

Un prezzo, che quando non è accompagnato dalla sincerità originaria, e dal giusto entourage di produttori, rischia di travolgere il senso stesso

della musica, imbastardendo di commistioni improbabili.

Fortunatamente questo non è il caso di "Sao Vicente di longe", una mega produzione cantata dalla solita grande Cesaria e scritta, in parte, dall'uomo che in passato ha contribuito a farla sbocciare in fiore, il "compatriota" Teófilo Chantre. Non è il suo caso perché quella signora sinceramente sfrontata, sfrontatamente ingioiellata e con le unghie laccate di blu elettrico che si fa fotografare con una gallina spennacchiata tra le mani, possiede inalterati i doni dell'istinto e della passione. E perché chi ha concepito per lei il nuovo album (in condizioni in realtà totalmente innaturali rispetto agli



esordi di Cesaria, visto l'utilizzo di ben sessanta musicisti e le varie session di registrazione tra Rio de Janeiro, Parigi e l'Havana), conosce il segreto per far incontrare la magia della sua voce suadente e malinconica alla grazia del maestro del Tropicalismo Caetano Veloso (in "Regresso"), di Pedro Guerra (in "Tiempo y silencio"), del grande pianista cubano Chucho Valdes (in "Negue") e dell'Orchestra Aragon

(in "Linda mimosa"). Una raffinatezza di generi che stuzzica i palati occidentali proseguendo quell'armonia inedita tra la morna tradizionale di cui Cesaria rimane fedele ed immobile tramandatrice e la leggiadria della bossa nova, tra il son cubano e la freschezza del bolero fino a tornare a labire i territori del tango.

# Celentano, start col botto

## La sua trasmissione è sotto accusa: lui vuol chiamarla «125 milioni di cazzate», Raiuno obietta, la destra insorge

Bruno Vecchi

MILANO Apriti cielo! Nell'ora della pausa-pranzo e della digestione, gli italiani si ritrovano travolti dalla polemica. E da un fiume di parole in piena, di potenza jalisiana, che supera gli argini, degli avverbi e degli aggettivi, appena il Tg1 dà notizia, in un innocente servizio, del titolo della nuova trasmissione di Adriano Celentano (in onda dal 26 aprile su Rai Uno): «125 milioni di cazzate». Ma come? Ma quando? Ma cosa? Ma dove crede di essere? Tuonano fulmini e lampeggiano saette dalle parti della Casa delle libertà, dove abitano persone per bene e libere veramente. Tutte compatte, in fila per tre col resto di due, a gridare allo scandalo.

Nel direttivo di An, addirittura, creano una sorta di comitato di sceneggiatori. Riccardo De Corato, Franco Pontone e Salvatore Ragno, per divulgare il pensiero: «Cervelli spenti, che devono supplire con la volgarità alla mancanza di fantasia», è l'attacco di un canovaccio già sentito. «Celentano e la sua nutrita pattuglia di autori, capeggiata da Michele Serra, non hanno più idee», è l'ovvio seguito. Che trova subito altre voci all'interno del partito. Per il senatore Adriano Bonatesta, vicepresidente della consulta per l'informazione di An, il titolo proposto per la trasmissione: «E' una forma di turpiloquio fine a se stesso. Una volgarità gratuita ed inaccettabile. Saremmo tentati di dire che francamente ce ne infischiamo di un programma con un titolo del genere».

Un consiglio e un invito a lasciar perdere la bagarre affabulatoria, che non cadrebbe nel vuoto in altri giorni dell'anno. Tanto più che non si sa mai: e se poi il Molleggiato spazia la piazza e annuncia che il presunto titolo era un'invenzione, che lui non l'ha mai nemmeno pensato? Ma siamo in campagna elettorale e tutto fa brodo per una polemica. «Sarebbe opportuno che Celentano ripensasse il titolo, francamente brutto, della sua trasmissione», suggerisce Mario Landolfi, presidente della commissione di vigilanza. Al quale fa subito eco Gustavo Selva, presidente dei deputati An: «Mi auguro che il direttore di RaiUno, Maurizio Beretta, che conosco per il suo senso di responsabilità e di misura, non vorrà avallare una simile iniziativa». Passano pochi minuti e Maurizio Beretta diffonde un dispaccio per non smentire soprattutto la sua misura, intesa come misura dei tagli: vedi la censura all'intervista di Enzo Biagi a Indro Montanelli in "Il fatto". «Quel titolo è una proposta di Celentano e non è assolutamente condivisibile da Rai Uno», annuncia. «È una proposta dell'artista», sottolinea ancora, caso mai non si fosse capito che lui considera Celentano un artista.

Nell'ora che volge alla penna, c'è anche qualche pubblicitario che si sveglia per accodarsi al coro. «125 milioni cazzate? Sì, più una, il nuovo titolo della trasmissione di Celentano», dichiara tra l'ironico e l'indignato Marco Mignani, uno che dell'argomento se ne intende: è suo il copyright di «Una Milano da bere». Ma non sono in molti a pensarla come lui nel rutilante mondo dell'advertising. «Finalmente qualcuno che ha il coraggio di sposare il linguaggio delle gente», fa Oliviero Toscani. Però è un noto provocatore e potrebbe non fare testo. «Dai lanci teaser, alle telepromozioni, per arrivare al titolo, tutto corrisponde ai criteri di una campagna in grande stile», è la sintesi molto tecnica molto pragmatica di Giulio Romieri, presidente della BRW & partners. «Quella di Celentano, che ha avuto sempre il senso dello stramboide e del birichino, è una promessa di leggerezza che resta comunque meno pericolosa di altri che ritengono di non dire "cazzate" ma poi abbondano», chiude il giro Felice Lioy, direttore generale dell'Upa, la società che riunisce gli utenti pubblicitari, ovvero le aziende che la pubblicità televisiva la paga-

no. Una riflessione che suona come un consiglio a prendere le cose con leggerezza, senza fare troppo rumore per nulla. Riflessione per riflessione, va sottolineata anche quella di Antonio Marziale, coordinatore dell'Osservatorio sui diritti dei minori: «Un autentico insulto perpetrato ai danni dei soggetti in età evolutiva. Con i

soldi che la Rai dispensa al Molleggiato, forse si potrebbero sanare tante situazioni che vedono bambini soffrire anche nel nostro paese». Giusto, giustissimo. Ma si potrebbe e dovrebbe fare qualcosa a prescindere dal titolo della trasmissione di Celentano. Sul quale interviene il consigliere d'amministrazione della Rai Giampiero Gamaleri: «Apprendo con sgomento che

Celentano è passato da 24 mila baci a 125 milioni di cazzate. Mi chiedo quali provvedimenti saranno adottati per scongiurare questa ennesima scivolata per l'immagine della Rai». Un grido di dolore raccolto da Giuseppe Giulietti, responsabile delle comunicazioni Ds: «Spero che questa volta Gamaleri riesca a reggere almeno 24 mila secondi prima di tornare a dimettersi».



Due immagini di Adriano Celentano



### complimenti

## Bravo Gamaleri, bel lancio!

Piero Vivarelli

Bravo Celentano! Il suo programma, pur preceduto da intelligenti promo, non è ancora andato in onda e già suscita proteste e polemiche. È bastato l'annuncio del suo titolo, 125 milioni di cazzate, perché scoppiasse l'ira di Dio con l'incredibile consigliere di amministrazione RAI Gamaleri - quello che si dimette e poi si rimette, esemplare più unico che raro della schiatta degli ondivaghi - che ha protestato indignato, chiedendo provvedimenti e sostenendo che da «24.000 baci» a «125 milioni di cazzate» il passo è veramente troppo lungo.

L'ignaro Gamaleri si sbaglia. Il sottoscritto, che ebbe il piacere e l'onore di essere il coautore di «24.000 baci» assieme con il molleggiato, ricorda benissimo che anche allora fu un casino e che ci fu persino una interrogazione parlamentare contro Celentano, reo di essere un militare in licenza e di essersi presentato sul palcoscenico del festival dando le spalle al pubblico. Quarant'anni dopo ci risiamo; il termine cazzata fa ancora più paura dello sberleffo con le spalle rivolte al pubblico. Mentre attendiamo che anche il consigliere d'amministrazione Contri (altro dimissionario/rimissionario) si associ all'intervento di Gamaleri, ci sentiamo di prendere le difese di Celentano, anche senza conoscere il suo programma, che andrà in onda il 26 aprile, perché in una TV, pubblica o privata non conta, in cui la maggior parte dei

conduttori dicono cazzate a ruota libera prendendosi molto sul serio, uno che dichiara già nel titolo di cosa si occuperà non può che destare simpatia e ammirazione. L'attacco al titolo va di pari passo con quello relativo al costo del programma, che sarebbe, secondo alcuni, eccessivamente alto. Ma come si fa a dirlo se ancora non lo si è visto? Il costo di uno spettacolo, da che lo spettacolo esiste, dipende direttamente da quello che ci fa vedere.

Attendiamo quindi prima di protestare. Tante polemiche prima dell'andata in onda si inseriscono a meraviglia nel discusso titolo perché fanno evidentemente parte delle 125 milioni di sciocchezze che il molleggiato ha intenzione di mettere in luce.

Vorrei qui ancora ricordare che dalla sua bellissima edizione di Fantastico a Svalutation a Francamente me ne infischio il nostro "re degli ignoranti" non ha mai sbagliato un colpo, facendosi applaudire sia dal pubblico sia dalla critica.

Ammesso che sia un "ignorante", è certamente più intelligente di tutti i suoi detrattori, con il di/rimissionario in testa. Adriano, in tutti i suoi programmi, ci ha sempre sorpreso, facendoci sorridere ma anche riflettere, raccontando verità che qualche volta si erano volute dimenticare. Insomma, ha sempre fatto casino affrontando argomenti che troppo spesso le televisioni, tutte le televisioni, preferiscono non affrontare. E forse per questo che oltre a dare fastidio fa anche paura.

# Vizi e virtù di un furbissimo artista straitaliano

Maria Novella Oppo

Ci domandiamo: Celentano è mai stato davvero scandaloso? Personalmente riteniamo di no. Anzitutto perché si tratta di una figura del rock nostrano e, in quanto roccchettaro, Adriano non è mai stato né brutto, né sporco, né cattivo. Non ha mai avuto nessuno dei tratti maledetti della rock star, anzi è quanto mai cattolico apostolico e romano, pardon: pugliese-meneghino.

È un difensore della famiglia, benché molto attratto dal peccato di tipo sessuale (come tutti i cattolici apostolici pugliesi), ma per niente attratto dalla droga che, col rock 'n' roll, costituisce la famosa triade sregolata tipica di tante vite bruciate. Ma Celentano non tende al tragico e, salendo sul palco, non si è ispirato all'ancheggiare sensuale di Elvis, ma a quello comico di Jerry Lewis.

Celentano è un uomo d'ordine, spericolatamente incline al potere costituito, ma pazzamente dotato di musicalità. Il che, alla fine, lo fa essere un motore

capace di andare a ritmo di qualsiasi cosa corra nel tempo, macinando spazio come un treno che travolge tutto quello che incontra, tranne i fili d'erba che gli sono cari.

Insomma, Celentano è un artista e come artista è fermissimo nelle sue convinzioni, che sono il suo stile, la sua maniera di stare al mondo, di stare sul palco e di stare in campana. Celentano è furbissimo, come tutti gli ignoranti, ed è ignorante, purtroppo, come la maggior parte degli italiani che non leggono libri.

Celentano perciò, è uno straitaliano o un italiano dello strapaease che si ritiene straccità (Milano). Ma un italiano dotato di un orecchio eccezionale e di un talento insuperabile per la strategia comunicativa. Se c'è un errore che può fare per segnalarsi come diverso da tutti gli altri, lui lo farà. Se c'è un'eccezione che conferma la sua specie di regola, lui la praticherà davanti agli occhi di tutti, con tutto il clamore necessario.

Come quando, per primo, sul palco floreale di Sanremo voltò le spalle al pubblico (odioso) del tea-

tro Ariston. Come quando, davanti al pubblico più grande della tv ("Fantastico", 1987) disse quello che è proibito in tv e cioè niente, lasciando i dirigenti Rai e milioni di spettatori appesi alle sue scandalose (quelle sì) pause di parole e di banalità. Come quando invitò a scrivere sulla scheda del referendum contro la caccia: «Io sono figlio della foca e non permetterò che mia madre pianga».

Come quando invitò i telespettatori a spegnere la tv e come tutte le altre volte in cui fece scandalo il suo essere per niente scandaloso, semmai colpevole di innocente furbizia, di calcolato mestiere e di esecrabile candore. Come quando, nel suo più recente programma tv, collocò tra una canzone e l'altra, tra un'ospitata e una mascherata, degli spezzoni di terribile, sanguinosa verità.

Una sorta di "memento mori" molto cattolico e quasi catechistico. Un ricordo di oratorio, di uno di quei luoghi che, per tanti ragazzi della via Gluck come lui, sono stati momento di nascita di ogni dimenticabile imperativo morale. Perché Celentano, come tutti gli artisti, parla sempre di sé stesso, parla

sempre della sua vita materiale e spirituale. Celentano non inventa, ma ricorda.

Celentano non è un futurista che immagina e organizza il modo di sorprendere il pubblico, Celentano è un evento naturale, è qualcosa che accade davanti agli occhi del pubblico con tutta la musicalità di un temporale, con tutta la facilità del lungo studio che gli costa essere quello che è. E cioè Celentano.

Insomma, Celentano non è dei nostri, ma è il contrario di Maurizio Gasparri, di Ignazio La Russa e di tutti gli altri che ora si fingono scandalizzati per una parola che del resto ben li rappresenta. Una parola che ha acquistato cittadinanza in radio e in tv quando ha acquistato senso.

E cioè, per esempio, quando l'hanno usata un poeta come Cesare Zavattini o un grande comico come Paolo Rossi perché nessuna altra parola aveva la stessa forza espressiva. Le "cazzate" hanno il passaporto di ingresso già da molto tempo in questa tv e, per favore, dove parla Gasparri, non si può censurare nessuno. Figurarsi Celentano.