

taccuino

PROIETTI & VELTRONI
Ancora il mondo dello spettacolo a dar supporto alla campagna elettorale di Walter Veltroni, in corsa per la poltrona di sindaco di Roma: Veltroni e l'attore Gigi Proietti si danno appuntamento questa sera alle 19.30 a via Capraia per una «passeggiata» nel quartiere Tufello della Capitale. Alle 21, poi, Proietti darà spettacolo (gratis) al teatro Tenda del Ponte delle Valli. Nei giorni scorsi anche Benigni aveva accompagnato Veltroni in un altro tour cittadino a Centocelle.

on the rock

CARO DIARIO, SIAMO STATI IN CARCERE...

Modena City Ramblers

In questi anni la strada ci ha condotto un paio di volte all'interno di un carcere come visitatori particolari. Per chi non è del «settore» non è per niente facile, ammesso che possa interessare, entrare in un istituto penitenziario. Per motivi diversi a noi è capitato. E vi assicuriamo che, una volta chiuso alle spalle il portone d'entrata, il mondo cambia assai, e qualcosa rimane dentro anche quando poi se ne è tornati fuori. Sensazioni. Odori. Ricordi. I lunghi corridoi con le enormi inferriate e le alte volte del vecchio e desolato carcere di Verona, senza più detenuti e ormai dimenticato, custodito oggi da un manipolo di guardie lì distaccate mentre tutto è andato trasferito in una nuova e moderna costruzione. Ci capitammo per girare un video, in un'atmosfera surreale e stranante. Le camerate deserte con le file dei letti a

castello. Gli uffici vuoti e impolverati. I bagni anneriti, divenuti rifugio per volatili. La piccola cappella, abbandonata da Dio e dagli uomini. Non c'era rimasto più niente di vivo del mondo che quelle mura nascondevano fino a un anno prima. Eppure la suggestione permeneva. Fortissima. Grigia e densa cento volte la nicotina. Qualcosa che entra dentro e, sostanzialmente, ti fa gustare finanche il sapore dell'aria che respiri, quando ci ripensi da «libero». Ancora prima Rebibbia, più che un penitenziario una vera città dentro Roma. Invitati dal senatore Manconi, andammo a portare la nostra musica. Grazie a una evidentemente illuminata direzione, potemmo conoscere molte persone che li scontavano il loro debito con la giustizia. E anche operatori che quotidianamente vi lavo-

ravano. In questo caso la sensazione opprimente, complicata della primavera e il concerto nel cortile, risultò decisamente stemperata. Soprattutto per la profonda umanità della gente incontrata. Naturalmente non domandammo a nessuno i motivi del loro essere rinchiusi. Ma intuimmo che per alcuni dovevano anche essere gravi. La vita è strana, permetteteci la banalità della frase, ma ripensare a noi che scherziamo con degli ergastolani cantando assieme «Califano» ce lo conferma. Quella volta, usciti e tornati nel «mondo normale», non ci sentimmo liberati. Piuttosto arricchiti da quelle, seppure fugaci, conoscenze. Ricordi, di un mondo «altro». Ma che esiste. Non si può far finta di niente. Un saluto affettuoso ad Adriano Sofri, che tempo addietro ha deciso di non fuggire; la vita è davvero strana, e difficile.

cinema

Il regista Michael Ritchie, che aveva diretto Robert Redford nel film «Il Candidato», è morto a New York per cancro alla prostata. Aveva 62 anni. Ritchie aveva debuttato ad Hollywood nel 1969 dirigendo «Downhill Racer», la storia di uno sciatore interpretato da Robert Redford. Tre anni dopo era giunto «Il Candidato», il suo film di maggior successo, con Redford nei panni di un giovane politico idealista. Successivamente Ritchie si era specializzato in film comici.

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

in scena

teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

Maria Novella Oppo

MILANO «Cazzate» erano e «caz...te» resteranno. Dopo il profluvio di dichiarazioni indignate per il titolo del nuovo programma di Adriano Celentano (in onda da giovedì 26 su Raiuno), annunciato dai tg come «125 milioni di cazzate», si è svolta nella sede Rai di Milano la conferenza stampa riparatrice. Più che una conferenza stampa, in realtà è stata una rappresentazione, nella quale il presidente della Rai Roberto Zaccaria ha fatto da spalla ad Adriano in un dialogo esilarante. Tema: il criticato titolo. Zaccaria chiede a Celentano di modificarlo, magari sul finale. E Celentano dice: «Togliere la e? Poi diventa cazzat ed è ancora peggio». E via con le battute, fino ad arrivare alla soluzione finale della mezza zeta, che sembra più uno scherzo che una censura. «Più di questo non posso fare», dice Adriano, «perché voglio che la gente capisca che si tratta di cazzate».

E come leggeranno il titolo le annunciatrici?, chiede una giornalista furbissima. Zaccaria risponde: «Come vogliono». Celentano invece fa appello alla signora Gruber e alle altre perché rifiutino l'ipocrisia.

E al direttore di Raiuno Beretta, l'uomo che ha censurato Biagi e Montanelli in un colpo solo e ora chiedeva un intervento un po' più incisivo sul titolo, il presidente della Rai, facendo eco a Celentano, ha risposto: «Anch'io ci tengo alla zeta perché mi chiamo Zaccaria e ci sono molti che mi vorrebbero eliminare».

Insomma il problema era serio (la censura invocata da destra non solo sui titoli, ma anche sui contenuti dei variati e dell'informazione) ed è stato satirizzato per tutta la conferenza stampa, senza svelare niente del nuovo programma, per non rovinare la sorpresa. Unica anticipazione, se così si può dire, è stato il promo, un vero e proprio film, montato come un rock di immagini di guerra e di lotta che servono a presentare il personaggio dell'ispettore Gluck, interpretato da Celentano. Infatti, dentro ognuna delle 4 puntate ci sarà un quarto d'ora di fiction gialla a cura dello specialista Carlo Lucarelli, uno degli autori del programma. Insieme a Michele Serra e Linus, che sono stati scelti da Celentano per stima del loro lavoro, come ha detto. E non per i motivi politici che qualcuno ha cercato di insinuare. Rispetto alla campagna elettorale, il Molleg-



Il gatto e Celentano la volpe



Miracolo! Evapora la polemica sulle «cazzate»: ora la Rai gongola, la destra tace

giato ha promesso di non interferire coi partiti e col voto, ma ha anche detto che non eviterà temi politici, perché, come canta nella canzone di Fossati, non si considera né di destra né di sinistra. O, come gli suggerisce Michele Serra, è sia di destra che di sinistra. Miracoli della sintassi politica di Celentano che, così spiega l'intento di un titolo provocatorio: «Perché «125 milioni di cazzate»? Perché le ho contate. Ma nel corso delle puntate basterebbe annunciarne una che vale per tutte le altre. Per esempio, c'è da tempo un allarme da parte degli scienziati sul riscaldamento della Terra e si era raggiunto un accordo. Ma, tutt'a un tratto, Bush (che ha fatto anche altre cazzate quando era governatore), dichiara: pensiamo ad altro. È vero che tutti, più o meno, facciamo cazzate e ne avrò fatte anch'io. Di recente ho rivisto i miei monologhi di Fantastico e ho pensato: quante cazzate ho detto!». Nonostante ciò, a una giornalista che gli chiedeva se si sente un mito, Celentano ha risposto con semplicità: «Sì». E poi ha spiegato: «Io non mi pongo il problema di fare delle provocazioni. Cerco di capire cosa vuole la gente e la

gente si aspetta, ormai, che io dica qualcosa. Non voglio far riflettere nessuno: voglio solo parlare con la gente. Faccio uno spettacolo e non è detto che non si possa anche parlare di cose serie, ma è sempre uno spettacolo».

Saggio e sincero, anche quando ammette il gioco della invenzione della notizia e il furbo uso dello scandalo: «Mi piace giocare coi giornalisti. Tanto, se non hanno la notizia, la provocano loro». E quando invece le domande riguardano le notizie vere (costi del programma e della costruzione di un mega studio televisivo in un hangar di Brughero: 3000 metri quadrati di scenografie), Celentano tace e Zaccaria acconsente, dichiarando che si tratta di cifre che fanno parte del gioco concor-

Il divo ammette: mi piace giocare coi giornalisti. Tanto se non hanno la notizia se la inventano loro

renziale. «Del resto, aggiunge, con Celentano non ci abbiamo mai perso». Ed è la pura verità. Mentre dubitiamo che sia vero lo sconcertante cambiamento di rotta del consigliere di amministrazione Gama-leri, il quale è stato colpito sulla via del filmato e ha dichiarato: «La sigla è di forte richiamo e spiega lo spirito di questo programma: mi ci sono ritrovato. Io rappresento 1/5 del consiglio di amministrazione e sono soddisfatto che sia stato tolto dal titolo 1/5 della parola».

Infine Adriano ha lanciato un appello a David Bowie, che dopo l'incontro a «Francamente me ne infischio» dichiarò: «Celentano è un idiota». «Vorrei che tornasse - ha spiegato il cantante - non per litigare, ma per ridere insieme». Messaggio meno affettuoso per Bonolis, che, secondo Celentano, pretendeva troppo dalla Rai. «Io invece ho chiesto il giusto», ha affermato sicuro. Mentre si è rifiutato di devolvere i suoi guadagni ai bambini africani (come lo invitava a fare un giornalista) dicendo senza ipocrisia: «Non mi sento di farlo. E quando mi sentirò, non verrò ad annunciarlo alla stampa». Ottima risposta, per un idiota.

Qui sopra, la sigla della trasmissione. Nella foto grande Celentano, a sinistra il direttore di Raiuno, Beretta

trucchi del mestiere

«ASINO CHI LEGGE» SIAMO TUTTI VITTIME DI TRAPPOLE PIANIFICATE

GABRIELLA GALLOZZI

Le «cazzate» di Celentano? «Un'efficace strategia di marketing». Klaus Davi, pubblicitario e inventore di personaggi «virtuali», non ha dubbi. Tutta la polemica che in questi giorni ha avvolto la trasmissione del Molleggiato, rea di avere nel titolo una parolaccia, «è stata architettata ad arte dallo staff di Celentano. Mentre la Rai, dal canto suo, ha cavalcato sapientemente l'operazione pubblicitaria. Perché, far parlare di sé, anche se attraverso le polemiche, è il modo migliore per offuscare la concorrenza». Le ire di Beretta, lo sdegno (rientrato all'ultimo momento) del consigliere Gama-leri, insomma, facevano parte di un gioco pianificato a tavolino, destinato a creare il caso, come del resto avviene da sempre per tutti i programmi del «re degli ignoranti».

Anzi, aggiunge Klaus Davi, «ormai esiste una cosmetica della notizia che il mondo dello spettacolo ha trasmesso a tutti gli altri settori della comunicazione». Un esempio? «La notizia dei bambini schiavi sulla nave del Benin - prosegue il pubblicitario - non che non esista questa realtà drammatica, per carità. Ma in questo caso la notizia è stata enfatizzata ad hoc per riportare l'attenzione su questi temi. Un altro esempio, sempre di questi giorni, è la vicenda dell'ipotetico acquisto della Fiorentina da parte di una grande banca americana. La notizia è stata poi smentita, ma intanto si sono creati tensioni ed interesse intorno alla squadra». E gli esempi non finiscono qui. «Proprio ieri il direttore di Raiuno Carlo Freccero ha lanciato l'accusa alla Rai perché non ha messo in onda il promo della fiction sull'attentato a Falcone - dice ancora Davi -». Anche in questo caso, insomma, ha creato una polemica ad arte per far parlare del programma». Tornando al caso Celentano, insomma, conclude il pubblicitario, «l'operazione assomiglia tanto a quelle di marketing. E perché stupire, il capitalismo utilizza tutti i canali della comunicazione per creare consenso intorno ad un prodotto, sia che si tratti di un detersivo o di un programma tv». La morale «pubblicitaria» dunque ricalca la vecchia massima di Napoleone: «parlino male di me purché parlino».

Lo conferma anche Roberto Gorla, creativo della «Gorla & Adress». «Esistono agenzie - dice - che come in una partita di scacchi creano a tavolino delle campa-

gne destinate ad essere attaccate proprio per richiamare l'attenzione. Ne ricordo una della Swish, per esempio, che sorrideva dei non vedenti: scatenò le ire dei giuristi, con seguito infinito di polemiche. La provocazione, insomma, è sempre stato un efficace strumento pubblicitario. E di questa strategia Toscani è stato il grande maestro».

Stupefatta, invece, di come «i media riescano ancora a cadere in certe trappole» si dice Anna Maria Testa, «Perché l'informazione continua a dare spazio a certe notizie che valgono dieci righe - si interroga la pubblicitaria - e non danno risalto ad altre che avrebbero ben più valore? Finché si reterà schiavi di questi meccanismi non cambierà mai nulla». E poi aggiunge: «Con le parolacce che volano oggi in ogni luogo, compreso Montecitorio, come ci si può scandalizzare ancora? È una provocazione senza merito, infantile, come quelle dei bambini. Ben altre erano quelle a cui ci aveva abituato Zavattini nell'Italia democristiana...». Per Anna Maria Testa, insomma, bisogna disinnescare certi meccanismi. «Che sono sempre gli stessi - conclude - : faccio qualcosa di lievemente scandaloso, tutti protestano e io mi porto a casa più pubblico. L'unico modo perciò è cercare di non stare al gioco e magari, di fronte a certe «polemiche», farsi una salutare risata».

Chi è disposto, invece, a difendere comunque Celentano, al di là di polemiche costruite o spontanee, è Angelo Guglielmi, storico direttore di Raitre. «Anch'io - racconta - l'ho avuto sulla mia rete con il programma Svalutazione. Con i suoi eccessi e la sua pazzia è riuscito a rompere la mediocrità e il grigiore delle trasmissioni televisive. Del resto è questo il grande merito di Celentano, quello di aver rotto col varietà tradizionale a partire dalla storica edizione di Fantastico dell'88. Allora, per la prima volta, sovvertì il genere attraverso i lunghi silenzi, i continui inciampi, le prediche. E mentre i critici rimasero sconcertati, il pubblico, invece, lo seguì in quindici milioni».

Ma perché la tv, con tutto quello che manda in onda per altro, sembra essere rimasta l'ultimo baluardo del perbenismo. Tanto che basta una parolaccia in un titolo per scatenare le folle dei moralisti? «Perché la televisione e soprattutto Raiuno arriva ad un pubblico vastissimo. Un pubblico che mediamente non legge né libri, né giornali. Gente semplice, grandi masse che non possono accettare che i personaggi famosi dicano parolacce. Quelle sono patrimonio loro, di chi fa una vita di fatiche, una vita disgraziata, una vita del cazzo, appunto. Ma i ricchi che vanno in tv, e che hanno un quotidiano bellissimo, perché dovrebbero ricorrere a certe parole?».

Con un ridicolo ritocco del titolo (via una zeta) il programma di Adriano andrà in onda su Raiuno a partire da giovedì 26

Davi: una perfetta operazione di marketing. Gorla: esiste una vera fabbrica di polemiche. Testa: i media cadono sempre nell'inganno, che disastro