

new york

LORIN MAAZEL, UN CONCERTO PER L'11 SETTEMBRE
Lorin Maazel esordirà sul podio della Filarmonica di New York con un concerto commissionato per ricordare le stragi dell'11 settembre. Maazel, che ha ereditato il posto di Kurt Masur, non ha annunciato il nome del compositore perché i negoziati con il musicista non sono stati ultimati. La stagione della Filarmonica si inaugurerà il 18 settembre. Oltre alla nuova composizione, verrà suonata la Nona di Beethoven.

help!

ACHTUNG, PIRATEN! MASTERIZZI UN CD? ALLORA SEI UN PERICOLOSEN KRIMINALE

Franco Fabbri

La FIMI ha emesso un comunicato stampa che vari giornali hanno riprodotto in parte, citando il dato di un milione di cd pirata venduti sotto Natale: sarebbero più di quelli regolari, il cui mercato avrebbe segnato un calo del 15% rispetto al 2000. Il fatto che una notizia così possa essere riportata senza commento - nonostante i tempi - è impressionante. Un intero settore economico sarebbe alla mercé della criminalità, e nessuno si muove, l'opposizione non tempesta il Parlamento di interrogazioni, il ministro degli Interni non si dimette. Pazzesco. Se si trattasse del mercato delle arance, o delle sigarette, se ne dedurrebbe immediatamente che ci troviamo in uno stato di completa illegalità: poiché invece si tratta di dischi, la notizia merita un trafiletto nella pagina degli spettacoli. E diamole più spazio, su. Leggiamolo meglio, questo comunicato. Inizia quasi giocosamente, con un

periodo che merita di essere citato per intero. «Feste private a casa, in locali da ballo, al ristorante, molto spesso con cd rigorosamente masterizzati. È questo uno dei segnali, in aggiunta ai dati che provengono dai sequestri di cd falsi, che ha confermato come Babbo Natale sia arrivato, ma per la musica abbia premiato più che altro le organizzazioni criminali che gestiscono il business della pirateria». Attenzione alla logica persuasiva del messaggio. Il fatto che le organizzazioni criminali siano state premiate è confermato da due segnali: il sequestro di cd falsi (ma se sono sequestrati, che premio c'è per i criminali?) e il fatto che alle feste si usino «molto spesso» dei cd «rigorosamente masterizzati». Dei sequestri ci occupiamo fra poco. Vediamo le feste. L'uso dei cd masterizzati in queste occasioni sarebbe dunque uno dei segnali del trionfo della pirateria. Ma chi masterizza un

cd per portarlo a una festa, o il dj che lo usa nel suo locale, o il ristorante che lo diffonde durante il cenone, sono necessariamente dei pirati? Fare una copia di un cd per evitare le conseguenze della sua perdita, del danneggiamento, è pirateria? È pur dando atto di un'interpretazione restrittiva del diritto di riproduzione, se masterizzo una compilation per portarmi a una festa uno o due cd invece della mia preziosa collezione di cd regolarmente comprati, la FIMI mi mette al pari del camorrista che fa stampare decine di migliaia di copie dell'ultimo cd di Vasco Rossi? E se non è così, che senso ha la forma di quel comunicato? Qual è l'obiettivo per il quale comportamenti legittimi (farsi una copia di riserva), o che comunque non danneggiano l'industria (farsi una compilation per uso personale), vengono mescolati a infrazioni evidenti (diffondere musica in un locale senza permesso) e

tutti rubricati come «premio» per la pirateria? Ma veniamo al milione di copie illegali. Come si arriva a questa cifra? Si tratta, dice il comunicato, di una stima. Dal contesto, si intuisce che la stima è basata sull'aumento (del 400%) dei sequestri di cd pirata rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Naturalmente, i pirati non comunicano il loro fatturato. Per indovinarlo, è ragionevole pensare che entro certi limiti la parte che emerge (le copie sequestrate) sia una certa percentuale di quella sommersa (le copie che arrivano sul mercato). Ma se si segue questa estrapolazione alla cieca, si arriva al risultato paradossale che sia meglio per l'industria che le forze dell'ordine non diventino più efficaci, perché altrimenti, se i sequestri aumentano del 400%, vuol dire che anche il mercato clandestino è aumentato del 400%. Be', forse saremo dei pirati, ma proprio somari non siamo.

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

Silvia Garambois

Gira voce che Panariello sia di sinistra. Questo significa che faremmo più volentieri due chiacchiere al bar con lui che con il ministro Gasparri. Eppure Gasparri, con il suo monologo continuamente interrotto dai gol, a *Quelli che il calcio*, è stato più comico di Panariello che affonda il naso nel prosperoso seno di Tosca D'Aquino. Cosa ne dice l'auditel, di tutto ciò? Che Maurizio Gasparri, anche quando ha la tribuna di Bruno Vespa, non raccoglie che sparute truppe di telespettatori. Giorgio Panariello, invece, ha successo. Senza mezzi termini. Dodici milioni di telespettatori per l'ultima puntata di *Torno sabato*: più, assai di più, della Carrà. Alla fine di una stagione televisiva tormentata, che ha trovato sintesi critica nella battuta di Donna Franca, moglie del Presidente Ciampi («è una tv deficiente»), il successo di Panariello merita qualche attenzione particolare: il suo rischio di essere un modello (riproducibile)? Quali sono le ragioni strutturali di questa gloria a 24 pollici? Qualche risposta viene di getto. Primo. Panariello è bravo a imitare Renato Zero. Da vecchio «sorcinio», che sulla sua spiaggia viareggina ha probabilmente provato e riprovato le movenze del maestro, ora ne fornisce mirabile copia. Panariello ha anche dichiarato di ispirarsi a Walter Chiari, Gino Bramieri e alla coppia Mondaini-Vianello, che ricorda di aver visto in tv: ma della loro lezione è assai più difficile scorgere traccia nello show del sabato sera. Secondo. Panariello dice parolacce, e in Toscana questa è tradizione letteraria dai tempi di Boccaccio a quelli di Benigni, che si fece conoscere e amare agli inizi con l'incredibile *Inno del corpo sciolto*. Fa parte della nuova generazione di toscani, quella di Leonardo Pieraccioni e di Carlo Conti, e tutti insieme sono oggetto di attente valutazioni sociologiche.

Un dubbio resta inestricabile, ovvero qual è il limite tra la parolaccia geniale e la volgarità gratuita e fastidiosa: un limite fatto di niente, o ci trovi dentro l'intelligenza, oppure no. Ma quando sul palco di *Torno Sabato* s'avanza una bellissima valchiria seminuda, e l'ingresso viene enfatizzato dagli sguardi insistenti del comico, fissi sulle tette (scena che *Blob* ha più volte riproposto), l'unico dubbio che resta è: ma Berlusconi non voleva ripulire le strade dallo scandalo delle donne seminude? Terzo. Panariello ha inventato un programma del sabato sera itinerante. Gente plaudente, spettatori sinceramente appagati dal varietà, anche in Toscana. Puntata dopo puntata abbiamo visto gli spazi moltiplicarsi. La febbre del sabato sera ha contagiato le città, fino al trionfo di Montecatini. È una ricetta che funziona sempre: la *Zingara* di Raiuno riempiva le piazzette di paese con i suoi indovinelli, ma persino Maurisa Laurito, con il suo programma che non rendeva giustizia a nessuno dei partecipanti, e che è stato presto cancellato dalla tv, aveva il pienone. Quando arrivano le telecamere è difficile resistere al fascino di poter dire «c'ero anch'io». E costringere incollati alla tv amici e parenti di settima generazione. Quarto. Panariello aveva la Lotteria. La Lotteria non è stata contenta di avere Panariello, adesso minaccia di mollare la Rai per altri lidi, perché i biglietti venduti sono stati troppo pochi, ma è difficile non pensare che sia stato un formidabile traino. Il sabato sera della Lotteria non ha rivali. Chiuso sia al timone della serata, te ne stai lì in poltrona ad aspettare in diretta l'arrivo della fortuna, la mitica cornucopia, il numeretto estratto, la telefonata, la pallina, il bingo, non importa. E quando si parla di «lopp» (come è avvenuto l'anno passato con Raffaella Carrà) si fanno sempre

La febbre del sabato sera ha contagiato le città: la formula dello spettacolo itinerante funziona sempre. In più, c'era la Lotteria...

”



Volare basso, ad altezza dei glutei, anche al cinema dà frutti: «Merry Christmas» è un successo natalizio che parla la lingua di Panariello

Come un tacchino che partorisce un Fico d'India

Alberto Crespi

Costa un notevole imbarazzo ritornare su Merry Christmas - film che abbiamo cordialmente detestato - per due motivi: il primo è che per Neri Parenti proviamo una sincera simpatia, il secondo è che eravamo stati cattivi profeti: nel definire il film «atroce» avevamo aggiunto una nota che, in quel momento, era di cronaca, ovvero che al primo spettacolo del primo venerdì sera di programmazione del film, al cinema Dorica di Roma, la sala era semivuota. C'erano solo 20-30 bambini (accompagnati da pochi genitori, o erano tutti fratelli o le mamme e i papà s'erano messi d'accordo per evitare, almeno alcuni di loro, tale sofferenza) che si sbellicavano dalle risate: evidentemente quei pupi hanno dato il via ad un frenetico tam-tam che nei successivi giorni di festa ha trasformato Merry Christmas nel vero successo dello scorso Natale. La notazione anagrafico-generazionale ha un suo valore: siamo convinti che il pubblico di Merry Christmas sia lo stesso di Harry Potter. Avendo avuto la loro dose natalizia di fiaba e di buonismo, gli stessi ragazzini hanno voluto assicurarsi un'altrettanta dose di

rutti e scorgeggie. È come mangiare il panettone la sera di Natale, dopo essersi strafogati di patatine e ketchup alla vigilia. In fondo non c'è nulla di male. La metafora culinaria (dove la parola sta per «mangereccia, legata al cibo», ma può essere anche scomposta in «culi in aria» come nelle vecchie barzellette da prima elementare) è confermata da un'immagine del film per altro abbondantemente rilanciata dai trailers, quella di un Fico d'India (prima o poi impareremo a riconoscerli l'uno dall'altro, come ormai riusciamo a fare con i fratelli Taviani: dateci tempo) la cui testa esce letteralmente dall'orifizio di un enorme tacchino arrosto, e provoca un coccolone alla dama che sta per addentare il volatile. Non è un'immagine grottesca, là dove per «grottesco» si intende la commistione fra un livello «alto» e uno «basso» (e una testa umana che esce da un ano animale è «il» grottesco, per definizione); qui i livelli sono entrambi bassi, vista la sorprendente somiglianza fra il volto del Fico e quella parte del tacchino, e quindi è semplicemente un'immagine orrenda. Ma proprio da lì bisogna partire: dai Fichi d'India e dal sedere arrosto. Il duo comico ha regalato alla ditta Boldi & De Sica un plusvalore infantile innegabile: i Fichi d'India piacciono enormemente ai bambini per la loro comicità primaria, e l'enorme successo

del film è in parte dovuto a loro. Un'altra consistente fetta di merito (almeno sulla piazza romana, dove abbiamo visto il film) va al romanesco di Massimo Boldi: dovevate sentire gli ululati quando urla «mortacci stracci» con accento meneghino! Per il resto, il paragone con Panariello riguarda soprattutto, a nostro parere, il versante De Sica. Trattasi del principio del riciclaggio: nel film interpreta una pilota dell'Alitalia con due famiglie, costretto a giostarsi una moglie e un figlio di troppo quando entrambe le consorti arrivano ad Amsterdam. Inevitabile cogliere in questo un'allusione al ménage vissuto per anni dal sommo Vittorio, che aveva figli da due donne diverse e nelle feste comandate raddoppiava pranzi e cene per non deludere nessuno. De Sica imita il genitore, Panariello imita Renato Zero o chi per esso, in un ritrangersi di personalità che assomiglia tanto a quella che Hegel definiva la notte della filosofia, dove tutte le vacche sono grigie. Con un surplus: la volgarità. È sorprendente la quantità di parolacce che De Sica jr vomita con una sorta di cupio dissolvi, come è sorprendente il tasso peccoreccio di Panariello non appena apre bocca. Con loro come con i tacchini di cui sopra, siamo comunque alla fase orale; o forse a quella anale, chissà. Domanderemo a Freud.

confronti tra ascolti da capogiro. C'è anche un «quattro bis» da contemplare: lotteria o no, il sabato di Raiuno è, per tradizione, il varietà di punta, contro il quale la concorrenza non prova neanche a sferrare attacchi. Proprio quest'anno i manager di Canale 5 hanno tentato di lanciare la coppia Bonolis-Laurenzi contro Panariello, programmi dello stesso stile, convinti di potercela fare a portare a casa almeno un pareggio: è stata una fiera di volgarità dall'una all'altra rete, ma anche un duello senza storia. Il varietà «Italiani» è finito presto in soffitta. In questo modo va a finire che in tv non c'è granché da vedere, e il teleschermo s'accende sul meno peggio, magari su un programma costosissimo e spumeggiante di ospiti, come l'ultima sera della Lotteria, dove non c'era posto per tutti, tra la Ferilli e Zucchero,

Jovanotti e i Nomadi, Lucio Dalla e Biagio Antonacci... E a questo punto conviene parlare di cose noiosamente serie: concorrenza e assetti televisivi. Il successo di Giorgio Panariello, pesa esattamente come il successo di tanti varietà del sabato sera di cui conosciamo gli ascolti ma non il «gradimento» del pubblico, quale che sia formula e conduttore. È uno dei frutti dal gusto sgradevole e indigeribile di un sistema delle tv bloccato. Per legge. E per volontà. Abbiamo dimenticato i volti, i nomi, le battute, anche se eravamo in milioni davanti al teleschermo. E pensare che certi «antichi» tormentoni, come quelli di Renzo Arbore a *Alto Gradimento* o a *Quelli della notte* (grandi critiche, ma mai grandi ascolti), li stiamo tramandando ai figli, si risentono per strada, strappano ancora un sorriso...

Qualità e ascolti non viaggiano sullo stesso binario. Prove alla mano, i dati di sabato 29 dicembre, una serata un po' anomala perché sotto l'influenza natalizia, ma comunque indicativa: su Raiuno c'era Panariello, ha avuto più di 9 milioni di telespettatori; il giallo di Raiuno, appuntamento canonico ma scongiato ai minori (come dice la «signorina buona-sera»), non ha toccato i 3 milioni;

Raitre (che di solito propone i documentari di Alberto Angela) ha giocato la carta di *Il brutto, il brutto e il cattivo* di Sergio Leone, bellissimo e rivisto cento volte, strappando anch'essa 3 milioni d'ascolto; Canale 5 ha puntato sui bambini con il cartoon *Anastasia*, ed anche lei si è fermata a quota 3 milioni; Italia 1, con il solito telefilm, non è arrivata neanche a 2 milioni, mentre Rete4, con un vecchio film rosa, ha superato di poco il milione. La 7 aveva *Zanna Bianca*, ma è una tv che non esiste più, neanche così è riuscita a superare il mezzo milione di telespettatori. Sette tv, e una gran voglia di andarsi a leggere un libro.

Grande successo
Ma abbiamo dimenticato nomi, battute, situazioni
Intanto tramandiamo
quelle di Alto
Gradimento

”