

tipi mitici

**PETER O' TOOLE: NON VOGLIO L'OSCAR ALLA CARRIERA. PER ORA**  
Peter O' Toole, settantenne leggendario attore inglese, non vuole l'Oscar alla carriera e chiede all'Academy di aspettare un'altra decina d'anni prima di concedergli l'onorificenza. «Visto che sto ancora nel giro e potrei vincere la maledetta statuetta, chiedo cortesemente di rinviare l'omaggio a quando avrò 80 anni», ha scritto O' Toole in una lettera inviata all'Academy Awards. Nel corso degli anni, il famoso attore ha avuto sette nomination, ma non ha mai vinto. Il presidente dell'Accademia Frank Pierson - riferisce Bbc on line - ha risposto ad O' Toole che la commissione ha votato all'unanimità e con entusiasmo e che lui potrà ritirare l'Oscar quando vuole. Anche fra dieci anni.

narratori

## GUCCINI & PLAUTO, DUE AMICONI A BRACCETTO SULL'APPENNINO PISTOIESE

Andrea Carugati

«Siamo qui stasera a causa di un gioco che mi è sfuggito dalle mani: un gioco di cui sono complici un paese dell'appennino pistoiese, Pavana, e il mio amico Piero». Francesco Guccini scandisce le parole arrotate dalla sua inconfondibile erre, seduto su una seggiolina al centro del palco trasformato da alcuni tavoli di legno in una vecchia osteria di paese. Siamo a Bologna, martedì sera, in una multisala diventata teatro per contenere tutti. Va in scena una lettura della Casina di Plauto, tradotta da Guccini in dialetto pavanesse, e messa in scena dal Teatro dell'Argine su invito del Centro La Soffitta del Dipartimento di musica e spettacolo dell'Università. «Il pavanesse è un dialetto che ormai parlano solo gli ottantenni - spiega Francesco - ma che ha vissuto fino agli '50 in una vasta zona di Appennino che comprende il pistoiese, parte della montagna bolognese, l'alto modenese, la Garfagnana e la Lunigiana fino alla Liguria. Con Piero, che veniva in villeggiatura a Pavana, ci divertivamo a tradurre film come Un dollaro d'onore in dialetto. Poi, costretto dalle persone che vivono con me a guardare il mondo Beautiful, ho pensato di tradurre una puntata. Infine la scelta è caduta su una commedia bocaccesca di Plauto, soprattutto per il suo carattere popolare e per l'ambientazione contadina». Così, nella versione gucciniana, Casina è diventata Zucarin, un dolce nuziale con zucchero e anice. La storia è quella di Lisidimo (che diventa Limentrio), un senex innamorato della sua servetta Casina e intenzionato a darla in moglie al suo contadino Ollimpione (Celestino) per averla con sé almeno la prima notte. Solo che di questa macchinazione si accorge la moglie di Limentrio che si mette d'accordo con un altro pretendente della servetta, Calino (nome che rimane invariato, dato che si tratta di un gioco di carte molto simile al Tresette) per organizzare uno scherzo ai danni del marito. Così, dopo le nozze, Limentrio trova nel letto nuziale una sorpresa: Calino travestito da sposa. Guccini, in scena, ha svolto il ruolo del narratore, condito da esilaranti chiose in cui ha spiegato il suo lavoro di traduzione: un lavoro non solo linguistico in senso stretto, ma soprattutto culturale. I personaggi di Plauto, infatti, fin dai nomi sono stati «ricostruiti» su scala pavanesse. Così le esclamazioni, gli insulti («spinaio!», ad esempio, è un modo per indicare chi vive al di là del fiume che taglia in due Pavana; mentre «crocchioni» sono quelli che abitano due chilometri più a sud

ne si accorge la moglie di Limentrio che si mette d'accordo con un altro pretendente della servetta, Calino (nome che rimane invariato, dato che si tratta di un gioco di carte molto simile al Tresette) per organizzare uno scherzo ai danni del marito. Così, dopo le nozze, Limentrio trova nel letto nuziale una sorpresa: Calino travestito da sposa. Guccini, in scena, ha svolto il ruolo del narratore, condito da esilaranti chiose in cui ha spiegato il suo lavoro di traduzione: un lavoro non solo linguistico in senso stretto, ma soprattutto culturale. I personaggi di Plauto, infatti, fin dai nomi sono stati «ricostruiti» su scala pavanesse. Così le esclamazioni, gli insulti («spinaio!», ad esempio, è un modo per indicare chi vive al di là del fiume che taglia in due Pavana; mentre «crocchioni» sono quelli che abitano due chilometri più a sud

«strascino» è uno che sperpera). Così il cibo: dal formaggio sardo, al mascarpone, alla lingua di bue. Frammenti di vita quotidiana che colorano l'intelaiatura latina, trasportandola sull'appennino senza che venga perso il sapore denso di un carnevale trasgressivo. Guccini gioca, e giocando fa sul serio: nel senso di far rivivere una lingua quasi estinta che sta studiando da tempo (e che anima i suoi primi due romanzi, Cròniche Epafàniche e Vacca d'un cane). E soprattutto di tradurre nel senso più genuino del termine, ben oltre la dimensione puramente linguistica. Il risultato è un atto d'amore verso il paese in cui Guccini ormai passa buona parte del suo tempo. E dove, se tutto andrà per il verso giusto, la commedia dovrebbe andare in scena la prossima estate.

# Auditel 2002, Rai mai così in basso

Persa la prima serata, Canale5 batte Rai1, esce a pezzi Rai2. Saccà gongola: va tutto benissimo

Silvia Garambois

ROMA Alla Rai bandiere garrule al vento: la tv pubblica è arrivata... seconda. Non è più la «regina» delle serate degli italiani: Raiuno aveva perso il primato già la scorsa stagione, ma quest'anno è andata molto peggio. Mediaset - che ieri, alla pubblicazione dei dati, ha evitato clamori - non solo è tornata sul podio più alto ma è saltata anche sul terzo scanno, scalzando Raidue. Eppure presidente e direttore generale della Rai esprimono la loro soddisfazione, Antonio Baldassarre e Agostino Saccà gioiscono, «è stato un anno durissimo - dicono - ora puntiamo all'innovazione».

Tanto peggio tanto meglio. Dati su dati, cifre e contro cifre, per dimostrare che i problemi sono ormai alle spalle, che è stato l'autunno della ripresa, che l'Europa ci guarda («primi in Europa», dicono). Ma con i numeri non sempre si può giocare a rimpiatto, e questa volta sono i numeri della disfatta. «Gli ascolti hanno il segno meno come gli indicatori dell'autonomia aziendale», accusa l'Usigrai, il sindacato dei giornalisti, a poche ore dalla diffusione della cassetta di Berlusconi, ripreso per tutte le tv, pubbliche e private, dal suo «operatore di fiducia». Quel segno meno brucia a chi lavora alla Rai. La prima tv, la più

amata dagli italiani, adesso è Canale 5. Raiuno è seconda. E al terzo posto, superata Raidue, ora c'è Italia 1, la rete «giovane», la tv dei Visitors, delle Jene e della Gialappa's. Il Cavaliere trionfa. La retrocessione del secondo canale Rai, quello della Riforma, quello voluto per la sperimentazione, quello dove è nata la televisione moderna, la tv di Fichera, di Barbatto, di Ghirelli, è probabilmente la notizia più grave che esce dalle tabelle dell'Auditel. Una notizia sussurrata per mesi, mentre i computer ogni mattina sputavano il responso della giornata precedente: ma così, nero su bianco, è una sconfitta per tutti. Il direttore generale è consolatorio: «La missione di Marano - dice - era di bloccare l'emorragia di ascolti che andava avanti dall'88 e ci è riuscito. Gli ascolti di gennaio sono miracolosi». Sicuri? «Articolo 21», l'associazione di Giuseppe Giulietti e Federico Orlando, scopre al contrario che «la tendenza è a uno scivolamento ulteriore, in pratica si sta delineando il sorpasso anche da parte di Raitre». Il successo della rete di Paolo Ruffini è l'unico dato positivo, e Saccà annota come la «piccola» vada molto bene «nonostante non abbia il tonificante Novecento» (cioè il programma di Pippo Baudo) e sia riuscita a lanciare «Giovanni Floris, un ragazzo Rai». Cozza con il buon senso il bilancio positivo proposto dalla



mini-dirigenza Rai in occasione della presentazione dell'anno Auditel (ma nei palazzi della politica si ricordano ancora che al settimo piano di Viale Mazzini non esiste più un Consiglio d'amministrazione, ma sono rimasti auspicabile meno trionfalismo e più senso di responsabilità», commenta asciutto Paolo Gentiloni della Margherita. «Articolo 21», invece, sottolinea tre dati: il crollo di Raidue (e in particolare il trascinamento verso il basso provocato dal flop di Excalibur), la perdita della leadership in prima serata e il rapporto con i pubblicitari. Raidue, quarto posto nella classifica delle tv con il 12,12 per cento degli ascolti, ha perso una linea editoriale e ha perso anche Santoro. Ma Saccà non se ne dispiace: «Santoro ha costituito un problema - ripete - quando gli è stato detto che doveva fare un programma equilibrato e imparziale. Il giorno dopo, in una intervista, ha rivendicato la sua faziosità. Ecco perché è andata come è andata».

Ecco perché al fazioso Santoro è stato scelto il fazioso Socci, e la rete al giovedì sera ha perso 10 punti di share. I problemi legati al prime time sono quelli che maggiormente preoccupano chi ha a cuore gli affari della tv pubblica, perché è il momento in cui una tv conquista, insieme all'audience e alla credibilità, anche gli investi-

menti pubblicitari. Se nelle 24 ore le tre reti Rai «tengono» - dato enfatizzato dal vertice di viale Mazzini - e nella prima serata che la Rai ha ceduto le armi. La terza questione che desta preoccupazione è ancora legata agli introiti da pubblicità e sono gli ascolti del cosiddetto «periodo di garanzia», cioè quei mesi in cui i pubblicitari tengono particolarmente d'occhio la tv per decidere i loro investimenti. Sono «mesi nei quali la Rai è sostanzialmente sotto Mediaset», dice «Articolo 21», che ironizza: «In sostanza la Rai vince solo nelle fasce meno appetibili per pubblicità, sarebbe dire che non ci si qualifica per la Coppa America ma si vince la coppa del nonno!».

Cosa si dice in casa Mediaset? Probabilmente si brinda, ma il comunicato è di poche righe e in sostanza annuncia i suoi «cinque record indiscutibili»: Canale 5 prima rete (35 settimane vinte, contro 17 di Raiuno), Italia 1 terza rete assoluta (per tutto l'anno), ascolto totale in prima serata superiore al 44 per cento («nonostante risparmi per 70 milioni di euro sui costi operativi televisivi»), meglio della Rai nel «periodo di garanzia» della pubblicità e - stoccata finale - prima nelle 24 ore sul pubblico di 15-64 anni («il più interessante per gli investitori pubblicitari»). Su un solo dato Rai e Mediaset usano la stessa enfasi: i tagli al budget. Ce ne siamo accorti.

Il regista a Roma per presentare il suo «Prova a prendermi» con Di Caprio e Tom Hanks

## Spielberg: com'era bella l'America

Gabriella Gallozzi

ROMA Steven Spielberg di nuovo a Roma a distanza di pochi mesi. Dopo il lancio dell'allora attesissimo *Minority Report*, è tornato nella capitale per quello del meno atteso *Prova a prendermi* in uscita domani nelle sale italiane in 420 copie. E con lui è tornato pure l'idolo delle ragazzine: Leonardo Di Caprio già sui nostri schermi con *Gangs of New York* di Scorsese ed ora anche protagonista, al fianco di Tom Hanks, di questa commedia agro-dolce che, come ormai già tutti sanno - potere della comunicazione! -, racconta la storia vera di un geniale truffatore: Frank W. Abagnale, simpatico ragazzo americano che negli anni Sessanta riuscì a truffare la metà delle banche del paese spacciandosi prima come pilota della Pan Am, poi come medico e, ancora, come avvocato. E finì, dopo l'arresto, negli uffici dell'Fbi come super esperto anti-contraffazione. Insomma, il giovanotto, truffatore in seguito al divorzio dei suoi genitori che lo spinge a fuggire di casa, ritrova la famiglia perduta tra le braccia della polizia federale. E in particolare dell'agente interpretato da Tom Hanks, anche lui senza casa dopo la separazione dalla moglie e dalla figlioletta.

«Ho avuto un decennio piuttosto dark - esordisce Steven Spielberg, alludendo ai suoi ultimi lavori - perciò stavolta ho voluto fare un film più leggero». Dopo *Schindler's List*, *Salvate il soldato Ryan*, e perché no, anche l'ultimo e cupo *Minority Report*, il regista ha cercato ispirazione nei grandi maestri della commedia, da Billy Wilder a Jacques Tati, dei quali dice di «aver subito una forte influenza». «Leggerezza», dunque, è la parola d'ordine. Difficile perciò spostare la conversazione su altro. Poi e poi mai sulla cronaca: guerra o cose del genere. Il regista più famoso del mondo, qualcuno lo ricorderà, spiazzò tutti, proprio in Italia, pronunciando parole in favore di Bush; una volta di ritor-



Steven Spielberg con Leonardo Di Caprio e Tom Hanks ieri a Roma. In alto lo studio del Tg1

no negli Usa ha provveduto velocemente a ritrattare, aggiustando un po' il tiro: «Sono stato frainteso, non ho detto di essere a favore della guerra». Comprensibile, questa volta, che Spielberg ci vada con i piedi di piombo. A chi propone una lettura da «incubo» dell'American dream, su cui si fonda il suo *Prova a prendermi*, lui risponde sorridente: «Mi fa piacere che il pubblico possa avere tante e varie interpretazioni del mio film. Il vero incubo della pellicola è quando il protagonista è rinchiuso nelle prigioni francesi prima dell'estradizione negli Usa. Gli anni Sessanta, piuttosto, li ho voluti raccontare con grande nostalgia: i primi jet che sfrecciavano nei cieli, il sogno americano che sembrava ancora possibile... Poi c'è stato il Vietnam, l'ultimo movimento nella sinfonia della storia americana. Mi ricordo che allora i miei genitori lasciavano le porte di casa aperte: oggi non si può più fare».

Meglio, perciò, secondo il regista di *Intelligenza Artificiale*, raccontare una storia di buoni sentimenti in cui riconoscersi. Lui prima di tutti. Spielberg, infatti, confessa una forte coinvolgimento autobiografico in *Prova a prendermi*. «Anch'io, come il protagonista, sono scappato di casa quando mio padre e mia madre si sono sepa-

rati - racconta - poi ho anche provato a vestirmi da funzionario di una casa cinematografica, ma è finita subito lì la mia carriera da Abagnale. Come regista non mi sento un truffatore: racconto la realtà come la conosco e quando mi è oscura cerco di documentarmi per ricostruirla. È più facile imbrogliare quando si vende un film che quando si dirige».

Spielberg, in versione famiglia, prosegue parlando da papà. Da padre di una numerosa prole, non può fare a meno di descrivere un rapporto padre-figlio come quello che si instaura tra il giovane truffatore e il poliziotto che gli dà la caccia e che alla fine lo «adotterà». «Mio padre compirà a giorni 86 anni - racconta il regista - con lui, dopo il divorzio da mia madre, ho avuto un rapporto di forte conflitto. Per questo nel mio cinema ho sempre indagato il rapporto genitori figli». L'ultima battuta la riserva ai suoi «cari amici» Roberto Benigni e Nicoletta Braschi dai quali, per la cronaca, è andato a cena ieri sera. «Il suo *Pinocchio* - dice - l'ho trovato straordinario, ma sul doppiaggio ho molte riserve. Roberto ha grande immaginazione ed è riuscito a scavare nel personaggio di Colodi: il suo *Pinocchio* è un film classico per bambini di tutte le età».

**SODALITAS**  
presenta la Conferenza nazionale

## Responsabilità Sociale & l'Impresa per il futuro

L'Imprenditoria italiana si confronta sul tema della Responsabilità Sociale d'Impresa

Milano, 10 Febbraio 2003  
Auditorium Assolombarda - via Pantano 9

**Mattino**

Partecipazione ad inviti

09.00 **Registrazione**

09.30 **Apertura dei lavori**  
Michele Perini - Presidente Assolombarda  
S.E. Dionigi Tettamanzi - Arcivescovo di Milano  
Gabriele Albertini - Sindaco di Milano  
Federico Falck - Presidente Sodalitas

10.00 **Il futuro della CSR in Europa e in Italia**  
Richard Howitt - Membro del Parlamento Europeo  
Silvio Berlusconi - Presidente del Consiglio dei Ministri  
Antonio D'Amato - Presidente Confindustria  
Roberto Maroni - Ministro del Welfare

11.15 **Flash su ricerca ISVI**

11.20 **Testimonianze e prospettive**  
Moderatore: Gianfranco Fabi  
Diana Bracco - Bracco spa  
Mons. Vittorio Nozza - Caritas Italiana  
Alessandro Profumo - UniCredito Italiano  
Marco Tronchetti Provera - Pirelli  
Luciano Sita - Granarolo  
Maurizio Romiti - Hdp  
Nicola Aliperti - Hewlett Packard  
Saverio Calla - Calla spa

12.30 **Consegna dei Premi "Sodalitas Social Award"**  
Lorenzo Ornaghi - Presidente della Giuria  
Federico Falck - Sodalitas  
Etienne Davignon - CSR Europe  
Giuseppe Crosti - ISVI

13.15 **Cerimonia del passaggio del "testimone"**  
dall'Italia all'Irlanda, dove si realizzerà la prossima tappa della Maratona europea.

**Pomeriggio**

Partecipazione libera

Per visionare il programma dei lavori e prenotare il Convegno al quale si desidera partecipare: [www.sodalitas.it/maratona](http://www.sodalitas.it/maratona)

14.30 **Apertura dei lavori**

Convegno  
**"Partnership nella comunità e Marketing Sociale"**  
Auditorium Assolombarda - via Pantano, 9

Introduzione: Roberto Maroni, Ministro del Welfare  
Nel corso dei lavori sarà presentata la nuova ricerca sulla percezione della CSR presso i consumatori e rilevanti iniziative di partnership nella comunità.

Convegno  
**"L'impegno sociale delle PMI"**  
Assolombarda - Sala Falck - via Chiaravalle, 8

Introduzione: Carlo Moretti, Gruppo PMI Assolombarda  
Sarà discusso il ruolo fondamentale delle PMI per lo sviluppo di importanti iniziative sociali nelle comunità locali, a confronto con gli approcci delle Istituzioni e del Terzo settore.

Convegno  
**"Finanza e Responsabilità Sociale"**  
Camera di Commercio - Sala Conferenze - via Meravigli, 9/b

Introduzione: Maurizio Sella, Presidente ABI  
Saranno illustrate le condizioni di sviluppo degli investimenti socialmente responsabili e le soluzioni contro l'esclusione finanziaria.

European Business Campaign on Corporate Social Responsibility  
Con il supporto della Commissione Europea

Tel. 02.86460.236/842 - Fax 02.86461067 - Via Pantano, 2 - 20122 Milano - e-mail: [maratona@sodalitas.it](mailto:maratona@sodalitas.it)