

tecnologie

LEGGE ANTIPIRATERIA INTERNET APPROVATA LA LEGGE URBANI

Ieri il Senato ha convertito in legge il decreto Urbani contro la pirateria su internet. Ora un'opera dell'ingegno in rete deve essere accompagnata da un avviso sui diritti d'autore e se ne può scaricare una copia per uso personale. Se il file non ha il marchio, scaricarlo a titolo personale comporta una sanzione di 154 euro che salgono fino a 1.032 se recidivi. Scambiare brani musicali e audiovisivi è permesso solo per file con l'avviso. I Ds si sono astenuti per evitare che decadessero i finanziamenti allo spettacolo, ma, dice il senatore Ds Luciano Modica, hanno chiesto al ministro Urbani di «modificare subito l'articolo che criminalizza internet».

schermo colle

KILL BILL 9-11 (LA TIGRE ASSENZA)

Enrico Ghezzi

Mentre scrivo, sto perdendo una seconda visione di Notre Musique di Godard. Non so cosa possa importare di questo sacrificio, a chi legge. Certo ho visto sempre meno film, dopo questo. E oggi/ieri (c'è qualcosa di più fuoriscena di un giornale?) ho passato un'ora e mezzo a seguire la conferenza stampa di Godard stesso (per cercar di rubare parolimmagini per fuoriorario 'trespassing' i sempre più duri controlli dei sempre più gelosi possessori delle riprese esclusive cammens, evidentemente costose). Solo, non voglio arrivare a essere assente come iersera, quando ho rinviato la scrittura di minuto in minuto fino alla fine del bellissimo malinconico film di Paul Vecchiali, mille volte più intenso di Mondovino, leggero come un crime-movie ballato e cantato, mortale nel portare lo stesso Vecchiali a incarnare l'ultimorespiro del belmondo (jeanpaul) godardiano in un finale che è la fine di un cinema dei film,

delle differenze, degli scarti e dei soprassalti, a favore di un cinema della microossigenazione digitale, di un eternopresente della registrazione che non ha nulla né del pathos di sapere come il solo presente datoci sia il sentirne l'assenza (appunto nella registrazione) né della leggerezza di danzarci sopra, su quell'assenza, senza voler sapere di pubblici preconstituiti da saziare e da comprare. Il regista di Blissfully Yours, il giovane thailandese Weerasethakul, sa per esempio anche troppo bene quel che vuole (come poteva saperlo la 'fabbrica' benettoniana il cui emblema era stato il film di formula 'autore internazionale arte e impegno' -il No Man's Land di Tanovic insomma), ma dopo che in quel film rivelazione di due anni fa mostrava naturale e amoroso il sesso estremo eccessivo inatteso anziano arriva qui (in Sud Pralad/Malattia Tropicale) a trovare innaturale estrema eccessiva inattendibile e fantomatica la natura

stessa. Entra nella foresta da maestro, ma per sperdersi poi e sperderci, in un mulhollandrive dei boschi dove ogni identificazione è fantomatica. Sprofondando, approdando nella stessa precisa invisibilità notturna dell'ultimo movimento kiarostaminico di Five. Dove il formarsi dell'immagine coincide col perdersi del senso, e il senso non può che deformare mutare forzare e sfomare l'immagine. Anche la tecnica (la luce bellissima, i suoni naturali) perde ogni tanto il passo, viene meno: entra una pasoliniana tigre di cartone, il sonoro slitta, sembra provenire da una pellicola riorta, da un difetto del proiettore. E' "la tigre assenza", o il suo anagramma. Film che non sai cosa sono. La conferenza stampa di Godard e' cinema più di tutti i 'film' di Michael Moore messi insieme. Fa ridiventare libri e linguaggi intraducibili (il suo è un vero 'fahrenheit 2004') anche gli attori, dopo aver lasciato la prima parola

all'intermittente DeRousseau. Li fa parlare ebreo, spagnolo, sfidando la mancanza di traduttori in sala. Con una 'passione' e un'attenzione che sono l'opposto del blobbismo di terza categoria del benintenzionato Fahrenheit 9/11, dove Moore si lascia costantemente sfuggire le occasioni dell'immagine, perdendo scorciando sbeffeggiando per esempio (col commento banalissimo dove tutto è già deciso con determinazione da marine ottuso alla Bush) la stupefacente scena del silenzio di Bush nella scuolotta in Florida col libro illustrato tra le mani, appena ricevuta la notizia del secondo aereo penetrato nelle torri di Manhattan. Vuoto di potere, potere del vuoto. Chiedono a Godard di commentare le immagini di tortura e di decapitazione. Ci vuole tempo, per le immagini, per 'dire' anche solo (di) uno di quei quadratini di spazio in cui tutto sembra già esser precipitato.

Ricci: Cucuzza mi fa morir dal ridere

Il padre di «Striscia»: macché moralizzatore, lavoro a svuotare la tv, con stile gramsciano

Silvia Garambois

i precedenti

Una storia di spot mascherati da Vespa alle sigarette

«Ma noi di Striscia la notizia non diamo la caccia a nessuno! Mi fa morir dal ridere che Cucuzza dica: c'è un complotto contro di me... Ma che tristezza, è pieno di mitomani in giro», Antonio Ricci strascica le frasi in genovese, o giù di lì, e continua a menar fendenti: «Nel senso che è stato casuale, siamo stati costretti a vedere in tv la puntata del Quinto Trofeo della Pentola d'Oro alla Vita in diretta, un trofeo che non esisteva. E poi ci sono tutte quelle magliette con le scritte degli sponsor... È sotto gli occhi di tutti».

Le magliette con le pubblicità ormai sono all'ordine del giorno ovunque. Anni fa sia le tv che i giornali oscuravano le scritte: ormai non solo non lo fanno più, ma farlo notare sembra una cosa da bacchettoni.

Non lo fanno più, ma è un altro discorso: l'invasione dei marchi è figlia del reality, da Walter Nudo in poi, tutti i vari Costantini, e poi quello del Grande Fratello... come si chiama... Ascanio... Chi guadagna e chi permette questo? Ma con Cucuzza siamo di fronte ad un'altra questione ancora: io piuttosto mi sarei auto-sospeso perché avevo fatto un collegamento con la quinta edizione di un trofeo inesistente! Ma non è un giornalista? Ma il suo non dovrebbe essere un programma di informazione? E lasciamo perdere le interviste alle vecchiette... Noi facciamo vedere come quella trasmissione era un ricettacolo di pubblicità occulta: l'altra sera abbiamo mandato in onda un filmato per scagionare Cucuzza, un vecchio collegamento con un ristorante che si chiama La Lanterna, e si vedevano gli esterni, le luminarie, gli interni, e avevano fatto una torta apposta con su scritto Michele Cucuzza e il nome del ristorante. Ma la torta poi se la mangiano gli altri, mica lui.

Come l'ha presa la telefonata di congratulazioni del direttore generale della Rai, Flavio Cattaneo? Non ha pensato a una bufala?

Sì, ho pensato a una bufala. E infatti ho fatto controllare. Era la prima volta in vita mia che gli parlavo. Con altri mi ero sentito, con la Annunziata per esempio...

E che vi eravate detti con la Annunziata?

Questo non lo dico. Ma la conoscevo già da prima.

Va be'. E con Cattaneo?

Mi ha detto che c'è dell'altro al quale non siamo arrivati, che vuol fare pulizia per il bene della Rai. Non ha detto cosa, ma tutto sommato queste sono cose di piccolo cabotaggio: mozzarella, scarpe, ristoranti, saloni di bellezza. La pubblicità persistente, quella su cui non si può intervenire, è quella che io chiamo «un sorriso in più», come dicevano ai tempi delle accuse a Baudo, alla Venier e alla Lambertucci, che presentavano gli sponsor con un sorriso di troppo. Sono le pubblicità occulte dei grandi sponsor, la Mazda, la Lottomatica, la Fiat, per fare degli esempi. Sulla Fiat abbiamo fatto vedere come, al di là della telepromozione, ci sia un'ulteriore pubblicità: tutti gli ospiti arrivano su taxi Fiat. Che

Berlusconi sorridente che compare anche a sproposito in tv è pubblicità occulta? Lo è certamente Bruno Vespa che presenta i suoi libri con partecipazioni record in tutte le trasmissioni Rai, senza neppure una scritta che avverta il pubblico dello spottone in onda: è quanto ha denunciato più volte il Codacons. L'organizzazione dei consumatori si era rivolta persino all'Antitrust e all'Autorità per le Telecomunicazioni contro *Quelli che il calcio* di Simona Ventura e *Torno sabato* di Panariello, per aver avuto come ospiti Vespa e il suo ultimo libro. Ed è pubblicità occulta o informazione quella dei film «lanciati» nei contenitori tv, nei varietà, persino al tg? Ha fatto scalpore, qualche mese fa, che l'ultimo film della coppia Boldi - De Sica riuscisse ad avere onori (e minutaggi) non solo a *Domenica in* e a *Torno sabato* (dove gli è stato dedicato un balletto) ma persino nel Tg1 delle 13,30, dove Francesco Giorgino - che compare in una scena del film *Natale in India* - ha intervistato a lungo i protagonisti. Film, dischi, spettacoli: il Codacons ha chiesto alle Autorità e alla Corte dei Conti se «queste promozioni sfacciate che valgono in termini di minutaggio centinaia di migliaia di euro, vengono almeno pagate alla Rai - ossia agli utenti -, o chi altri viene beneficiato». Ma quelle che «fanno notizia» (e polemica) sono le pubblicità occulte legate alle star e ai prodotti di largo consumo: da Irvine a Pippo Baudo e Giancarlo Magalli, da Marco Columbro a Gigi Proietti e Stefania Sandrelli, a Celentano, sono stati tutti al centro di clamorosi casi di cronaca Irvine e Gigi Proietti sono scivolati su... un pacchetto di sigarette. L'Antitrust qualche anno fa era intervenuto contro Rai e Mediaset per essersi «soffermati con insistenza» sul logo delle sigarette poste sul casco del ferrarista. L'attore romano, invece, nelle prime puntate del *Maresciallo Rocca*, aveva suscitato un vespaio di accuse perché tra lui e la Sandrelli c'era sempre... un pacchetto di Ms. Il ministro Sirchia, ipersensibile alla questione del fumo, ha addirittura denunciato recentemente che in tv possa essere fatta pubblicità occulta alle sigarette, con tutto quel che ne consegue per la salute dei telespettatori.

Baudo e Magalli sono «scivolati» sull'acqua minerale, proprio come Celentano: prima l'Autorità Antitrust, poi il Tar del Lazio dove era stato presentato ricorso, hanno deciso che non si può «allungare» una telepromozione dentro lo spettacolo. Si trattava di due trasmissioni, *San Remo giovani* e *Mille lire al mese*, e la Rai sostenne che «i presentatori si sarebbero limitati a introdurre in modo scherzoso e con battute improvvisate il messaggio pubblicitario in modo da evitare che il suo improvviso e meccanico inserimento nel contesto della trasmissione ingenerasse nel pubblico impreparato l'effetto di rifiuto del filmato dello sponsor». Il Tar ha risposto seccamente: «se un messaggio ha lo scopo di influire sul comportamento economico dei consumatori, deve conformarsi alla disciplina specifica in materia di pubblicità e l'invocazione della libertà di manifestazione del pensiero non vale a derogare a tale disciplina».

s.gar.

bisogno c'è che arrivino in taxi? (Ieri a Striscia s'è visto Fiorello, ndr). O la Mazda nello spettacolo della Milly Carlucci: tutte le auto che arrivavano al distributore dove c'era Totti erano Mazda, alle altre veniva oscurato il simbolo. E c'erano i funzionari della Mazda alla guida. Quando lo abbiamo fatto notare alla Annunziata, lei ha stigmatizzato la cosa, e il giorno dopo la Mazda se l'è presa con lei.

E la Lottomatica?

Era la pubblicità di Fabio Fazio, e adesso nel suo programma ci sono gli stessi colori di Lottomatica, l'arancione e il bianco. Non è che sono matto che guardo i colori: sono diventato un esperto perché li chiedono anche a me! Ma dico di no. Poi, a UnoMattina c'è l'inviato che va in giro per le città e dà i numeri: due quadri, otto ingredienti per fare quel piatto e via dicendo, e alla fine li gioca in una ricevitoria. Lo stesso format dello spot di Fazio!

Pasquale Mammaro - accusato di aver organizzato la pubblicità al ristorante nella «Vita in diretta» - si vanta di anda-

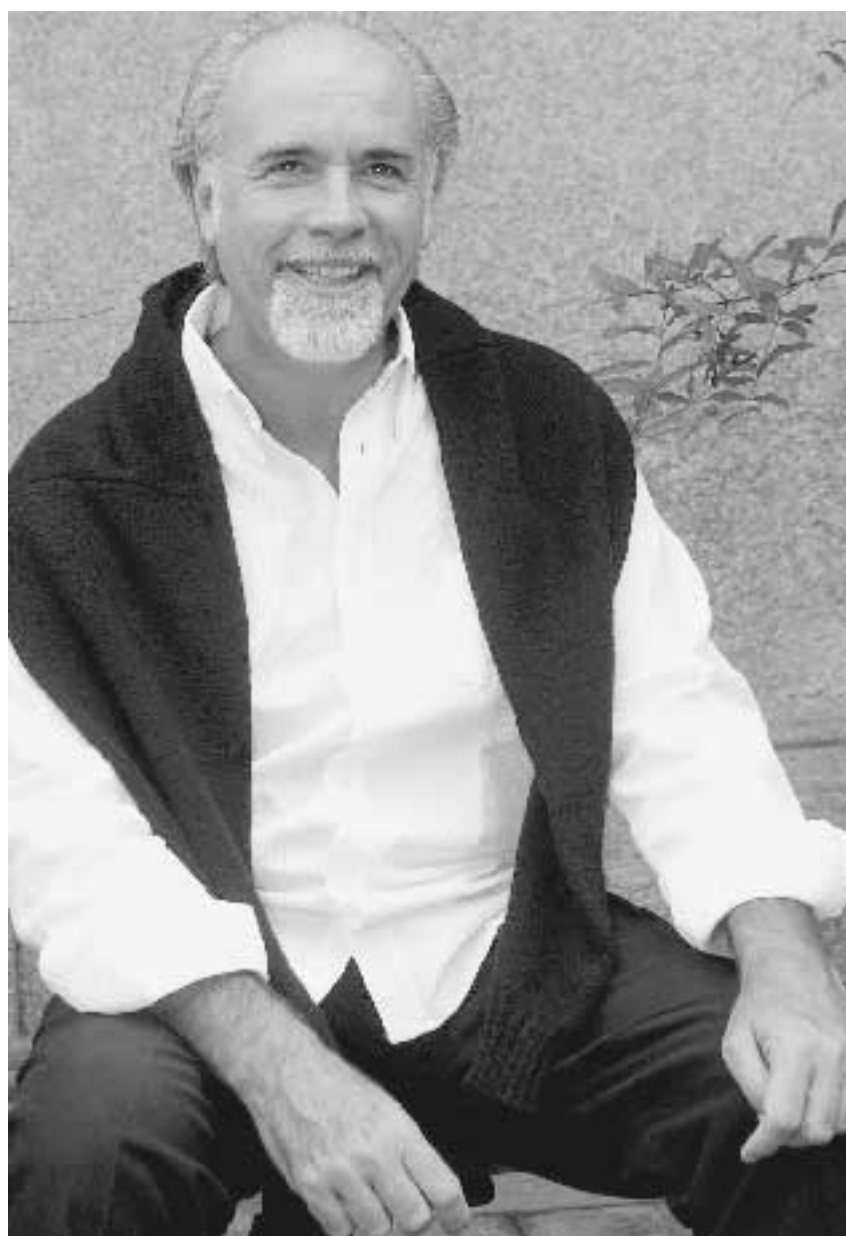
re su tutte le tv con i suoi cantanti; le magliette con gli sponsor si vedono in tutti i programmi; gli inviati nei ristoranti sono in gran parte dei programmi tv; ma voi queste cose a Mediaset non le «scoprite» mai.

Non è vero. Abbiamo fatto condannare la Carlucci su Mediaset per pubblicità occulta. In realtà facciamo anche un piacere quando denunciando queste cose, perché è tutta pubblicità al programma: è successo anche venerdì con Cucuzza, ha avuto ascolti record. L'ho scritto al punto 18 del Codice di Striscia: «Non attaccare alle prime puntate perché fai aumentare gli ascolti ed eliminare il corpo del reato». Quando anni fa abbiamo attaccato il telefilm di Marco Columbro per la pubblicità occulta agli zainetti è passato da 6 milioni di telespettatori a 8.

Funziona lo stesso meccanismo anche quando mandate in onda le gaffe di Berlusconi?

Anche con D'Alema.

A proposito del «Berlusconi maschera-



Antonio Ricci

to», da quando il premier ha deciso di limitare le sue apparizioni in tv, voi non lo avete più trasmesso...

È sparito grazie alla par condicio. Per noi è un colpo.

Comunque, è un modo per renderlo più amabile, simpatico...

Questa è l'ambiguità della satira e della polemica. Non sai mai qual è il limite. Non sai se lo rendi vittima o meno. In un paese cattolico è pericoloso. Per esempio sono rimasto colpito sfavorevolmente da Cucuzza, che si è messo da solo sul patibolo dicendo «Ricci sbaglia ad accusarmi», quando ancora non gli avevo mosso nessuna accusa.

Parliamo delle lenticchie! Perché adesso costringete i telespettatori a indovinare quante lenticchie ci sono nella zuppiera? Eppoi le avete copiate dalla Carrà...

No! È una cosa completamente diversa: queste sono le lenticchie di Esaù, le ho copiate dalla Bibbia. È un esperimento: la dimostrazione che non c'è scoop che tenga di fronte

alle lenticchie. Un colpo di coda del biscione: in cauda venenum...

Del biscione...?! Ora ci sarebbe da chiedere se non è stufo di fare il moralizzatore, ma lei risponderà come sempre che il suo è un tg satirico, eccetera, eccetera...

Invece rispondo seriamente che io trivello il sistema: è una cosa che mi piace, per la quale mi presento nei tribunali con una costanza di cui non mi credevo capace. Visto quanto è forte il messaggio tv, e appetibile la tv, voglio smontarla, spiegarne i meccanismi, svuotarla, denunciarne la natura, cerco di rendere il più inoffensiva possibile questa arma letale.

Detta così, sembra l'altra faccia di «Blob».

È quello che Blob fa per quanti sono già avvertiti. Condivido e mi piace la maniera di Blob. Striscia ha un altro spirito, è gramsciana, cerca il nazionale-popolare. Cerchiamo la provocazione, rischiando di essere noiosi, anche in maniera ossessiva. Ma non c'è niente di meglio della guerra donchisciottesca contro i mulini a vento.

Con Davies sul podio il '900 americano brilla di luce propria

Con due americani del Novecento, il direttore Dennis Russel Davies ha brillantemente condotto la Filarmonica scaligera per strade poco conosciute. Charles Ives, per cominciare, con un lavoro caratteristico del 1914: Three Place in New England, in cui i ricordi dell'infanzia e della giovinezza formano un tritico originalissimo. Com'era l'autore che - nato nel 1874 in una cittadina del Connecticut - si guadagnava da vivere con le assicurazioni e, tra un contratto e l'altro, componeva partiture troppo nuove per il suo tempo. Il suo guaio, come è stato detto, deriva «dal non poter accontentarsi di scrivere musica di seconda mano, immersa nella tradizione accademica tedesca».

Genio irregolare, dipinge nei Tre luoghi nella Nuova Inghilterra tre quadri della sua America: la piazza calma e soleggiata in cui sorge il monumento del colonnello che guidò un reggimento di negri nella guerra di secessione; le bande militari che ridestano il parco con gli squilli degli ottoni in marcia, e, infine, il mormorio del fiume che segue placidamente una coppia innamorata nella passeggiata domenicale. Tre paesaggi tipici, dove l'orchestra Filarmonica rivela sonorità inedite, estatiche o scatenate, in un mirabile gioco di colori.

Dopo l'arditezza di Ives, il Concerto per pianoforte e orchestra, composto nel 1985 da Lou Harrison appare un po' smorto: qualche alterazione armonica e il virtuosismo della bravissima Ursula Oppens accompagnano la decorosa modestia dell'invenzione. Al centro una trovata d'effetto: la precipitosa gara, sul ritmo ostinato del tamburo, tra piano e orchestra, ripresa nel finale, bisattato tra gli applausi del pubblico.

Per completare la serata con un pezzo «americano» famoso, Davies ha centellinato la Sinfonia n.9 «Dal nuovo mondo» composta nel 1893 dal boemo Antonin Dvorak durante il suo soggiorno a New York. Mescolando echi di folklore nero e ceko, è una lettera agli amici in patria che Davies fa viaggiare con raffinata lentezza, limando amorosamente i particolari e coronando con vivo successo l'eccellente serata.

rubens tedeschi

RADIO MARGHERITA

MUSICA ITALIANA IN TUTTA ITALIA

PRINCIPALI FREQUENZE

ROMA 90,70 Mhz	PALERMO 95,20 - 105,70 Mhz
MILANO 92,20 Mhz	BARI 92,30 - 95,20 Mhz
NAPOLI 108,00 Mhz	BOLOGNA 89,80 Mhz
TORINO 91,80 - 88,75 Mhz	FIRENZE 96,70 Mhz
GENOVA 90,10 - 88,80 Mhz	CATANIA 107,60 Mhz

TUTTE LE ALTRE FREQUENZE SUL SITO WWW.RAD.MARGHERITA.COM

Studi a Palermo - Via Marchese di Villabianca, 82 - Fax 091 8724 835 NUMERO VERDE 800.303464