

ULTIMO DELL'ANNO A FIRENZE CON LA PALAST ORCHESTER
Avete mai sentito la Palast Orchestra: sono berlinesi, geniali e folli, rifanno in modo originalissimo, ironico e tecnicamente sorprendente musiche da ballo tedesche degli anni '30 e '40, cover dei Devo, Sex Bombs e, guidati dal cantante, Max Raabe, domani festeggiano la fine del 2004 e l'arrivo del nuovo anno al Teatro comunale di Firenze. Il loro motto? «I piedi che non avvertono subito l'impulso a ballare o sono di legno, o sono sordi!». Concerto a partire dalle 22, con brindisi, panettoni, biglietti da 25, 40 e 75 euro.

danze

LA SFIDA DI MÜLLER: LA PIRATERIA NON È IL DEMONIO E FA CONOSCERE IL CINEMA ITALIANO

Gabriella Gallozzi

«La pirateria ha aiutato il cinema italiano a farsi conoscere all'estero, nei paesi asiatici per esempio. Altrimenti un film come L'odore del sangue di Martone non sarebbe mai arrivato in Cina». Marco Müller, direttore della Mostra del cinema di Venezia ha detto finalmente «una cosa di sinistra». Si al «Simposio di cinema» dedicato alla pirateria e al diritto d'autore organizzato nell'ambito del festival ora in corso «Capri, Hollywood» è riuscito a squarciare il velo dell'ipocrisia sulla questione pirateria. Non a caso uno dei «cavalli di battaglia» del ministro Urbani che, dopo essere stato responsabile del disastro del nostro cinema, ha identificato nella pirateria un buon capro espiatorio, da combattere con una legislazione ad hoc, per giustificare le inadempienze della

sua politica nei confronti del cinema. Più realisticamente Müller ha spiegato che il controllo «da parte dei distributori e produttori non basta. Ricordo di aver acquistato io stesso un dvd pirata in Cina di Shark's tale, film che avevamo proiettato in piazza San Marco in anteprima mondiale durante la Mostra, effettuando controlli eccezionali. Ho così scoperto che la colpa non era nostra, quel dvd era una produzione franco-inglese, probabilmente l'avevano copiato a Toronto». Fermare la pirateria con misure sanzionatorie, insomma, è una pura illusione. È un po' come pensare di fermare i flussi migratori con leggi come la Bossi-Fini. «In Italia oltre quattro milioni di persone scaricano da internet film e otto milioni scaricano musica», testimonia il

capitano Gaetano Cutarelli della Guardia di Finanza, tra gli ospiti del convegno di Capri. E sarà pure che le «multe», i controlli e quant'altro servono a combattere il mercato pirata come ribadisce il capitano delle fiamme gialle affermando che «il solo annuncio della Legge Urbani e delle nuove misure ha fatto calare del 30% la pirateria via Internet». Quello che serve davvero contro la pirateria è una politica più generale sui costi dei prodotti sia musicali che cinematografici. E l'ha capito e messo in pratica la Apple, infatti, col suo nuovo Store per internauti dove scaricare un brano costa appena 90 centesimi. E quel che conta di più è che la qualità è più alta di quella dei brani scaricati gratuitamente in Mp3. In questo modo,

allora, si è davvero registrato un calo della pirateria musicale anche in Italia. Del resto i modi per aiutare l'industria cinematografica possono essere tanti. Al di là delle crociate di facciata contro i «pirati» dell'audiovisivo. Müller, per esempio, rilancia l'idea di vendere i dvd direttamente nei cinema. O ancora, prosegue, «a delle mattinate nelle sale dedicate ai documentari e alla possibilità di far passare nei cinema anche i cosiddetti film «invisibili». Credo infatti che i buoni film siano come il buon vino: possono invecchiare bene. A volte il fallimento di alcuni produttori ha reso per l'appunto «invisibili» tante vecchie pellicole che meriterebbero di essere riscoperte». E magari, in questo caso, fossero attivi i pirati.

idee

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la «Consulta Rodari»
in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la «Consulta Rodari»
in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

in scena
teatro | cinema | tv | musica

“ Vanno i Blue Robbie Williams poi Zero, Laura Pausini, Conte Morandi

Giancarlo Susanna

C'è poco da discutere, anche uno dei settori più importanti per la «destinazione regalo» delle feste natalizie, quello della musica leggera, ha risentito della situazione economica e della contrazione dei consumi. E forse anche per questo durante le feste gli acquirenti sembrano essere andati sul sicuro, senza voler osare nuovi titoli: raccolte di artisti dal successo internazionale, ovvero della pop band inglese dei Blue, della popstar Robbie Williams, di un antico e sempreverde amore, Lucio Battisti, poi Celentano, gli U2...

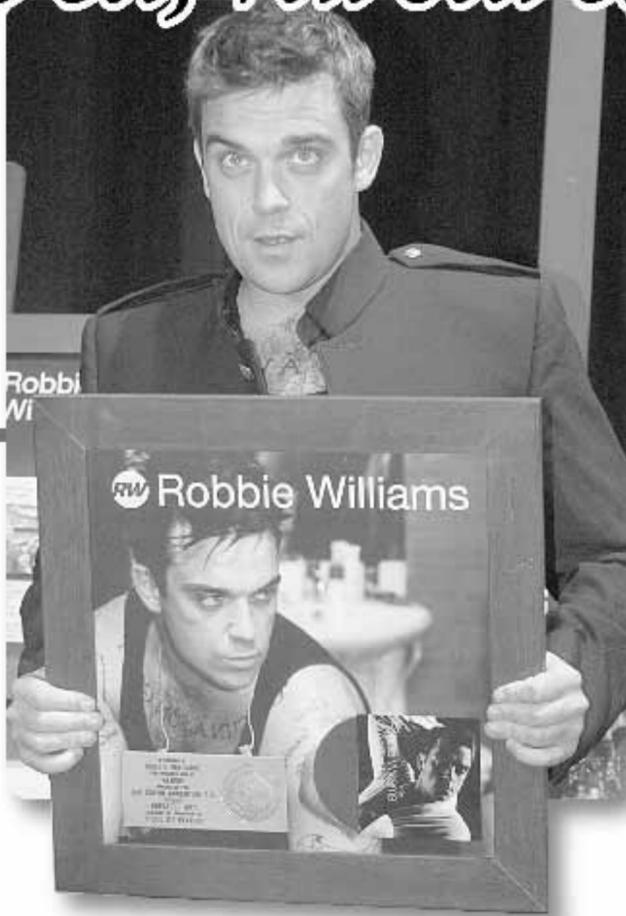
D'altronde gli italiani hanno meno soldi da spendere, senza contare che tutto il mercato della popular music - quella cioè diffusa attraverso supporti come cd, dischi e nastri - in questi ultimi anni attraverso dei mutamenti radicali. Il cd, principale responsabile del declino e della pressoché totale scomparsa dei 33 e dei 45 giri, sta per diventare un oggetto altrettanto obsoleto. Ormai la musica si «scarica» dalla rete ed è quasi completamente sganciata da un supporto, meccanico o digitale che sia. A tutto questo va aggiunto, soprattutto per quanto riguarda il nostro paese, il fenomeno della pirateria, che incide non poco sul calo delle vendite dei cd ufficiali. Sorprende semmai constatare che, nonostante tutto, il cd è ancora uno dei regali preferiti dal pubblico italiano, che può contare anche sui titoli del catalogo messo spesso in vendita a prezzi abbastanza accessibili dalle case discografiche e dai negozi delle catene Feltrinelli/Ricordi, Melbookstore o Fnac.

I dati diffusi dalla ACNielsen confermano quanto abbiamo appena detto: ai primi tre posti della classifica di vendita natalizia troviamo tre raccolte - nell'ordine il Best dei Blue, che sono nati nel 2001 e già si buttano sull'antologia dei propri successi, il Greatest Hits di Robbie Williams e Le avventure di Lucio Battisti e Mogol, con un inedito e i pezzi «storici». Dobbiamo arrivare al quarto per imbatterci in un album nuovo, quello di Celentano, C'è



MUSICA POP

Feste e cd, vai sul classico



Robbie Williams a sinistra Lucio Battisti, qui sotto Adriano Celentano



“ Assediato da internet e pirateria, il cd fatica sempre di più sul mercato

sempre un motivo. L'insidabile e imprevedibile Adriano sta recuperando su un esordio nelle classifiche non proprio esaltante, ma alla fine si conferma come uno dei pochi cantanti italiani capaci di reggere ai mutamenti di cui si diceva. Stessa cosa potremmo dire per Renato Zero, ottavo con *Figli del sogno*, un live che è un po' antologia, per Gianni Morandi, nono, e per Mina, decima con la sua *Platinum Collection*. Vanno bene anche gli U2, quinti con il loro nuovo *How to dismantle an Atomic Bomb*, Gigi D'Alessio e Laura Pausini, rispettivamente sesto e settima con due cd usciti da poco, *Quanti amori* e *Resta in ascolto*. Questi dati ci vengono sostanzialmente da un negozio «generalista» della capitale come quello delle sorelle Marcotti, che aggiunge tuttavia ai dischi della classifica ACNielsen *Buoni e cattivi* di Vasco Rossi e *Peachtree Road* di Elton John. La classifica degli album più venduti dal 21 al 28 dicembre stilata dall'Associazione fonografici italia-

ni-Afi peraltro è simile: primi i Blue, seguono Celentano, Battisti, Robbie Williams, U2, Renato Zero, Laura Pausini, l'ultimo Paolo Conte (e qui si discosta dall'altra graduatoria) all'ottavo posto, Mina al nono e Gigi D'Alessio al decimo.

E se volete un'idea di com'è andata la musica ma non quella di maggior successo? Tutt'altra aria si respira da Disfunzioni Musicali, nel quartiere romano di San Lorenzo. Al primo posto troviamo una ristampa dei Virgin Prunes, band di punta del post punk irlandese tra la fine degli anni '70 e i primi '80, se-

guita dai cd dei Franz Ferdinand, di Ben Harper, di Electric Masada (quarto volume di uno dei mille progetti di John Zorn), delle Cocorosie, dei Pansonic, degli italiani Pgr, dei Clash (l'edizione deluxe del leggendario *London Calling*), di Bjork e di Micah P. Hinson, nuovo eroe dell'alternative country americana. Il segnale potrebbe apparire indecifrabile rispetto ai «grandi» numeri delle vendite, ma la dice lunga sulla difficoltà di leggere e interpretare i movimenti del mercato discografico italiano.

Sarà che sono tempi duri, ma per le feste un regalo come il cd di musica leggera ha visto vincere le raccolte di popstar o «classici» tipo Battisti a scapito di nuovi titoli. Se la cava solo gente come Celentano o gli U2, una certezza per i fan

contro la crisi del cd

Silvia Boschero

Live Aid e Queen, poche sorprese sul fronte del dvd

Addio vecchio cd. Nonostante tu sia nel fiore degli anni (circa venti), il tuo tempo sta passando. Impietoso mercato, che ti relega dietro ad altre preferenze: la musica su cellulare ad esempio, per la quale ci si accontenta di una suoneria polifonica, e ovviamente, il dvd, tendenza cavalcata già da qualche anno. Negli Stati Uniti, secondo gli ultimissimi dati di vendite, non sono bastati i best seller dei dischi di Eminem e degli U2 per risollevare il mercato della musica. La ripresa c'è stata, ma impercettibile e sicuramente sotto le aspettative. Allora via all'incremento sulla produzione del dvd musicale, che pare più fresco, più interattivo, più «sostanzioso» per chi deve tirar fuori un bel po' di soldini. In fin dei conti il dvd, all'artista e alla sua casa discografica, può costare assai

meno della realizzazione di un disco: basta riprendere un concerto e aggiungere qualche registrazione del dietro le quinte e, se va bene, anche una bella intervista. Lo hanno fatto gli Incubus e gli Aerosmith, entrambi usciti da poco con il loro primo dvd, ma anche David Bowie con il live registrato al The Point di Dublino nel 2003, una delle ultime tappe del «Reality Tour». Poi c'è la premiata ditta due in uno: ovvero mettere assieme cd audio e dvd video e infiocchettare con confezione prestigiosa da pacco regalo (negli Usa e in Canada i due colossi Sony Bmg ed Emi si sono già alleati per realizzare un nuovo supporto digitale chiamato DualDisc: cd

su una facciata e dvd su un'altra). Nel frattempo, con la vecchia tecnologia, l'impresa è riuscita a Michael Jackson con il suo *The Ultimate Collection*, un box di quattro cd e un dvd contenente il meglio del repertorio dal 1969 al 2004, e ai Nirvana di *With the lights out* (i tre cd e un dvd). Ma è stato il cofanetto dei cofanetti a vincere la battaglia delle vendite: quello del *Live Aid* diciannove anni dopo, con tutte le immagini del super concerto benefico che il 13 luglio 1985 catalizzò l'attenzione del mondo (il prezzo suggerito era di 50 euro, ma qua e là nei negozi italiani ci si è sbizzarriti). Le case discografiche si

sono buttate a capofitto sul business, in primis la Universal con la collana Deluxe Sound and Vision (Cd + Dvd) lanciata nel 2003 (nel primo anno le vendite hanno raggiunto 300mila pezzi complessivi in Europa e ora hanno superato il milione in tutto il mondo). Il pezzo più ambito fino ad oggi è la *Definitive Collection* degli Abba, seguita da Bob Marley, i Cure, i Dire Straits. Anche le altre etichette hanno tirato fuori i loro pezzi pregiati: grande fortuna sulla lunga distanza (visto che è uscito qualche mese fa), l'ha ottenuta ad esempio il video di un'icona musicale intramontabile, quella di Freddie Mercury con il cd e dvd live *Queen on fire - Live at*

the Bowl, testimonianza dell'esibizione dal vivo della band tenuta in occasione del concerto al Milton Keynes Bowl nel 1982 durante l'«Hot Space Tour» (con tanto di inediti, clip, interviste e alcuni estratti delle performance dei Queen tenute in occasione delle tappe del tour di Vienna e Tokio). Poi ci sono i dvd che non fanno maxi incassi ma che sono piccole perle, vedi quello di Eric Clapton col suo *Session for Robert J.*, dove J. Sta per Johnson, il padre del folk blues statunitense e vecchio pallino di «Slow Hand»; per lui una confezione speciale cd più dvd con esecuzioni live registrate durante quattro diverse sessioni

e una finalità nobile: aiutare i paesi più poveri dell'Africa.

Anche gli italiani negli ultimi tempi si sono organizzati, e il più fortunato fino ad ora, almeno in fatto di vendite durante le festività natalizie, è stato Renato Zero, secondo in classifica solo alla band Blue col doppio dvd e cd dell'ultimo concerto tenuto allo Stadio Olimpico di Roma davanti ad 80mila persone (più di 80mila copie vendute), seguito da Eros Ramazzotti, Zuccherò, Vasco Rossi, i Pooh e Fabrizio de André. E se è vero che a vendere di più sono stati i soliti noti, di dvd musicali ne sono usciti tantissimi, di band più o meno conosciute: quello di Piero Pelù a sette anni di distanza dall'ultimo *Croce e Delizia* di Litfibaiana memoria, quello di Mia Martini (col concerto che tenne nel 1982 registrato dalla Televisione svizzera italiana, *Mia Martini in concerto*) o quello della Bandabardò.