

tant'anni), la tatuatissima dj La Pina, i giornalisti «di tutte le maggiori testate» schierati in batteria a certificare la poderosa avanzata dello show, gli insegnanti che hanno addestrato i ragazzi nei mesi di «reclusione», i radiofonici, i discografici, il capo di Canale 5 Massimo Donelli...

Amici è una macchina da guerra affascinante e paurosa. Al centro di tutto c'è Maria. Quasi una divinità del piccolo schermo - dea Khali per chi la teme, postmoderna Madonna di Medjugorie per chi la ama - sicuramente un'autorità indiscussa che mette in soggezione sinanche i capi Mediaset, la creatrice di una macchina spettacolare capace di concedere gli ultimi sprazzi di vita ad una discografia prati-

Controllo

Lei dirige dirige tutto: fa cenni ai cantanti, consiglia i ballerini...

camente esangue e di sfornare un fatturato milionario senza cedimenti, costruito sui dividendi del mistico televoto che tutto può e tutto determina e sulle le vendite un tanto al chilo dei cd alle casse degli autogrill, edificato sui passaggi pubblicitari e anche sulla filiera dei gadget e dei rotocalchi, ma soprattutto incardinato sulla potenza (forse un po' allucinogena) di un sogno: quello di una televisione che crea le fondamenta dei miracoli ma poi appare capace anche di realizzarli, secondo una drammaturgia dettagliatissima di cui Maria è la suprema regista.

SUL PODIO PIÙ ALTO

Nell'arena, tra vari laghi di cigni e vibranti evoluzioni vocali, va in scena tutto il meraviglioso melodramma: ecco allora il ballerino Denny che decide di licenziarsi dal corpo da ballo della Scala per partecipare ad *Amici* ed ottiene sinanche un contratto di lavoro con una importante compagnia di danza internazionale, ecco la «ragazza semplice» Annalisa che sfida tutte le avversità unicamente grazie al suo straordinario talento, ecco il problematico Virginio, «che si incolpa di tutto» (Maria *dixit*) ma che finirà, solo apparente il paradosso, in ginocchio sul podio più alto. Lei per loro è «la mamma» (secondo la definizione di Emma Marrone, vincitrice della scorsa edizione), la maestra, la psicanalista, la suprema consigliera. È lei il centro mistico dello spettacolo: dal lato sinistro della scena - una specie di ring, un'arena dei leoni - strizza l'occhio a Denny, fa un cenno col capo ai cameramen, consiglia i ballerini: «Con tutti questi

coriandoli per terra, giudicate voi se ballare o no: potrebbe essere pericoloso». Loro, ovviamente, escono impavidi sulla scena.

E così, mentre le ugone dei bravi ragazzi si spingono su vette sempre più alte (il crescendo qui è una specie di continuo *coitus interruptus*) lei è la maestra assoluta dell'understatement: di sé sottrae quasi tutto - parole, gesti - eppure domina senza il minimo tentennamento. Arrivano, in fervido pellegrinaggio, le «miracolate» (sono loro a porsi così) delle precedenti edizioni, Alessandra & Emma: venute, sì, per duettare con i finalisti Annalisa & Virginio, ma soprattutto a render grazia a Santa Maria dei talent. «Grazie Maria, tu mi hai preso per mano: mi hai portato fin qui e questa mano non l'hai più lasciata»: così Emma, che esplode nei singhiozzi quando la dea le consegna il disco di platino ottenuto grazie alle vendite stratosferiche. E piange di calde lacrime anche Alessandra, una che oramai riempie i Palasport e sbanca le classifiche: «Lo fa ogni volta che viene qui», si sente sussurrare nelle prime file. Lacrime per Virginio, quando Maria legge una lettera a lui indirizzata e gli fanno avere la prima copia del suo cd fresco di stampa. Idem Annalisa: occhi rossi e singhiozzi senza freni.

Solo pochi malevoli sussurrano la storia di Dennis Fantina, il primo vincitore di *Amici*, che sarebbe tornato a lavorare in fabbrica, o fanno il gioco dei volti dimenticati del talent show, molti di più di quelli i cui po-

Commentatori

Platinette sembra ancora più gigantesca che sullo schermo

ster oggi riempiono le camere degli adolescenti. Ma non importa. Ne è scorsa di acqua sotto i ponti da quando *Amici* era la versione tricolore di *Saranno famosi*: dieci anni fa la fabbrica De Filippi era un programma tra gli altri, oggi «è un fenomeno di costume nazionale», come alle due di notte dice il direttore di Canale 5 Donelli, ben consapevole che è lei, «la Maria», a condurre i giochi.

L'ultimo colpo di genio di una regia perfetta è la consacrazione: l'altra sera in questa arena sono scesi Roberto Vecchioni e Fiorella Mannoia, a portare la benedizione della canzone d'autore. «Perché tu sei vicina alla gente», ha detto il professore. Chissà, forse è vero. Di sicuro è un altro miracolo di Maria la Santa. ❖

La Barbuta delle polemiche Ma Resca e il «creativo» Andrea Ettore gongolano

La Velata barbuta non piace alle numerose dipendenti del Mibac: il messaggio è maschilista (oltre che inestetico). Ma Resca, committente, e Ettore, il creativo, gongolano: parlatene anche male purché ne PARLIATE.

LUCA DEL FRA

arlfed@fastwebnet.it

Lo hanno scherzosamente soprannominato «L'ermafrodito di Arcore» ma, tranquilli, non avendo frequentato bunga bunga non sarà il nuovo tormentone di primavera: si tratta invece della campagna promozionale che il ministero dei Beni e delle Attività Culturali (Mibac) ha lanciato per l'otto marzo, festa della donna, dove campeggia la «Velata» di Raffaello con aggiunta di barba. Una donna/uomo barbuta/o che ha scatenato una notevole irritazione tra le donne, tanto all'interno del ministero - e ricordiamo che il Mibac benché comandato da uomini vede una fortissima presenza femminile -, ma anche fuori dalle mura del Collegio romano. La campagna rischia di diventare un nuovo autogoal per chi la ha progettata: ovvero la direzione generale alla valorizzazione - per intenderci quella voluta dal ministro Bondi e da lui affidata all'ex manager McDonalds Mario Resca -, e per il suo autore Andrea Ettore. Ma i Resca boys, come li hanno soprannominati, sembrano invece considerare il clamore intorno alle loro iniziative un punto a favore, seguendo la massima: parlatene bene, parlatene male, purché ne parliate.

Ed eccoci qui a parlarne. Diciamo pure che la campagna è di per sé un po' criptica: benché sempre piaciuta, la donna barbuta dei manifesti dovrebbe mostrare quanto poco attraente sarebbe l'arte senza la presenza di un dolce e glabro volto femminile. Una strumentalizzazione che vede nella donna solo un oggetto, veicolo di edonistica bellezza? Sul sito del Mibac, a fianco della mirabile opera leggiamo: «corpo e spirito, passione e sentimento, amor sacro e amor profano, madre e amante...». Una volta avrebbero sintetizzato: «madonna e puttana», insomma lo slogan giusto per l'otto marzo.

Figlio di un pubblicitario del rango di Paolo Ettore - l'autore delle campagne per Walter Veltroni e Enrico Gasbarra oltre che pezzo da no-

vanta di Saatchi and Saatchi e scomparso tre anni fa -, Andrea Ettore con le sue campagne per il Mibac ha più volte suscitato clamore: quella con il Colosseo circondato dalle gru - slogan «Se non lo visiti lo portiamo via» - dopo i crolli di Pompei è oggi considerata una profetica confessione d'incompetenza del ministro, ma quando uscì causò un putiferio. Il suo penultimo capolavoro creato per la festa degli innamorati è stato censurato: due ragazze si recavano in un museo e i loro occhi si posavano su un bel atleta marmoreo. Il malizioso sguardo faceva saltare alla statua la foglia di fico. Fico, no? «No!» ha tuonato Paolo Bonaiuti preoccupato che in pieno «Ruby gate» venisse frainteso.

Ma alla direzione di Resca ti sbattono in faccia un volume di rassegna stampa alto un mattone con testate di tutto il mondo che citano le loro campagne, a miracol mostrare di come abbiano fatto centro e quanto si siano diffuse, anche gratuitamente. Pare che Bondi andasse in sollucchio di fronte a tali tomi, ma non li leggesse: altrimenti si sarebbe reso conto che queste iniziative sono state riprese soprattutto per veicolare nel mondo l'immagine dell'Italia dei crolli di Pompei che abbandona a sé stessi i suoi gioielli più preziosi, vale a dire arte e cultura. ❖

IL DEBUTTO

Albertazzi in cerca dell'ombra di Picasso tra le danze di Graham

MOSTRI SACRI Martha Graham è stata definita il Picasso della danza. Adesso arriva uno spettacolo che li accosta davvero i due «mostri sacri» dell'arte: è «Cercando Picasso» e il filo conduttore è Giorgio Albertazzi che per la regia di Antonio Calenda tessesse un affresco visionario intorno alla figura del pittore spagnolo con la complicità delle danzatrici della Martha Graham Dance Company. Tra un pezzo di repertorio storico (come il celeberrimo «Lamentation» danzato da Janet Eilber) e una messinscena che Albertazzi anticipa essere «nudità, rischio, sperimentazione, tentativo di vedere e non solo di guardare», lo spettacolo debutta oggi a Messina al Teatro Vittorio Emanuele e arriverà a Roma al Quirino da martedì al 27 marzo per poi passare alla Pergola di Firenze dal 29 marzo al 3 aprile.