

> TABELLINE

## L'invidia per i mecenati americani

PIERGIORGIO ODIFREDDI

Questa settimana, all'Università di Cornell, sono andato a trovare un vecchio amico informatico. All'entrata del nuovo dipartimento campeggiava la scritta "Bill e Melinda Gates Hall". Incuriosito, ho domandato all'amico se si trattasse soltanto di un omaggio al fondatore della Microsoft, che tanto ha contribuito a rendere l'informatica un redditizio business. O se invece il tycoon si fosse guadagnato l'onore con un cospicuo finanziamento. La risposta

è stata: «Entrambe le cose». Quello di Cornell non è l'unico dipartimento di informatica dedicato a Gates: il miliardario è infatti da tempo diventato un filantropo, e ha contribuito con milioni di dollari alla costruzione di edifici universitari nell'intera America. Ed è anche uno dei firmatari del *Giving Pledge*, "Impegno a donare": un gruppo di individui super benestanti che si è pubblicamente impegnato a donare la maggioranza dei propri averi alla filantropia. Scorrendo

la lista, tra le decine di nomi si trovano quelli di Paul Allen, cofondatore della Microsoft, Michael Bloomberg, ex sindaco di New York, Warren Buffett, il più fortunato investitore dello scorso secolo, David Rockefeller, il banchiere politico, e Mark Zuckerberg, il fondatore di Facebook. Gente di ben altra pasta da certi magnati nostrani, che sperperano le loro fortune in festini, e lasciano ciò che rimane ad avidi figli e nipoti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### LA TESTIMONIANZA

## Strane o fasulle ma le abbiamo tanto amate

**C'erano una volta Lelio Luttazzi, i dischi caldi e un'intera generazione che coltivava la passione per le liste. Anche prima di conoscere Nick Hornby**

GABRIELE ROMAGNOLI

COME per molte cose della vita, spesso tra le migliori, non ci abbiamo mai creduto, ma le abbiamo amate comunque. Le classifiche. Le top ten. Le hit parade. Per decenni, prima ancora che arrivasse Nick Hornby con le sue compilation mentali, ne siamo stati imbottiti da radio e riviste. Ascoltavamo, leggevamo: ipnotizzati. Se Punto 104 lanciava la lista degli ortaggi più venduti al mercato non cambiavamo stazione finché non si veniva a sapere se il leader assoluto era ancora il pomodoro, come la settimana scorsa, o era stato scavalcato dall'arrembante e metaforico cetriolo. Ad adescarci fu, in tenera età, Lelio Luttazzi con il suo storico urlo: «Hit Paraade!». Il suo conto alla rovescia emozionava quanto quello della Nasa. Si inventò l'Olimpo (i tre dischi più venduti), i record di permanenza in testa (impossibile scalzare *Pensiere parole* di Lucio Battisti). Erano gli anni in cui radio e tv funzionavano inventando linguaggi, non storpiandoli. I dieci vinili più venduti furono una specie di serie di successo, tale da generare uno "spin-off": *Dischi caldi*, presentato da Giancarlo Guardabassi, un personaggio che andrebbe nella top ten dei conduttori (figlio di un conte e una baronessa, fu il primo dj all'americana, condusse un Sanremo per 800 mila lire, poi scelse la nicchia felice e creò Radio Aut Marche).

Inevitabilmente "video killed the radiostars", ma fu quasi un dispiacere vedere la versione televisiva: *Superclassifica Show*, di Maurizio Seymandi, che per la generazione successiva è stata la madre di tutte le classifiche. Sarà perché veniva dalla radio, ma Seymandi ne fece un successo immenso che i suoi eredi, quand'anche famosi come Gerry Scotti, o carini come Martina Colombari, non seppero eguagliare. Le classifiche dilagavano, erano ovunque. Si metteva in fila qualsiasi cosa. *Rolling Stone* sceglievai 100 dischi della vostra

vita, i supplementi culturali dei quotidiani ordinavano i bestseller e "la biblioteca ideale" (quasi mai un titolo coincidente), l'Anica Agis provvedeva a fornire la top ten al botteghino. Poi è cominciata l'ansia: "I 100 film che non puoi NON avere visto" (anche se per alcuni rimpiangerai le due ore spese, senza dirlo mai). L'angoscia pura: "I 100 luoghi dove devi ASSOLUTAMENTE andare prima di morire" (allegate il coupon per un check up, così mi regolo).

Prima ancora che classificare il mondo diventasse impossibile, era diventato improbabile. Erano cominciate a filtrare voci, sempre più credibili, sul taroccamento delle liste. «I discografici pagano», «gli editori sanno in quali librerie si fanno i rilevamenti e condizionano i risultati», «l'auditel è truccato», «la giuria di quella rivista è fatta dal suo direttore e basta». Va bene. Ma noi siamo quelli che non abbiamo mai creduto a Sanremo, né al premio Strega o al David di Donatello (l'Oscar? Dai, siamo seri). Che facciamo, dobbiamo diventare "atei"? Non crediamo né allo stato né al mercato? La differenza è che mentre i premi e i festival, con il loro cerimoniale da messa santissima ci annoiano, le classifiche ci divertono. Sono improvvisate, fasulle, impossibili? L'improbabile è ciò a cui abbiamo affidato il meglio di noi: sentimenti e speranze. Molti seguivano le top ten per avere una guida: sentirsi rassicurati nella scelta: «Quel libro che stan leggendo tutti», «La canzone del momento». Altri per confermare il giudizio spregiatiivo sui consumi di massa: «Capisci, ascoltano Baglioni!», «Un Paese dove in libreria comprano tutti le barzellette di Totti, che Paese è?». Il nostro: ed è sempre utile ricordarlo.

Da quando c'è Internet è possibile accedere a classifiche di ogni genere: clicchi e già ti informano che stai leggendo il quinto testo più cliccato di quel sito. Vuoi non vedere qual è il quarto? Il terzo? Il primo? Il meccanismo funziona e sempre funzionerà. È il più vecchio e collaudato del mondo: vogliamo vedere come va a finire, che cosa c'è in cima, dietro l'ultima porta. Se c'è il nulla: toh, ci avevamo preso.

ILLUSTRAZIONE DI OLIMPIA ZAGNOLI

© RIPRODUZIONE RISERVATA