



Venezia

□ Sala Grande

Ore 12 - Tavola rotonda sul cinema di René Clair, presieduta da Edoardo Bruno, curatore della retrospettiva. Ore 16 - Venezia Giovani: IL MOMENTO DELL'AVVENTURA di Fallero Rosati, in concorso, Italia. Ore 19 - Venezia XL: LA VIE EST UN ROMAN (La vita è un romanzo), di Alan Resnais, sottotitoli italiani, in concorso, Francia. Ore 22 - Venezia XL: ZELIG, di Woody Allen, versione italiana,

Oggi

fuori concorso, USA. Ore 24 - Venezia Notte: RETURN OF THE YEDI (Il ritorno dello Jeddy) di Richard Marquard, sottotitoli italiani, fuori concorso, USA.

□ Sala Volpi

Ore 9 e ore 18,30 - Retrospettiva Petri: PECCATO NEL POMERIGGIO (episodio da Alta Infedeltà), 1964; LA DECIMA VITTIMA (1965). Ore 15,30 -

Retrospettiva René Clair: ENTR'ACT (1924), LE VOYAGE IMAGINAIRE (1925); LA TOUR (1928).

□ Sala Perla

Ore 17 e ore 24 - Venezia De Sica: UN FORO NEL PARABREZZA, di Sauro Scavolini, fuori concorso, Italia.

□ Arena

Ore 20,30 - ZELIG. Ore 22,30 - IL MOMENTO DELL'AVVENTURA.



L'Oriente è rosa Ecco le donne di un Cechov giapponese

Da uno dei nostri inviati VENEZIA - Con Neve sottile (tratto dal capolavoro letterario di Junichiro Tanizaki più volte portato sullo schermo in Giappone), ritorna al Lido Kon Ichikawa, il cineasta nipponico già autore dei memorabili L'arpa birmana, Fuochi nella pianura, Le Olimpiadi di Tokyo. È un ritorno alla grande, sia perché Ichikawa si rifà per l'occasione alla più alta tradizione letteraria, sia perché Neve sottile (in concorso a Venezia XL) rievoca i modi e gli stili cinematografici rigorosi e cinematurgicamente avvertibili nelle opere di nobili maestri quali Ozu, Naruse, Mizoguchi, Kurosawa. Inoltre, lo stesso film, stemperato in un fluire del racconto ad ampio respiro, è densissimo di tante altre stratificazioni culturali, non meno che di raffinate intuizioni poetiche. La vicenda, d'altra parte, pur definita puntigliosamente nei suoi aspetti particolari, nel disegno dei personaggi, nell'ambientazione storico-esistenziale, ha un peso relativo nell'essenza di una narrazione più tesa a cogliere l'aria del tempo che non gli avvenimenti contingenti di un piccolo mondo domestico e dei suoi immediati dintorni.



Un'inquadratura del film «Il soggiorno», in alto una scena di «Neve sottile»

«Under fire»: dagli USA la storia di un reporter che sceglie di stare dalla parte della guerriglia. Un film «spettacolo» ma di durissima denuncia: peccato che Rondi l'abbia escluso dal concorso

I sandinisti di Hollywood

Da uno dei nostri inviati VENEZIA - «Con chi stai?», dice il prete amico dei sandinisti al famoso reporter statunitense finito nelle carceri di Managua per errore. E lui risponde: «Con nessuno, io faccio solo fotografie». Ma noi sappiamo che le cose presto cambieranno, che quel distaccato e cinico «divoratore» di immagini di guerra dovrà riveder parecchie idee, che alla fine del «viaggio» nell'inferno del Nicaragua una «scelta» sarà stata fatta. La più coraggiosa, la più tormentata: probabilmente l'unica possibile.



«Ho fatto questo film perché non voglio un altro Vietnam»



Nick Nolte e Joanna Cassidy in un momento di «Under fire». In alto Nick Nolte

sta dando i primi colpi mortali al traballante regime di Somoza sovvenzionato e armato dagli USA. Nel lussuoso hotel dei giornalisti, lassù sopra Managua, Nolte ritrova i soliti corrispondenti di guerra; vanitosi, snob e freneticamente aggrappati a quella idea di «vita pericolosa». Nella tribù c'è anche Gene Hackman, vecchio e scaglionato inviato dei «Time» con ambizioni televisive; e c'è Joanna Cassidy, vigorosa giornalista che si macella pure quelli lì, l'importante è inventarsi qualcosa di buono da mandare al giornale, magari una foto del leader guerrigliero Rafael, una specie di Che Guevara che nessuno sa dov'è.

Sbotta ad un certo punto la Cassidy: «Passo tutta la mia vita a divulare ciò che sento da ciò che penso, e ciò che vedo da ciò che dico: questo significa essere professionisti, vero?». Già, la professionalità. Ma solo quando il fotoreporter vede il giovanissimo Pedro (un fan del baseball che lancia bombe a mano come palle da gioco) uscire allo scoperto da un mercenario qualcosa comincia a muoversi dentro la sua testa. Si può continuare a fotografare tutto senza mai domandarsi quello che c'è dietro? Un po' alla volta il dubbio si impadronisce di Nolte, un dubbio sottile, insinuante, finalmente esplosivo. Tanto dirompente che, per aiutare i sandinisti, l'uomo arriverà a confezionare un «falso»: una fotografia che ritrae il cadavere di Rafael rivoltito e sfilato in un modo tale da farlo sembrare vivo. Una scelta per accelerare la fine della guerra, si giustifica Nolte. In torna nel film, un gesto politico incontroltabile. Troppo meccanico psicologicamente, qualcuno scriverà. E forse è vero. Confezionato secondo lo stile e le furbizie del cinema hollywoodiano progressista, «Under fire» è uno «spettacolo» che non lascia scampo allo spettatore. Fateci caso: nel teleobiettivo del fotoreporter si deposita un po' alla volta l'ansia del pubblico, la sua voglia di sapere e di capire. Ma è la verità? Non per niente, quando Nolte comincerà a ragionare sui motivi di quella guerra, il cinema sarà sempre più difficile per lui fare scattare il click. Ecco, «Under fire» — pur con le sue piccole incongruenze e con la sua vocazione al «happy-end» — è un film che ci riguarda da un po' tutti, perché mette a dura prova la retorica del giornalismo, perché sbullona certezze politiche e ipocritie professionali. E certo fa immensamente piacere sapere che un film di questo — coraggioso nel denunciare fino in fondo le intromissioni della CIA nelle vicende del Nicaragua e nel mettere a fuoco gli interessi economici in gioco — è stato prodotto da una major statunitense, la Orion; così come «Missing» di Costa-Gravas era stato finanziato da una casa di Hollywood. Un buon segno di pace di Reagan e dei suoi potenti e destroristi amici nel mondo della celluloid. Charlton Heston in testa.

Resterebbe da parlare di «Under fire» dal punto di vista strettamente cinematografico. Ma a che serve? Ben recitato da un quartetto di ottimi attori, veloce, serrato, illuminato dalla fotografia magistrale di John Alcott che ci restituisce una Managua degradata e deserta, ben servito dalla sceneggiatura di Ronald Shelton e Clay Frohman, il film di Spottiswoode raccoglie visivamente la lezione del Coppola e degli Schloendorff. E non ce la fa rimpiangere. Ah, come sono lontani i tempi di «Berretti Verdi», quando bastava un John Wayne ringhioso e convincente il reporter «di sinistra» che i marines laggiù nel Vietnam portavano la Libertà...

Michele Anselmi

Da uno dei nostri inviati VENEZIA - Imperialismo, guerriglia, mass media: un po' Minnie, un po' L'inganno, ecco il film del giorno, al Lido Under fire (interpretato da tre vedette come Gene Hackman, Joanna Cassidy e Nick Nolte) ha per regista Roger Spottiswoode, un canadese naturalizzato inglese e trapiantato negli USA che ha iniziato a lavorare, a 19 anni, come montatore di Sam Peckinpah (Getaway, Pat Garrett e Billy the kid). Della sua formazione alla moviola racconta: «Ho imparato da Peckinpah come si gira una scena d'azione, da Reisz come si crea un feeling sul set. Del mio vecchio lavoro, però, mi resta anche una cattiva abitudine: uso chilometri di pellicola... Ora è sui 40 anni, alto, magro, occhiali e capelli biondi lunghi sul collo. Alle spalle ha altri due film: The pursuit of D.B. Cooper e Terror train: «Il desiderio di girare Under fire mi è nato diciott'anni fa, quando la situazione politica portava a temere che il Nicaragua potesse diventare un secondo Vietnam», racconta.

Da uno dei nostri inviati VENEZIA - «Imperialismo, guerriglia, mass media: un po' Minnie, un po' L'inganno, ecco il film del giorno, al Lido Under fire (interpretato da tre vedette come Gene Hackman, Joanna Cassidy e Nick Nolte) ha per regista Roger Spottiswoode, un canadese naturalizzato inglese e trapiantato negli USA che ha iniziato a lavorare, a 19 anni, come montatore di Sam Peckinpah (Getaway, Pat Garrett e Billy the kid). Della sua formazione alla moviola racconta: «Ho imparato da Peckinpah come si gira una scena d'azione, da Reisz come si crea un feeling sul set. Del mio vecchio lavoro, però, mi resta anche una cattiva abitudine: uso chilometri di pellicola... Ora è sui 40 anni, alto, magro, occhiali e capelli biondi lunghi sul collo. Alle spalle ha altri due film: The pursuit of D.B. Cooper e Terror train: «Il desiderio di girare Under fire mi è nato diciott'anni fa, quando la situazione politica portava a temere che il Nicaragua potesse diventare un secondo Vietnam», racconta.

di trovarsi, un bel mattino, immersa in un'altra terribile avventura: come è stato il Vietnam. Il problema che si pongono è: «Può una grande potenza interferire negli affari di un paese più piccolo?». Questo spiega il successo di Missing... «Benché sia un film-denuncia il suo resto un film di invenzione. La figura del comandante sandinista Rafael, per esempio, è immaginaria... «Sì, è ispirata a Che Guevara. Ricorda che, quando lui morì, per il mondo girò una fotografia? Benché morto, teneva ancora gli occhi aperti in quella immagine. Il «Che», dicevano i suoi seguaci allora, è vivo. La frase diventò un modo per dire: «La rivoluzione continua». L'episodio nel film, in realtà, non è mai avvenuto. Rafael confucliono però anche i tratti di alcuni capi carismatici sandinisti. Ed è Rafael in un certo senso il protagonista del film... io ho dato invece molta attenzione a personaggi come il prete, la massai, i bambini, tutte persone che si improvvisano soldati. Il mio film si dirige allo spettatore medio americano, perché credo che anche la «gente comune» può prendere parte attiva alla politica. Un altro tema è quello dell'ambiguità in cui si trova chi lavora per i mezzi di informazione. Lei ha visto il film di Schloendorff sul Libano? «Bene, non è il solo Schloendorff ad averlo fatto. Per esempio l'ha fatto anche Peter Weil. Evidentemente il tema, in termini politici o di etica personale, è nell'aria».

Maria Serena Palieri



Sergio Leone

Una rassegna presenta gli spot pubblicitari d'autore. Ci sono tutti: Olmi, Antonioni, Comencini, Leone e persino Fellini in incognito

E fuori concorso c'è Sole-piatti dei Taviani

Da uno dei nostri inviati VENEZIA - La pubblicità della Renault 18 (quella che dice «Il diesel si scatenava») e che mostra un'automobile in catene che ruggisce e si libera dai ceppi) era troppo accattivante e cinematografica per non essere d'autore. E infatti lo era. In pochi lo sanno, ma porta la firma addirittura di Sergio Leone, l'inventore del western all'italiana, il regista del nuovo, attesissimo C'era una volta in America con Robert De Niro. È una delle curiose rivelazioni di questa Mostra del Cinema di Venezia, che — accanto ai film in concorso, alle rassegne prestigiose, ai ripe-caggi storici — ha voluto dedicare una nutrita sezione anche alla televisione. L'idea di prestare un'attenzione tutta «etica» agli shorts pubblicitari non è nuova, ma forse è la prima volta che si svela al grande pubblico il rapporto che lega certe reclame a certi autori. Dietro alle più belle ed efficaci scenet-

te pubblicitarie spesso si celano infatti i nomi di registi prestigiosi come Olmi, Comencini, Pontecorvo, Brusati, Montaldo, Pasolini, Antonioni. Si sapeva da tempo che un po' per guadagnare e un po' per divertirsi alcuni importanti cineasti nostrani avevano girato «caroselli» per le marche più svariate. Ma non si conoscevano esattamente le firme. Ecco, dunque la verità. I più infaticabili sono i fratelli Taviani; i registi tormentati dell'Impiego e del Sessantotto. Ad essi si deve, tra gli altri, la pubblicità della 127 Diesel o quella più recente di Sole Piatti, con quella signora eccitata che cerca di togliere dalle mani di un arrogante Villaggio il fastoso di detestivo. Ma ci sono anche i Comencini (ricordate gli elegantissimi spot in stile belle époque per il Rabarbaro Bergia?), i Risi (cognac René Briand, gli Storino Cléry e Yul Brinner), gli Storino (Azione Donna), gli Olmi (Nescafé,

Piaggio, Cinzano...). C'è di mezzo, pare perfino Fellini, anche se con un nome simile l'attribuzione appare quanto meno delicata. Del resto, non è il caso di scandalizzarsi troppo, oggi che il confine tra cinema e pubblicità si è fatto così labile, creando quasi un fenomeno di osmosi e sovrapposizione insieme. Vedere per credere film come Miriam si sveglia a mezzanotte, di Tony Scott (fratello di Ridley, anch'egli regista che viene dai commercialisti) con i vampiri Deneuve e Bowie che sembrano appena usciti dalle pagine di Vogue; o come Mortelle Bandonne di Claude Miller, con una Isabelle Adjani immersa in uno sfrenato look post-modern, o come lo stesso Blade Runner, dove il monito fantascientifico alla Orwell, si unisce in un blend raffinatissimo e calibrato alle più sfavillanti invenzioni di sartoria. D'accordo, gli Scott, gli Hugh Hudson, gli Alan Parker sono inglesi o americani, e quindi tradizionalmente

legati ad una concezione non «autoreale» del proprio lavoro, o per lo meno non politica in senso stretto. Ma anche in Italia (se in meglio o in peggio è difficile giudicare) le cose stanno cambiando. Una testimonianza interessante viene, in tal senso, da Giacomo Battiato, per anni al servizio dell'Olivetti e della FIAT, e adesso regista televisivo affermato e autore del recente Le armi e gli amori, film forse freddo e studiato, ma perfetto dal punto di vista dell'uso delle incredibili possibilità espressive messe a disposizione dalle nuove tecnologie. Ma lasciamo la parola ai curatori della selezione Enrico Ghezzi e Marco Giusti: «Che il tempo sia denaro, il cinema lo sa da sempre. La televisione aggredisce il cinema proprio sul tempo, occupandolo massicciamente con i palcoscenici e riducendo i tempi-costi di lavorazione fino a far coincidere in parte tempo di produzione e tempo del pro-

dotto». Di qui la rivoluzione. In altre parole, per Ghezzi e Giusti la pubblicità televisiva sarebbe diventata, con gli anni, quasi l'unico angolo in cui poter praticare su ampia scala «audacie» sperimentali che furono un tempo dei nostri sacri demagoghi. Forse il fenomeno non è così univoco. Ma una cosa è certa: mai come in questi ultimi tempi la costruzione dell'immagine cinematografica è cambiata tanto rapidamente, «ribadendo» a destra e a manca, impadronendosi di nuove prospettive visuali, tornando di nuovo a «narrazioni» di sé. Hanno ragione dunque Ghezzi e Giusti quando invitano a riflettere sull'affascinante lezione che viene dai commerciali e quando dicono provocatoriamente, che «sempre più, una medesima luce (e non sempre in occasioni e tempi diversi) illumina e vende ora motociclette, bibite, abiti, profumi, e ora storie, emozioni, sogni, sensazioni».

mi. an.