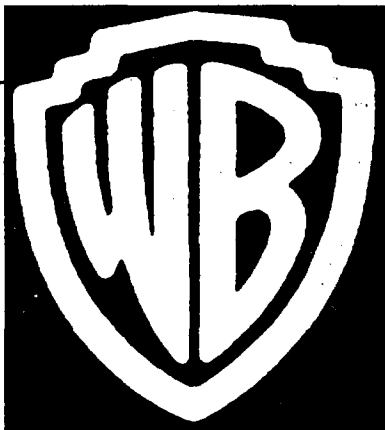


C'era una volta Hollywood/4



Come si è modificata la major di Bogart e di Bug's Bunny Realismo, violenza e un'importante presenza in Italia

A sinistra, Humphrey Bogart e Martha Vickers nel «Grande sonno». Qui sotto, James Cagney A centro pagina, Julia Roberts e Richard Gere nel gettonatissimo «Pretty Woman»



Warner, cuore selvaggio

I gangster e i cinegiornali. Humphrey Bogart e Pelé (ovvero la squadra di calcio dei Cosmos...). Rin Tin Tin e Bug's Bunny. Cosa li unisce? Il marchio della Warner, la quarta major di cui ci occupiamo durante il nostro viaggio nella vecchia Hollywood. Per scoprire che la vecchia casa di Burbank, oggi fusa con il gruppo editoriale Time, ha una succursale italiana molto vivace. Ecco la sua storia.

ALBERTO CRESPI

I fratelli Warner erano quattro mentre i fratelli Marx erano cinque (anche se solo tre erano famosi). I Warner si chiamavano Harry, Jack, Albert e Sam. I Marx si chiamavano Groucho, Chico, Harpo, Gummo e Zeppo. Non c'era foto. Coal, quando i Marx giravano una notte a Casablanca e i Warner li citarono in tribunale sostenendo che il nome «Casablanca» era sotto il loro copyright, Groucho ebbe buon gioco nel ribattere: «Allora cosa dovremmo dire della parola "brothers" (fratelli, appunto)? Siete voi che dovreste pagarci i danni! Noi eravamo "brothers" ben prima di voi. E i Karamazov lo erano prima ancora...»

È un aneddoto famoso che serve a introdurre scherzosamente una storia seria. A noi i Warner piacciono. Esistono vari modi di essere hollywoodiani e lo stile Warner, diciamo, è quello che ci soddisfa di più. Tenere per la United Artists significa essere «artistici» ma anche un po' snob. Fare il tifo per la Metro Goldwyn Mayer è come essere juvenili, troppo facile. Adorare la Paramount obbliga a sorbirsi i colossali e simili, sai che gusto. La Warner Bros. invece incamava il lato selvaggio di Hollywood. Quando vi diciamo che i maggiori divi della casa erano Humphrey Bogart, James Cagney, Edward G. Robinson, Errol Flynn e Paul Muni, è che il regista in cui si

gruppo perfettamente integrato che controlla produzione cinematografica, editoria, case discografiche (il marchio Wea), libri, periodici, giornali, homevideo. Una ditta in grado di produrre un film, di farne parlare sui giornali, di pubblicizzarlo, di venderlo. All'inizio degli anni Ottanta tentò di comprarsi la magnate australiana Rupert Murdoch, che - non riuscendoci - si sarebbe poi consolato prendendosi la 20th Century Fox. La storia della Warner si racconta in fretta: ufficialmente nasce nel 1923, ma i Warner erano in affari già dal 1907; divennero davvero grandi nel 1925 quando rilevarono la Vitagraph, una delle compagnie storiche del muto americano (Pordenone le ha dedicato un'edizione delle sue Giornate), e ancora più nel 1929, quando incorporarono la First National. Dopo queste due acquisizioni, la Warner possedeva due studi altrettanto importanti, i Vitagraph di New York e i First National di Burbank, in California. Burbank divenne la sede legale della major ma furono proprio le radici newyorkesi a regalarle un'identità «di strada», aspra, ruvida, realistica e drammatica. Era appunto lo stile Warner di cui parlavamo sopra, forse il più riconoscibile e proprio per questo il più studiato.

Oltre ai fratelli terribili, fra i quali Jack era il più attivo, furono Darryl Zanuck e Hal Wallis a dare alla major, negli anni Trenta e Quaranta, i maggiori successi (e parliamo di film come Piccolo Cesare, 42esima strada, Casablanca, Il misero del falco, Il sergente York, Il grande sonno, Furia umana). Come per tutte le case storiche, i problemi cominciarono negli anni Cinquanta: la Warner fu tra le prime a buttarsi nella produzione televisiva, ma già nel '56 dovette vendere alla United Artists i diritti di quasi tutti i

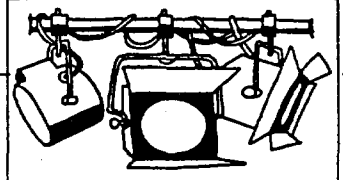


suoi film precedenti al 1950. La data decisiva fu il 9 luglio 1969, quando la Warner fu acquistata dalla Kinney National Services, un'azienda newyorkese che si occupava di parcheggi e di pompe funebri. Fu la Kinney a fondare la Warner Communications, una sigla che controlla tutte le suddette attività editoriali, inclusa la produzione di film (e, per curiosità, anche la squadra di calcio dei Cosmos: tra i dipendenti della Warner, insomma, c'è stato anche Giorgio Chinaglia). Poi, la fusione con il gruppo Time, che è storia d'oggi, e che rende la Warner - tutto sommato - la più «cinematografica» e la più «americana» delle majors: non è in mano a stranieri come la Fox, la Columbia e la Mgm, non è stata assorbita da industrie del tutto estranee al cinema come la United Artists o la Para-

mount. Questa, appunto, la storia. Nella quale c'è anche un capitolo «italiano» che ci pare il caso, a questo punto, di raccontarvi. Qualcuno di voi avrà magari notato che erano distribuiti dal marchio Warner film come Willy Signori di Francesco Nuti e Sogni di Akira Kurosawa. Questo non significa che la casa madre di Burbank abbia all'improvviso ingaggiato un giovane comico italiano o un vecchio maestro giapponese. Significa invece che la Warner Bros Italia è un'azienda che ovviamente ha rapporti strettissimi con la Warner Usa (e ne distribuisce i film sul nostro mercato), ma che persegue anche una propria politica in buona parte autonoma. Ce ne parla il presidente della filiale di Roma, Paolo Ferrari, alla Warner da un anno e mezzo dopo diversi anni alle sedi italiane della

Mgm e della Columbia. «In primo luogo - dice Ferrari - noi abbiamo un certo margine di trattativa anche sul film della casa madre, nel senso che a volte consigliamo di non fare uscire in Italia alcuni titoli che ci sembra siano adatti solo al mercato americano. E poi, distribuiamo film in ambito locale. Per Nuti, è stato così, e prima di Willy Signori avevamo già acquistato i diritti di Caruso Pasquosky per il resto del mondo, Italia esclusa. Un altro film italiano che distribuiremo in questa stagione è Americano rosso di Alessandro D'Alatri, che ci è stato proposto da Raitre e ci ha interessato già a livello di sceneggiatura. Stiamo anche per lanciare il Cyrano con Depardieu». Ma ciò che rende la Warner potentissima in tutta Europa è il contratto per la distribuzio-

SPOT



DANZA: SAVIGNANO E PAGANINI IN TOURNÉE. La Compagnia di Danza Teatro Nuovo, con Luciana Savignano, Raffaele Paganini e Fulvio D'Albero, apre il suo ciclo di spettacoli per il 1991. Il prossimo 18 febbraio al teatro Bonci di Cesena, presentando tre balletti di sicuro interesse: La morte e la fanciulla di Franz Schubert, coreografia di Robert North, con la Savignano e D'Albero; Arca di Noè di Haydn, coreografia di Uwe Scholls, con Paganini; e Carmen di Bizet, coreografia di Oleg Danovskij, con Savignano, Paganini e D'Albero. Nel corso della stagione, che vedrà la Compagnia impegnata nei principali teatri e festival della penisola per un totale di oltre 150 spettacoli, verranno presentati anche altri balletti di repertorio, e qualche novità, come Musica sull'acqua di Massimo Moricone su musica di Händel, Estro armonico di Carla Perotti su musica di Vivaldi, e Barabek di André De La Roche su musiche di Ennio Moricone e Philip Glass.

POLYGRAM-MONDADORI: NASCE POLYMOND. Da un accordo fra la Polygram Italia e la Cde-Gruppo Mondadori, è nata la Polymond Spa, società a partecipazione paritetica, che dà l'assalto al mercato della vendita per corrispondenza di compact-disc, musicassette e dischi: un mercato già bene avviato in Europa, che anche nel nostro paese ha cominciato a registrare un discreto incremento. Controllata all'80 per cento dalla Philips, la Polygram possiede già dei «club» analoghi alla Polymond, che operano con successo in Francia e Inghilterra. La neonata società sarà disponibile a vendere per corrispondenza il repertorio di tutte le case discografiche operanti sul mercato italiano. Anche qui, come nel caso dell'accordo Philips-Rizzoli per il laser-disc, si tratta di manovre di espansione in un mercato che promette di crescere molto nei prossimi anni.

MATINEE MUSICALI TRA CLASSICA E JAZZ. Con i King's Singers e il loro recital, che dai madrigali rinascimentali arriva fino ai canti spirituali e gospel, passando per Petrusli, prende il via, il 17 febbraio, la stagione dei «concerti matinee» domenicali organizzati dall'Accademia di Santa Cecilia e ospitati dal Teatro Valle di Roma (scelto al posto del già utilizzato teatro Argentina, grazie alla sua buona acustica). Dedicata al pubblico giovane e delle scuole, l'iniziativa, che si chiude il 28 aprile, ha in cartellone concerti di musica classica e jazz: ci sarà la prima mondiale della composizione di Petrusli Cinque nonense di Edward Lear, il pianista Carlo Negroni, alle prese con Mozart e il jazz, il Fine Arts Brass Ensemble, il Quartetto di Fiesole, Glen Wilson, Leon Bates, il quintetto jazz di Tiziana Ghigliani, Bruno Cagli, presidente di Santa Cecilia, ha promesso che l'iniziativa proseguirà anche nella prossima stagione, dall'ottobre '91 fino a marzo '92.

PADRI E FIGLI A TEATRO CON BOURDON. Debutta questa sera al teatro San Babila di Milano una commedia scritta dal 3enne autore francese Jean Louis Bourdon, Visita di un padre a un figlio. Lo spettacolo, diretto da Marco Lucchesi, ha per protagonisti Sergio Fantoni e Alessandro Gassman, impegnati in un confronto non solo tra due personaggi, ma tra due modi differenti di concepire la vita.

PARIGI: TELEVISORE AD ALTA DEFINIZIONE. Dopo quattro anni di intenso lavoro di sviluppo e ricerca, è finalmente pronto. È il primo televisore compatibile con l'alta definizione europea, che il gruppo Thomson Consumer Electronics ha presentato ieri a Parigi in anteprima mondiale. Alla manifestazione ha partecipato una folta delegazione italiana, per sottolineare il ruolo del nostro paese nell'impresa, realizzata nell'ambito del programma «Eureka 95» a cui hanno preso parte due società membri del Cisea (Consorzio italiano sviluppo dell'alta definizione europea).

A CAGLIARI ARRIVA IL TEATRO NERO DI PRAGA. Sarà presentato, in prima nazionale, questa sera al teatro Alinari di Cagliari, lo spettacolo Immaginario I del Teatro Nero di Praga. Curato da Jiri Smec, che è anche il fondatore della Compagnia, lo spettacolo si basa su una particolare tecnica che prevede l'impiego di attori «invisibili». Il Teatro Nero doveva debuttare ieri sera a Sassari, ma l'appuntamento è slittato a causa del maltempo che ha bloccato i tir con le attrezzature al confine italiano; dopo Cagliari, sarà replicato al teatro Verdi di Sassari lunedì prossimo.

RAI, ENRICO MANCA INCONTRA AVOLIO. Il presidente della Rai, Enrico Manca, ha incontrato il presidente della Confederazione Italiana coltivatori, Giuseppe Avolio, che ha illustrato i problemi del settore e «la necessità di una sempre più esauriente informazione sulla realtà e le prospettive dell'agricoltura italiana». Manca da parte sua ha confermato l'impegno della Rai per «offrire al mondo dell'agricoltura, nel momento del difficile passaggio dalla protezione alla competizione in Europa, lo strumento di un'informazione puntuale e non episodica».

MATERIALI SONORI CONTRO LA GUERRA. L'etichetta discografica indipendente Materiali Sonori ha lanciato un appello per la pace, chiedendo a musicisti e operatori del settore, di sottoscrivere la poesia di un monaco buddista vietnamita, scritta negli anni '60 ma ancora attuale per i suoi contenuti contro la violenza. Hanno aderito, fra gli altri: John Hassell, Wim Mertens, i Tuxedomoon, la Ecm. (Alba Solario)

Salerno Accordo fra Eti e Università

Un nuovo centro per la ricerca e la promozione dello spettacolo teatrale è nato da poco tempo a Salerno, voluto dall'università in collaborazione con l'Eti. Nella conferenza stampa di presentazione, tenutasi ieri a Roma, i due direttori Achille Mango e Franco Coda hanno presentato i progetti del centro, tra cui il «seminario che Eugenio Barba, fondatore dell'Odin Teatret, terrà dal 23 al 28 febbraio prossimi. Per l'occasione Barba debutterà in prima assoluta con il suo nuovo lavoro, Izi-Bisi. Il Centro ha presentato anche un programma editoriale: per una rivista di studi quadrimestrale e alcuni volumi, di cui il primo recentemente pubblicato dalla collana documenti di teatro dell'Eti, che raccoglie gli atti del convegno «Prima e dopo il teatro» tenutosi nel marzo scorso. Tra gli altri spettacoli in programma a Salerno, Totò principe di Danimarca di Leo De Berardinis e i lavori dei gruppi teatrali Raffaello Sanzò, Dark Camera e Tradimenti incidentali.



Una scena di «Mamma ho perso l'aereo»

Sale affollatissime in tutte le grandi città americane mentre i teatri rischiano la «chiusura per ferie» Il conflitto con l'Irak ha influenzato il pubblico in modi diversi. Ma a vincere davvero è stata la televisione.

Effetto Golfo: via da Broadway, tutti al cinema

ATTILIO MORO ■ NEW YORK. Mamma ho perso l'aereo continua a guidare la lista dei film più ricchi d'America: dopo 11 settimane di programmazione è ancora il primo, ed ha finora totalizzato 204 milioni di dollari. È un altro segno della straordinaria vitalità del cinema destinato al pubblico dei minori. Sembra che siano ormai i bambini a decidere le fortune del cinema americano. Un altro film per i piccoli di argomento abbastanza classico, l'ennesimo Zanna bianca della Walt Disney, dopo solo due settimane di programmazione ha già incassato 12 milioni di dollari. Nella graduatoria dei primi dieci film della settimana, ce ne sono poi altri due che hanno attirato un pubblico prevalentemente infantile: Balla coi lupi, di Kevin Costner, e «Kindergarten Cop», con un inaspettatamente simpatico Arnold Schwarzenegger. Senonché Mamma ho perso l'aereo è la storia di un bambino che si comporta da adulto: lasciato solo in casa dai genitori in va-

canza, sbaraglia una banda di ladri. Balla coi lupi ha avuto certamente un enorme successo tra i giovanissimi, ma è una storia a largo spettro, che racconta di un ufficiale americano che decide di passare dalla parte degli indiani perché attratto da quella che percepisce come una società più solidale ed una cultura superiore. Gli esperti spiegano il grande appeal di questo film con il «sogno tipicamente infantile di essere un indiano». Ma gli adulti? Sembra in effetti che i due mercati - se mai sono stati rigidamente separati - tendono ormai ad unificarsi: si direbbe che i bambini hanno gusti sempre più da adulti e questi ultimi sempre più fanciulleschi. Gli altri film che figurano nella lista dei primi dieci sono: Risvegli, una sorta di replica di Rain Man, con Robert De Niro, Green card, una romantica commedia di Peter Weir (Gérard Depardieu e Andie MacDowell), Lionheart, una ennesima storia di violenze ur-

bane, poi ancora un film sul Vietnam (Flight of the Intruder) - che il cinema americano sembra proprio non voler dimenticare - una commedia di soggetto erotico (The Gritters), ed infine al decimo posto e con 7,4 milioni di dollari in cinque settimane l'Amleto di Zeffirelli, prodotto dalla Warner Bros. Il film di Zeffirelli, come sempre molto calligrafico, non ha entusiasmato la critica. Ed in effetti non ha alcuna ambizione di (rilettura) del testo, né conserva la sua complessità. La vicenda - dicono i critici più severi - è stata appiattita sui propositi di vendetta di Amleto nei confronti del padre adottivo, e finisce con la perdita della ricchezza e la varietà infinita dei caratteri della grande tragedia. Non è quindi uno spettacolo per intenditori: è un Amleto per le masse, ma proprio in questo almeno un merito la critica americana a Zeffirelli lo ha riconosciuto: quello di aver conservato nel suo film la freschezza e l'immediatezza delle opere di Shakespeare, che come è noto fu grande scrittore popolare.

RICCARDO CHIONI ■ NEW YORK. Hollywood: è «in»; Broadway è decisamente «out». I produttori della West Coast avevano visto bene nella sfera di cristallo ed ora s'appressano a trarne i profitti. Nelle prossime settimane arriveranno infatti sugli schermi Usa ben cinque film con un unico interprete: l'Irak. A Broadway, invece, hanno perso il treno, ed anche gli spettatori, mentre gli impresari si disperano sugli allori del musical multimiliardario importati, aspettando di vedere che piega prenderà questa guerra. L'industria della cellulosa, al contrario, era già in guerra ancor prima che gli aerei americani bombardassero Baghdad. Hollywood si era mobilitata alla grande, come di solito accade nelle grandi occasioni. È la reazione del cinema alla guerra non s'è fatta attendere. Flight of the Intruder, la cui apparizione nelle sale americane era prevista inizialmente per luglio, ha già invaso la scorsa settimana ben millesettecento schermi

in tutti gli States. A Broadway, invece, piangono rassegnati: questa guerra sta strangolando gli impresari, molti show abbassano il sipario ed i grandi spettacoli abbandonano la City per trasferirsi nel country side. Eppure la gente - sostengono attoniti gli addetti ai lavori - dovrebbe reagire alla pressione psicologica provocata dalla guerra cercando ristoro nei teatri dove può distarsi e divertirsi. Le prime vittime cui è caduto clamorosamente addosso il sipario sono due degli show prediletti dai turisti (e dell'assenza di dialogo: solo musica): Buddy the Buddy Holly Story e Black and Blue. Quest'ultimo aveva fatto registrare una sensibile affluenza di pubblico-vacanziero durante due anni di rappresentazioni. Ora che anche a New York il turismo è un miraggio nel deserto ed anche il botteghino a metà prezzo di Times Square (dove si accalcano appunto i turisti) è deserto, gli impiegati prevedono che per un pezzo non vedranno più la fiumana

di gente. Sarà una coincidenza, sarà perché anche l'inflazione fa sentire i suoi effetti, ma dall'inizio delle ostilità nel Golfo l'affluenza del pubblico a Broadway è calata di oltre il venti per cento. «Anche dietro le quinte gli addetti ai lavori stanno incolati al televisore - dichiara Henry Guettel, direttore del Theater Development Fund - così come il resto della gente; in questa guerra - aggiunge - il vero protagonista è il televisore. Broadway chiama aiuto. Ed a confortare la categoria sono scesi in campo gli studiosi dei fenomeni di massa, i quali assicurano che presto, forse addirittura tra poche settimane, gli americani cercheranno sollievo dalle atrocità della guerra, quasi disperatamente. È stata sufficiente questa mezza assicurazione a rincuorarli. Neil Simon sta infatti allestendo in gran fretta Lost in Yonkers e Tommy Tune, Will Rogers. Per essere certo che il pubblico capì il messaggio, Tune ha scelto il teatro «Ziegfeld Follies» ed assicura che gli spettatori non rimpiangeranno i cinquanta dollari spesi.