

Cannes
1991



SPETTACOLI

Applausi per «Barton Fink»
la nuova opera dei fratelli
Joel e Ethan Coen ambientata
nella Mecca del cinema

La storia di due scrittori
e di un albergo «vivente»
«A chi ci siamo ispirati?»
Ai film di Roman Polanski»



1941, terrore a Hollywood

Dopo *Blood Simple* e *Arizona Junior*, film-culto anche in Italia, e dopo *Crocevia della morte*, tornano i fratelli Coen. Il loro *Barton Fink* è stata la sorpresa più piacevole degli ultimi giorni del concorso Mefistofelico, agghiacciante e divertente, benissimo interpretato da John Turturro e John Goodman. Parlano Joel e Ethan, due fratellini temibili in lizza per la Palma d'oro.

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI
ALBERTO CRISPI

CANNES. Meno male che alla fine sono arrivati loro, i fratelli terribili. Joel Coen (37 anni) ed Ethan Coen (34) hanno portato al festival *Barton Fink*, storia surreale di uno sceneggiatore nella Hollywood del 1941. Risate, tremori (il film parte come una commedia ma diventa un horror agghiacciante), applausi. È uno dei titoli più apprezzati del concorso e potrebbe davvero essere piaciuto un sacco a Roman Polanski, presidente della

giuria. I Coen ridono imbarazzati quando glielo facciamo notare: «E chi ci avrebbe mai pensato? Non c'è dubbio che *L'inquilino del terzo piano* è uno dei film a cui siamo debitori. Tutti ci chiedono sempre di *Shining* che è un altro capolavoro, ma il film di Kubrick si espande in tutto l'albergo mentre noi, come Polanski, ci siamo concentrati in un ambiente molto più ristretto. Sì, Polanski è un grande, incrociamo le dita...»

In conferenza stampa i fratelli Coen rispondono a battute. Domanda nel concepire l'albergo sinistro e diabolico di *Barton Fink* vi siete ispirati al *Castello di Kafka*? Risposta (di Ethan rivolto a Joel): «Il castello? Ma tu l'hai letto? Più tardi, presi in disparte, parlano un po' di più, e soprattutto confessano che - da bravi ebrei - conoscono benissimo non solo Kafka ma un mucchio di testi sacri. A cominciare dalla Bibbia, che nei deliri di Barton Fink si trasforma nella sceneggiatura di un film hollywoodiano di serie B.

Cominciamo, quindi, dal gioco dei riferimenti. Il film parla di due scrittori uno, Barton Fink appunto, è un autore teatrale newyorkese catapultato nella Mecca del cinema, l'altro, W.P. Mayhew, è un romanziere alcolizzato che parla con un pesante accento del Sud degli Usa. Chi sono? A quali ventriscrittori si ispirano? Entram-

bi sono personaggi inventati mescolando tratti di vari scrittori autentici. Barton Fink, con i suoi discorsi sul realismo e sui drammi dell'«uomo comune», è uno di quegli uomini di teatro che a quei tempi si riconoscevano nei Group Theatre. Per Mayhew abbiamo pensato soprattutto a Faulkner. Anche se lui riusciva a scrivere anche quando era alcolizzato, soprattutto quando era alcolizzato. Comunque Mayhew ha qualcosa di tutti i grandi scrittori che andarono a Hollywood negli anni Trenta, da Faulkner a Hemingway, da Chandler a Fitzgerald.

Concluso il giochetto, va detto che Hollywood e gli scrittori sono davvero, nel film, un pretesto. «Abbiamo scelto Hollywood perché è un luogo in cui è molto facile sentirsi alieni e dissociati. Un senso di spaesamento infinito. E abbiamo ambientato il film nel '41 per dare la sensazione di una catastrofe incombente, e per il gusto di entrare in un'epoca sconosciuta, esotica». Il vostro precedente film *Crocevia della morte* è un «noir» ambientato negli anni del proibizionismo, però entrambi i film sono completamente fantastici, non tentano di ricostruire un'epoca in modo «documentaristico». I nostri anni Venti o i nostri anni Quaranta sono totalmente immaginari. Del resto, come suoi darsi, noi non c'eravamo mai ragione *Crocevia della morte* e *Barton Fink* sono entrambi film «fantastici», e non bisogna meravigliarsi se si pensa che li abbiamo scritti contemporaneamente e poi girati uno dopo l'altro, ed è per questo che siamo stati fermi così a lungo dopo *Arizona Junior*. Se dovessimo inquadrare *Barton Fink* in un genere, cosa che francamente ci secca un po', parliamone di un misto di commedia nera e di *fantasy*, con l'ironia che per noi è sem-

pre implicita in ogni situazione drammatica. E se dovessimo definirne il soggetto non punteremo né su Hollywood né sul blocco dello scrittore, semmai sul senso di solitudine e sulla possibilità di impazzire che si nasconde in ogni momento della nostra vita. Il personaggio di Charlie Meadows, l'assicuratore amico di Barton che poi si rivela un killer grida «Heil Hitler» quando spara al poliziotto, quindi è un nazista, ma soprattutto è una creatura dell'inferno che viene a sedurre Barton Fink e a rubargli l'anima.

La genialità di *Barton Fink* è però il modo in cui gli elementi surreali si inseriscono piano piano nel tessuto della storia. «Sono latenti fin dall'inizio, perché l'albergo dove Barton viene segregato è una specie di organismo vivente, in via di putrefazione, con le pareti che trasudano. Però, al tempo stesso, l'inconscio emerge molto,

molto lentamente. Il fantastico va benissimo, purché sia giustificato dalla logica della trama. Oseremmo dire che il fantastico, in un film, è perfetto quando non si nota. La sequenza in cui i assassini si accingono a uccidere il regista con la sua sola presenza è chiaramente pazzesca, surreale, ma vogliamo sperare che a quel punto della storia appaia ovvia, realistica.

Per nostra e vostra fortuna, i Coen continueranno a lavorare così in proprio, tenendo Hollywood a bada, e insieme dice Ethan «Chissà perché tutti ci chiedono sempre se non vorremmo fare ciascuno un film «solista». Stiamo bene assieme. Joel si occupa più della macchina da presa e degli attori mentre io seguo più gli aspetti della produzione, ma siamo a tutti gli effetti co-sceneggiatori, co-produttori e coregisti. E co-vincitori di Cannes '91. Magari

Band il produttore dalla via Pontina alla «Luna piena»

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI

CANNES. È uno dei pochi operatori contenti del Marché di quest'anno. Per noi sta andando molto bene. Non so quanti altri produttori possano dire altrettanto. Charles Band, americano, 38 anni, figlio d'arte (suo padre Albert lavorò a lungo come regista a Cinecittà), ha trovato gloria e invidia in Italia quando la sua casa di produzione, la Empire, rilevò i vecchi studi di Dinocittà sulla Pontina. Fu un acquisto che si rivelò superiore alle forze di Band, che poi vendette alla Cannon (ora gli studi sono della Fininvest). «Forse allora tu un affare scatenato, oggi non lo sarebbe più. Non vale la pena di essere proprietari di studi per realizzare film come i miei. Ed è sbagliato acquistare film altrui per riempire i listini, correndo il rischio di comprare cose scadenti. Per cui, basta con la Empire, via alla Full Moon, il mio nuovo marchio».

A dimostrazione che Cannes è il luogo dove si può tastare il polso del mercato cinematografico mondiale, ben al di là del film del concorso, eccoci a parlare di una nuova casa di produzione che sembra avere programmi realistici e mirati. Nota ai tempi della Empire per i suoi horror estremamente sanguinolenti (soprattutto il famoso *Reanimator* diretto da Stuart Gordon), ora Band si dedica con un prodotto molto meno «spattoni», meno violento, un po' formato famiglia il motivo? Semplice. Il film Full Moon, che saranno una decina all'anno (tempi di realizzazione sei mesi fra scrittura, riprese e montaggio, costo medio due milioni di dollari), ucranno direttamente sul mercato delle videocassette, anche se Band spera che uno o due titoli all'anno trovino distribuzione anche nei cinema. Per l'Italia sarà la Videogram a commercializzarli. Inoltre è prevista anche l'uscita su laserdisc, «che entro due o tre anni - dice Band - sarà il supporto vincente».

Ma la «linea» Full Moon non sarà fatta solo di film. «L'idea - dice Band - è di applicare anche alla produzione di serie B il modello di *merchandising* che George Lucas ha imposto con superproduzioni come *Guerre stellari*. O di copiare, molto più in piccolo, l'esperienza della Disney. Quindi, accoppiare al film tutta una serie di gadget che vanno dai fumetti alle cartoline, dai giocattoli alle t-shirt con le colonne sonore. Siamo solo iniziando, ma i risultati sono confortanti. Per il momento il *merchandising* copre una parte minima dei profitti realizzabili con un film, ma lo penso che in futuro, soprattutto per il genere *fantasy*, possa diventare il 50 per cento del ricavo totale».



L'attrice polacca Grazyna Szapolska con il regista turco Tevfik Baser a sinistra, Charles Bronson e Sean Penn. In alto, sopra il titolo e da sinistra a destra, Anthony Quinn, la moglie Luisa, Veronica Webb, Spike Lee e Stevie Wonder (con gli occhiali) all'ingresso del Palais

Dietro le quinte di «Apocalypse now» Viaggio nelle tenebre di un capolavoro

ENRICO LIVRAGHI

CANNES. Un Martin Sheen ancora molto giovane (avva 36 anni), completamente ubriaco, si carica fino al parossismo davanti alla macchina da presa stimolato dalla voce graffiante di Francis Ford Coppola. Tira un pugno allo specchio, si taglia profondamente sanguina, ma continua il suo happening delirante e linsuce quasi per aggredire il regista. Il giorno dopo si becca un infarto. Tutta la troupe rimane bloccata per un mese. Da un nastro esce la voce alterata di Coppola che attribuisce esclusivamente a se stesso il diritto di comunicare pubblicamente l'eventuale morte dell'attore. Un John Milus un po' esaltato, con una barba melfistofelica, azzarda i dachiani paragoni vertiginosi con l'esercito tedesco rimasto a secco di carburante durante la campagna di Russia, e ripete la lugubre frase del

Führer: «Continueremo la guerra senza benzina». Accostare il disastro della guerra al travaglio subito da un film come *Apocalypse now* sta pure alle «epiche» vicende che hanno accompagnato la sua lavorazione, è certamente un po' folle. Ed è un'idea che poteva venire in mente solo a un tipo come Milus, «screenplay» di grande rango che ha collaborato quasi fino in fondo (alla fine è stato estromesso) alla sceneggiatura del ormai mitico capolavoro di Coppola. D'altra parte un certo grado di follia, ancor oggi dopo quattordici anni, rimane incollato a quest'opera colossale e incredibile che ha influenzato il modo di fare cinema per gli anni successivi. Una follia che traspare in ogni luogo dello splendido film-documentario *Hearts of Darkness. A Film-maker's Apocalypse*, proiettato

a «Un certain regard» in questi ultimi giorni di festival. Come è noto, ci sono voluti dieci anni - dalla prima stesura del soggetto alla proiezione in pubblico - perché l'immensa impresa andasse in porto. Dieci anni di traversie, di roveli, di tormenti mentali e di fatica fisica. Tanto che Coppola stesso (nella ormai leggendaria conferenza stampa tenuta proprio qui a Cannes nel '79, dove il film venne presentato in una versione ancora «in progress») ha dichiarato: «Il mio film non è un film sul Vietnam. È il Vietnam. E come se fossimo veramente lì». Durante le riprese nelle Filippine iniziate nel '76 all'interno della giungla, sul set Eleanor Coppola moglie di Francis, ha girato sessanta ore di materiale. Un materiale straordinario, rimasto congelato per dodici anni, fino a quando due giovani documentaristi americani, Fax Bahr e George Hickenlooper, hanno deciso di

metterci mano. Ne è uscito, in un paio d'anni di lavoro, un film di due ore, un documento eccezionale, come se l'indimenticabile opera di Coppola fosse stata girata oggi.

Si capisce in modo limpido come *Apocalypse now* sia stato per il regista un viaggio «entro la propria interiorità», dentro le proprie grandi paure, come sia stato l'inveramento di una concezione del cinema come coinvolgimento nel reale (non sempre tenuta ferma in seguito). Immagini sconvolgenti, taglianti come una lama, ma anche divertenti, sconcertanti, sciolte. Un tifone violentissimo che distrugge un set costato milioni di dollari. La voce di Coppola che dichiara non conoscere la forza degli eventi naturali (è qui che il regista deve ipotizzare la propria casa per continuare il film). Ufficiali filippini sul set pronti a riprendere gli elicotteri presi in affitto da Marcos (come è noto l'esercito americano non aveva voluto saperne), per usarsi contro la guerriglia comunista pericolosamente avanzante. Marion Brando che discute per due giorni la sceneggiatura prima che Coppola si renda conto che non aveva mai letto *Cuore di tenebra* di Conrad. Un Dennis Hopper esaltato allucinato, quasi surreale. La troupe italiana di Storaro che canta in romanesco. La celebre, enigmatica sequenza in cui i soldati americani si ritrovano come per magia nell'Indocina francese grata e poi nudata. E la settimana perché potesse esibire quell'agghiacciante balzo che ha fatto saltare il cuore in gola a milioni di spettatori. E i due attori che avanzano nella giungla terrorizzata dai magnifici animali quasi fossero davvero in periferazione che rispondono alle sollecitazioni di Coppola («Avanti andate avanti») mandandolo a quel paese. Uno dei momenti più intensi di questo festival

Progetto Rossellini Torna come nuova anche la sua «India»

UMBERTO ROSSI

CANNES. «Promozione» è una di quelle parole che ricorrono frequentemente nei discorsi sul cinema, tanto che spesso si attribuisce il successo o l'insuccesso di un certo film alla campagna di lancio di cui ha beneficiato. Inoltre è noto che gli americani sono particolarmente attenti ai sistemi di promozione dei loro film, al punto che è frequente il caso di produzioni il cui costo di commercializzazione eguaglia o supera quello di produzione.

A livello di iniziative private, in Italia le cose sono praticamente ferme alla pristina, qualche immagine pubblicitaria appesa ai sistemi di promozione dei loro film, al punto che è frequente il caso di produzioni il cui costo di commercializzazione eguaglia o supera quello di produzione.

La differenza abissale che esiste tra il cinema artigianale e una vera industria come quella americana salta agli occhi guardando tra i banchi del mercato che affianca il festival di Cannes, ove è facile imbattersi ogni giorno in veri e propri «spettacolini» orchestrati per recluzzare questa o quella produzione. In tutto questo gli imprenditori italiani brillano per mancanza di fantasia, anche se bisogna riconoscere che molte iniziative che qui si vedono appaiono volgarotte e di dubbio effetto.

Diveno il caso del cinema pubblico o, per merito di Cinecittà-Estero, da qualche tempo si notano segni di netto miglioramento rispetto a un passato fatto di iniziative supportate in favore del film italiano, ma in realtà intese quasi unicamente quali occasioni per una serie infinita di fidejussioni pagate dal contribuente e godute da politici, funzionari e rispettivi onorari.

Già a Berlino abbiamo avuto modo di segnalare l'inizio di una attività di valorizzazione concepita nella direzione della messa a frutto di un patrimonio culturale che è la migliore,