

# SPETTACOLI

Alessandro D'Alatri e Francesca Marciano hanno scritto una commedia amara sui conflitti di coppia. Gelosie, invidie, rivalità sul lavoro: «Non è vero che l'affetto ci rende più inclini a desiderare la felicità dell'altro»

## Sublimi amori e bassi sentimenti

«I bassi sentimenti fanno parte della logica amorosa. Anzi, nascono insieme all'amore». Il regista Alessandro D'Alatri e la sceneggiatrice Francesca Marciano hanno scritto una commedia intitolata, appunto, *Bassi sentimenti*. È la storia di una coppia che scoppia, ma con un occhio a un tema molto attuale: la rivalità tra innamorati che lavorano in campi attigui. «Sarà un film divertente con momenti amari».

DAL NOSTRO INVIATO  
MICHELE ANSEMI

POSTANO. È un film dedicato alla generazione del «Ciao, come sto?». Ovvero a quei trenta-quarantenni un po' narcisisti e tumefatti che non riescono a spartire più di tanto l'amore con il proprio io. «E con un po' così ingombrante sostengono Francesca Marciano e Alessandro D'Alatri, «è difficile essere in due».

Per indagare meglio sull'argomento, l'autrice di *Lontano da dove* e il regista di *Americano rosso* (nonché autore di popolari spot pubblicitari) hanno messo in cantiere una commedia amara che si chiama *Bassi sentimenti*. Si, ancora un film sull'amore. Un altro frammento di quel discorso cine-amoroso che sta vivendo un curioso ritorno di fiamma: Massimo Troisi sta finendo *Pensavo fosse amore e invece era un calesse*, Carlo Vurdone ha appena cominciato *Maledetto il giorno che l'ho incontrato*, Francesco Nuti gira *Donne con le gonne*, Sergio Rubini sta lavorando a *La bionda*, e dalla Mostra di Venezia rimbalzano i dolori sentimentali documentati da *L'alba di Maselli*, *Barocco di Sestieri* e *L'amore necessario* di Carpi.

Sulla terrazza della bella casa con vista sul mare che hanno affittato a Positano per lavorare in santa pace senza puntiri, Marciano e D'Alatri stanno dando gli ultimi ritocchi al copione, che rielabora un romanzo inedito della sceneggiatrice. A ottobre l'inizio delle



È un'insicura congenita, vive sulla propria pelle il senso panico dell'abbandono. Ma si amano e all'inizio va tutto bene.

È un tragico classico, senza colpi di scena, quello che vuole descrivere *Bassi sentimenti*. L'incontro casuale dopo essersi sfiorati per strada, la convivenza, i pranzi dalle rispettive famiglie, il matrimonio, i tradimenti, l'idea di fare un figlio per provare a riacciapparsi, le incrinature impercettibili che diventano voragini, la separazione. «È la cronaca di un fallimento, non la storia di un disamore», avverte D'Alatri, soddisfatto del «punto di vista» del film rispetto alle coppie in questione: «La osserviamo con distacco da entomologi, come se attraverso una lente d'ingrandimento si svolgesse un teorema». La dimostrazione del quale è affidata, nella funzione cinematografica, a un luminare della psicoanalisi («un uomo sublime, una specie di Musatti») che anima in tv una

trasmissione settimanale intitolata *Ti odio di più*.

«L'opposto di *C'eravamo tanto amanti* mette le mani avanti Francesca Marciano. «Nello show di Barbaresi tutto c'è tranne che la consapevolezza. Sembra che una coppia scoppia perché lui porta i calzini sporchi o lei non sa cucinare il timballo di maccheroni». Insomma, il famoso conto della lavanderia? «Quello esiste, ognuno prima o poi si ritrova a farlo con il consueto strascico di veleni e rancori», ammette D'Alatri. «Ma i bassi sentimenti di cui parliamo sono i germi dell'insicurezza che si insinuano nel rapporto e proliferano, le parole cattive che escono fuori a tradimento, e si insediano nella memoria come bombe inesplose, le rivalità professionali che si amplificano nel rapporto con gli altri».

Un tarlo che lavora e corrode l'impianto amoroso sin dalle fondamenta. «L'amore non è un posto tranquillo, ma un appostamento continuo» sen-

tenza la sceneggiatrice, cui l'affinità letteraria con i personaggi fitzgeraldiani alla Scott e Zekia non impedisce di riconoscere che «in campo sentimentale siamo ancora all'abaco». «Per durare di più» incalza D'Alatri «basterebbe imparare a riconoscere reciprocamente i nostri lati meschini; proprio quello che Leo e Angelica, ormai presi in un meccanismo ineluttabile, non riusciranno a fare».

Viene da pensare alla *Guerra dei Roses*, ma i due autori, pur apprezzando quel film, respingono il paragone. Semmai, per chiarire la loro idea di odio coniugale, preferiscono citare quell'episodio di *California Suite*, con l'antiquario Michael Caine che accompagna la moglie Maggie Smith a prendere l'Oscar nella segreta festa. «Non c'è niente da fare, l'amore di sé è più forte dell'amore per l'altro», insiste Francesca Marciano «soprattutto quando entra in campo la riva-



Accanto, una tavola di Roberto Baldazzini tratto da «Amore e buoni sentimenti» (Cuen editrice). A sinistra, Alessandro D'Alatri e Francesca Marciano

## Ma sono necessari perché le donne non sono più metà

GIANNA SCHELOTTO

Quando le mogli si chiamavano «metà» era — o appariva? — più agevole, dopo il matrimonio, vivere felici e contenti. Oggi le coppie sono più fragili e conflittuali perché di «metà» ne circolano sempre meno. I matrimoni si fanno ormai fra «interi» (o aspiranti tali) col risultato che, nella coppia, irrompono emozioni e sentimenti non più dimezzati, ma completi di luci ed ombre, di miseria e nobiltà.

Caduto ogni improbabile travestimento, l'amore è nudo ed esposto a tutto: all'invidia, alla competizione, all'inganno. «Bassi sentimenti» forse, come suggerisce il titolo del nuovo film di Alessandro D'Alatri, ma universali e persino necessari.

Sembra così lontano il mito di Ulisse ed il modello di matrimonio che vi era rappresentato. Solo uno dei due coniugi batteva impavido il grande mondo, mentre l'altro — l'altra, per l'esattezza — restava nelle retrovie, vigile e fida, per assicurare al fuggitivo l'accoglienza e il ritorno. Ogni distacco, ogni arduo ritorno era lieve all'eroe, quando sapeva che in un luogo lontano e familiare c'era qualcuno pronto a integrare quelle

parti di sé che poteva aver smarrito nel corso delle sue avventure, disponibili a proteggere e rinforzare la sua identità.

L'equilibrio, difficilissimo, tra la fiducia in se stessi e la fiducia nell'altro come alleato e come compagno, era — sia pure artificiosamente — assicurato proprio da questa divisione di ruoli, dall'aver preso, i due coniugi, ognuno su di sé, una parte distinta dell'eterno conflitto tra il bisogno di libertà e quello di dipendenza.

Ma gli uomini e le donne che oggi si amano e che tentano di costruire una vita per due, devono confrontarsi con uguali bisogni, uguali spinte, simmetriche aspettative. E la «parità» sembrava la formula vincente per il rinnovato rapporto tra i sessi è diventata solo una stazione d'impavido quale si può partire insieme per scoprire, nel corso del viaggio, di essere diretti verso luoghi diversi.

C'è spesso uno dei due che va più lontano, mentre quello che resta indietro deve misurarsi, perduto e solo, con la propria insicurezza, con il crollo dell'autostima, con la paura del-

l'abbandono, con la mancanza, intollerabile, di quel prezioso pezzetto di sé che aveva proiettato nell'altro.

Ed è subito invidia. Un sentimento che da sempre è stato ritenuto ignobile, comunque inconciliabile con l'amore e con gli slanci solidali e generosi che ne dovrebbero derivare. Eppure ogni amore, per grande ed assoluto che sia, deve contenere in sé anche una manciata di bassi sentimenti: bassi e ben dosati. Sennò, che amore è?

È difficile, certo, misurarsi con la competitività, con la gelosia, con l'idea di essere lasciati al palo, ma proprio ammettendo il volto meno edificante dei propri sentimenti se ne attenua la distruttività e si limitano le ferite narcisistiche così dolorose e laceranti.

Ogni individuo ha bisogno di gratificazioni singole, per acquisire sicurezza e fiducia in se stesso. Ma se ha scelto la vita a due, ha riconosciuto anch'è il proprio bisogno di relazione, di confronto ed appoggio. E l'ardimentoso tentativo di conciliare questi due bisogni è, forse, quella cosa che ancora ci piace chiamare amore.

## «Pay-tv», un fantasma che si aggira per l'etere

E il Garante suggerisce: prendiamola a piccole dosi



Il mercato italiano, già affetto da overdose televisiva, si presenta abbastanza arduo da scalare per la tv a pagamento. Al di là dell'ottimismo ufficiale, i dati forniti dagli stessi manager di «Teledip» segnalano evidenti difficoltà. Di pay tv ha parlato anche il Garante, professor Santaniello, in una intervista all'agenzia Ansa. Il Garante fa notare che nel paese più maturo dal punto di vista televisivo, gli Usa, la tv a pagamento rappresenta a tutt'oggi, dopo anni di presenza, solo il 5% del mercato, contro il 64% della tv via etere, il 16% della tv via cavo, il 15% della tv locale. «In una visione saggia di governo del settore — suggerisce il Garante — corre l'obbligo anche nel nostro paese di un dosaggio quantitativo delle pay-tv». La questione è affatto secondaria e riguarda anche l'imminente scadenza del rilascio delle concessioni. Dama subito tre e darle tutte a «Teledip» (peraltro soggetta a ispezioni per i possibili legami con la Fininvest di Berlusconi) significa inchiodare anche questo settore del mercato, tutto da verificare nelle potenzialità e ritmi di sviluppo, e metterlo nelle mani di un unico soggetto. Una sorta di monopolio a prescindere, come avrebbe detto Totò, che costituirebbe un'altra trovata tutta italiana.

In America è in crisi, in Europa è in espansione, in Italia è appena arrivata: è la tv a pagamento. Un convegno a Rimini ha discusso del suo futuro e di quello del cinema

DALLA NOSTRA INVIATA  
SILVIA GARAMBOIS

RIMINI. Processo alla pay-tv. Pubblico accusatore, il cinema. Alla mostra internazionale di «Rimincinema», per la prima volta faccia a faccia, si sono ritrovati i «grandi concorrenti»: i produttori di film e quanti li portano nelle sale, in tv, in home-video. O, appunto, li trasmettono in televisione a pagamento. In America la «pay» (nata nel '72 con la Hbo) è in crisi. In Europa (data di nascita il 1984, con la francese Canal Plus) è ancora in via di espansione. In Italia, invece, il nuovo fenomeno si è affacciato sulla scena da appena tre mesi (per ora ci sono 40 mila abbonati ufficiali a Teledip), inatteso e imprevedibile.

Nel nostro paese sembravano mancare le condizioni: già si paga un canone per la Rai, i film vengono trasmessi in modo massiccio dalla tv, al contrario che negli altri paesi (oltre tremila titoli, l'anno scorso,

vesti del 10 per cento) è quella di aggirarsi al mercato con un sistema a pagamento formato da tre reti tematiche: non sarà un successo facile, ma alla lunga è una strategia che dovrebbe pagare. Ma il problema, nell'aria, è un altro: la paura della pay-tv? Allontanerà ancora di più il pubblico dalle sale cinematografiche, farà crollare la vendita di home-video, come in Spagna, sarà una concorrenza imbattibile per la televisione cosiddetta «reale», libera? E sono questi temi che suscitano polemiche. Per Silvano Battisti, dirigente del settore cinema dell'Agis, la pay-tv potrebbe addirittura sviluppare un amore per il cinema: il nodo — sostiene — è invece come, con quale gerarchia, le sale, la tv, l'home video e il pay-tv possono s'nutrire un film? Il problema, insomma, che si deve porre in questi giorni il legislatore per la legge sul cinema.

Anche per Giuseppe Cereda, fino a poco tempo fa responsabile del cinema per Raiuno e ora passato alla Berlusconi Communications, la regolamentazione è al primo posto ma teme «la rigidità del legislatore»: «In America ci si regola con la libera trattativa, la storia di un film non è sempre la stessa e non ci può essere una ricetta unica. Anche perché abbiamo l'esperienza di una legge che non riguarda-

va direttamente il cinema, come la Mammì, che ha già invece provocato delle conseguenze». Intanto il divieto ai minori: o la commissione che se ne occuperà avrà maglie larghissime, o forse assisteremo alle pressioni dei produttori, andremo verso l'autocensura. Poi la questione della durata dei film, per l'inserimento degli spot: faremo film inutilmente lunghissimi, oltre i 114 minuti, per aggirare la norma. E ancora la questione che ha suscitato tante polemiche, ovvero l'assenza di spot nei film di qualità: non potrà che favorire la scomparsa dei film di qualità». La discussione si accende intorno al presupposto buttato sul tappeto dall'inglese Jay Stuart, della Kagan World Media: l'industria dell'audiovisivo è una torta infinita, ogni mezzo aiuta la crescita degli altri. «Volete dire che in America non c'è neppure uno spettatore che stia uscendo di casa per andarsi a vedere un film, e che ha rinunciato a guardarsi una cassetta?», sbotta Leo Pescarolo, produttore. Ma non è l'unico ad avere perplessità. Vieri Razzini, responsabile della programmazione cinematografica di Raiuno, riconosce che per ora non si sente la concorrenza diretta di Teledip («È un contrabbasso, ora esiste e bisogna farci i conti»), ma — continua — si sente enorme-

### Il mercato della pay-tv in Europa

Reti	Territorio servito	Abbonati (in migliaia)	Inizio delle trasmissioni
Canal + France	Francia	3.168	Nov. 1984
Film Movies	Gran Bretagna	837	Feb. 1989
SkyNet	Benelux, Svezia, Norvegia, Finlandia, Danimarca	500	Mag. 1985
Movie Channel	Gran Bretagna	428	Apr. 1990
Premiere	Germania, Austria	182	Feb. 1991
Canal + Spagna	Spagna	147	Giù. 1990
TV1000	Svezia	122	Aug. 1989
Teleclub Zurich	Svizzera	85	Mag. 1984
Canal + Belgium	Belgio	50	Sett. 1989
SF Succé	Svezia	31	Dic. 1989
Téléciné Romand	Svizzera	—	Sett. 1985
Tele + 1	Italia	21	Giù. 1991
<b>Totale</b>		<b>5.571</b>	

Fonte: European Cable Pay-Tv - Dati aggiornati al 31-6-1991

mente, invece, quando si devono organizzare cicli di film: insieme alla Fininvest, Teledip dispone di un magazzino praticamente illimitato rispetto a quello della Rai.

Insomma, la concorrenza è in arrivo. I venditori di home-video temono invece la concorrenza in negozio: ad un recente meeting hanno distribuito volantini con il teschio e l'ossa incrociate con su scritto «pay-tv». «Si ha paura di quel che non si conosce — sostiene

Gianni Bigio, della Penta (di proprietà di Berlusconi e Cecchi-Gori, e quindi della «scuderia») — le vendite continueranno ad andare benissimo, la pay ha un effetto promozionale. Il problema è che da noi l'home video è nato tardi perché la tv a colori è arrivata tardi. E i cinema d'essai? «Chiuderemo...» dice il presidente della federazione, Lionello Cerri — Ormai i diritti per le sale dei film durano meno di due anni. Abbiamo visto che anche

il nostro pubblico, in pochi anni, è cambiato: una volta non seguiva la tv, adesso sì. L'ultima parola, amaro, ancora a Pescarolo: «Non me la sento di aiutare Berlusconi. Non mi pare il caso, io sono un bieco affarista, mi interessa solo il denaro. Però una volta c'era la voglia di conquistare il pubblico, di fare film raffinati, di qualità. Adesso avremo forse in tasca qualche lira in più, ma un po' meno voglia di fare il cinema».