



SPETTACOLI

Arriva con l'estate un parziale bilancio della stagione cinematografica. Tre milioni e mezzo di spettatori in meno (una flessione del 9 per cento) ma cresce il peso dei prodotti italiani rispetto alla concorrenza americana. Diminuisce ulteriormente il numero delle sale e dei film in distribuzione.

Nuovo Cinema Purgatorio

Ma tv e home video danno scacco al grande schermo

DARIO FORMISANO

Ci risiamo. Al primo week-end di maggio, si ripete, uguale ogni anno, la solita scena. Le autostrade si riempiono, le spiagge e le campagne diventano meta di giovani e giovanissimi, le sale cinematografiche (di solito frequentate dagli stessi giovani e giovanissimi) come d'incanto si svuotano. Lo stupore assomiglia sempre più a se stesso, perché come ogni anno, all'inizio dell'autunno, meglio ancora a Natale, le previsioni erano di tutt'altro segno. Come se il pubblico, invertendo una tendenza ormai ventennale, potesse di nuovo aumentare, la stagione durare di più, come si favoleggia accadde (e accadde davvero) in Francia e negli Stati Uniti.

La primavera, l'estate, il fattore climatico sono una delle costanti fisse nel determinare la variazione dei consumi cinematografici, almeno in Italia. Ma è vero anche che il popolo dei consumatori di film cresce davvero ogni anno, solo che è mobile come le stagioni, ha i suoi percorsi personali, le sue abitudini mutevoli. Cioè che lo studio delle tabelle e dei dati relativi al mercato delle sale cinematografiche è un elemento sempre più parziale per conoscere e giudicare il fenomeno nel suo complesso.

Sempre più necessario è completarlo, andando a vedere cosa accade, come si consumano i film, davanti al piccolo schermo, via etere o in videocassetta. Dell'offerta di film in tv ci siamo occupati di recente. Rilevando (i dati più freschi riguardano l'anno solare 1991) il paradosso di una pratica dei palinsesti che moltiplica l'offerta cinematografica (+ 3,6% alla Rai, + 18,2% la Fininvest) ma paga il minore appeal che i film esercitano sul telespettatore, almeno in pri-

Arriva l'estate e per il cinema è tempo di bilanci esaltanti. I primi dati disponibili (relativi a 686 sale in 88 città chiave), vale a dire la parte più ricca e importante del mercato, periodo messo a confronto: giugno '90/maggio '91-giugno '91/maggio '92 segnalano una flessione di circa 3 milioni e 800mila biglietti, pari al 9% in meno rispetto alla stessa data del 1991.

Ad essere maggiormente penalizzati sono quest'anno i film americani, abbandonati da poco meno di 8 milioni di spettatori, con una caduta percentuale quasi del 25%. Opposto il quadro dei film nazionali, che recuperano 2 milioni e mezzo di presenze, aumentando del 25% il proprio peso in questa parte del circuito. Ciò non è valso, tuttavia, a rovesciare i rapporti di forza fra il nostro cinema e quello di Hollywood, visto che i prodotti italiani continuano a controllare appena il 30 per cento della domanda, mentre gli Usa si aggiudicano più del 60 per cento del pubblico.

Il maggior merito della risalita italiana va a Roberto Benigni, Enrico Oldoini, Francesco Nu-

Massimo Troisi e Carlo Verdone che con *Johnny Stecchino*, *Vacanze di Natale '91*, *Donne con le gonne*, *Pensavo che fosse amore invece era un caso* e *Maledetto il giorno che ti ho incontrato* hanno raccolto complessivamente oltre 9 milioni di biglietti e più di 73 miliardi d'incasso. Questi cinque titoli occupano la prima, terza, quinta, settima e nona posizione nella graduatoria dei maggiori successi, in compagnia di altrettanti film americani: *Robin Hood, principe dei ladri*, *Terminator 2*, *Scelta d'amore*, *JFK - Un caso ancora aperto* e *Hook, Capitano Uncino*.

La caduta della domanda non incide sul livello complessivo degli incassi solo grazie al consistente aumento dei prezzi d'ingresso, abbondantemente superiore al tasso d'inflazione. Facile dunque dedurre che esercenti e distributori continuano a spremere impetuosamente quella parte del pubblico rimasta ancora fedele al grande schermo, il che finisce coll'accentuare

UMBERTO ROSSI

la selettività delle scelte, visto che, per massima parte, si tratta di giovani e giovanissimi che debbono valutare attentamente come spendere i denari che hanno in tasca. Una cautela che si trasforma in ulteriore vantaggio per quelle produzioni - film comici nazionali e pellicole spettacolari americane - che dispongono di maggiori risorse pubblicitarie o possono far leva su apparati di diffusione particolarmente efficaci. Del resto è tutto il circuito che tende progressivamente a restringersi concentrando gli spettatori su un ristretto numero di pellicole, presentate in un ventaglio limitato di locali, situati in un gruppo contenuto di centri urbani.

Quanto all'offerta, va sottolineata la flessione di 11 titoli (- 4%) nel numero dei nuovi film immessi sul mercato rispetto alla stagione precedente. La caduta riguarda sia i film italiani (4 pellicole in meno), che quelli americani (meno 8). Per quel che riguarda gli Usa, si è in presenza di una politica che mira a concentrare le risorse disponibili su testi ad alto valore commer-

ciale da imporre al mercato mondiale. Da parte italiana invece, c'è da tener conto sia del minor interesse delle grandi reti televisive pubbliche e private alla produzione di film, sia delle crescenti difficoltà a trovare uno schema per i film prodotti. Infatti, la continua chiusura di sale, (la Sia segnala una flessione del 60 per cento degli esercizi in funzione fra il 1980 e il 1990) e la concentrazione del consumo hanno fatto sì che oggi una pellicola giochi quasi tutte le sue possibilità di contratto con il pubblico su poche centinaia di locali.

Nella stagione in corso sono stati distribuiti 261 nuovi film, ma solo in quattro città (Roma, Milano, Torino e Firenze) ne sono stati presentati più dell'80%. Nelle altre città è possibile vedere solo una parte, quasi sempre meno della metà di quelli teoricamente in distribuzione. Un fenomeno aggravato dalla tendenza, imposta dalle grandi distributrici agli esercenti più deboli, di mantenere in programma per molte settimane i film di maggior richiamo, sottraendo così possibilità d'uscita alle opere meno protette.



Robin Williams e Dustin Hoffman in una scena del film «Hook», di Steven Spielberg. In alto, Carlo Verdone in «Maledetto il giorno che ti ho incontrato». Tutti e due i titoli sono fra i primi dieci nella classifica degli incassi

Il compleanno di Tele + 1 con 170mila candeline

Faust e Golem. Due miti della modernità tra letteratura e cinema. Non ha paura dei paroloni né della programmazione impegnata il palinsesto di Tele + 1, la prima tv italiana a pagamento, che trasmette film ventiquattr'ore su ventiquattro. È un bel po' che esiste ma il primo compleanno ufficiale lo festeggia il 31 maggio. E da quel di infatti che il suo segnale, una dozzina di film al giorno, replicati in fasce orarie diverse nel corso del mese, è stato «cristallizzato», reso cioè ricevibile solo da quegli italiani in possesso di apposito decodificatore. Un organico di 500 dipendenti, Tele + ha mandato in onda negli ultimi dodici

I dieci maggiori incassi della stagione

Titolo	Produzione	Incasso
Johnny Stecchino	Italia	28.509.236.000
Robin Hood: il principe dei ladri	Usa	21.556.131.000
Donne con le gonne	Italia	16.350.122.000
Terminator 2	Usa	13.031.971.000
Vacanze di Natale '91	Italia	10.294.367.000
Scelta d'amore	Usa	10.099.075.000
Pensavo che fosse amore invece...	Italia	9.563.337.000
JFK Un caso ancora aperto	Usa	9.118.644.000
Maledetto il giorno...	Italia	8.876.496.000
Hook	Usa	8.804.790.000
TOTALE		136.204.169.000

mesi 2390 film: titoli sparsi, retrospettive e cicli organici come quello appunto dedicato, questo mese, a «Letteratura e cinema». È una rivista mensile che tiene informati sul calendario delle trasmissioni, riportate peraltro anche su *Tv Sorrisi e Canzoni*. Grazie ad una «finestra» più breve rispetto alle altre tv, ai grandi film bastano dodici mesi per trasferirsi dal grande schermo della sala al piccolo di Tele + e quest'anno le prime visioni sono state 321. Proprietà diffusa ma con il gruppo Berlusconi azionista di riferimento, una Rai etemata candida a entrare nel giro, un presidente del presti-

gio di Vittorio Cecchi Gori e un direttore come Roberto Gioliva. Tele + 1 dichiara di avere 170 mila abbonati. La partenza era stata lenta, il 91 si è chiuso con circa 70.000 abbonamenti a fronte di un obiettivo di almeno 100.000. Ma il nuovo anno è cominciato bene: a «tirare», sembra, è l'accoppiata con la neonata Tele + 2: due abbonamenti (promozionali) al posto di uno. Troppo presto però per capire quanto e in che modo il consumo di Tele + si intreccia con quello delle sale, quanto i due pubblici si sovrappongano o siano diversi. Il primo anno di vita sarà certamente l'ocasio-

Ieri vertice Rai sul crollo Auditel

Il black-out su Falcone: se ne discute in consiglio

ROMA. Le cifre del disastro non scuotono la nomenclatura Rai. Non la scuote neanche il diluvio di critiche per l'ingloriosa figura fatta sabato sera e ancora nelle ore successive, negando e sminuendo col contagocce l'informazione sulla strage di Palermo. L'unica ossessione di Gianni Squarrelli, direttore generale, e del vicedirettore per il coordinamento delle reti tv, Giovanni Salvi (entrambi dc) è quella di «salvare» Raiuno, che dell'azienda è la parte più disastrosa. Insomma, chi si aspettava dal vertice di ieri mattina - tutti i direttori di rete e testata a rapporto dal direttore generale - uno scatto di reni del vertice Rai è rimasto deluso.

I dati Auditel dicono che l'ascolto Rai frana, che il soprasso della Fininvest è ormai un dato quotidiano. Tuttavia, Squarrelli e Salvi hanno difese le scelte sin qui operate, anche quelle disgraziate di questi ultimi giorni. Dal canto loro, i direttori non si sono sbilanciati più di tanto: in questa situazione vale il detto «ognuno per sé e Dio per tutti». Dunque, la momentanea procedura a testa bassa, a meno che il presidente Pedullà e il consiglio di amministrazione non riescano a dar loro una robusta scollata, prima che la situazione sia compromessa in maniera irreparabile. Ci sarà, quindi qualche modesto aggiustamento di orari, nel senso di rendere più puntuali alcuni appuntamenti; sarà alleggerito di qualche spot l'intervallo pubblicitario che precede il Telegiornale Uno delle 20, sul quale ha puntato sin dall'inizio l'indice accusatorio Bruno Vespa che in quella lunga sequela di spot individua uno degli handicap del suo Tg rispetto al Tg5 di Mentana. Ai Tg3 non bastano gli ottimi risultati d'ascolto (26,58% per il Tg delle 19 di ieri sera, il 18,73% per la diretta da Montecitorio durante il dibattito sulla strage di Palermo) per meritare un po' di attenzione dal vertice Rai. Tg3 ha ottenuto di poter replicare alle 6,30 del mattino l'edicola che va in onda alla mezzanotte e mezza; ma è stata respinta ancora una volta la richiesta di riempire il vuoto del mattino, che arriva sino alle 11-12. Eppure, anche 4-5 punti d'ascolto in quella fascia oraria sarebbero preziosi.

Su come intendano poi «salvare» Raiuno, non si sa se i vertici aziendali non abbiano affatto idee o ne abbiano qualcuna, ma confusa. Sabato sera non hanno avuto il coraggio di rivoluzionare il palinsesto e di sospendere *Scommettiamo che?* poi, hanno scaricato la colpa su Fabrizio Frizzi: dunque, preparatevi al peggio. Ha ragione il segretario del sindacato giornalisti, Santerini, nel commentare con «stupore e amarezza» il comportamento della tv pubblica su Palermo: «spesso l'informazione è considerata un orpello della tv-spettacolo».

Maurizio Ponzi sta finendo di girare all'isola d'Elba «Vietato ai minori» una commedia corale dai risvolti amari ambientata sul set di un film a luci rosse

E ora mi do al «Mystic Porno»

Si chiama *Vietato ai minori*, ma difficilmente, nonostante il titolo e la storia che racconta, il nuovo film di Maurizio Ponzi incorrerà nelle maglie della censura. È la cronaca, sotto forma di commedia grottesca con risvolti amari, delle riprese di uno sgangherato film porno girato all'isola d'Elba. Dieci interpreti simpaticamente assortiti, meno di due miliardi di costo (produce Piccioli): lo si vedrà a ottobre.

DAL NOSTRO INVIATO

MICHELE ANSELMI

PORTOFERRAIO. Fronte del porto. Anzi, del porno. Su uno dei moli di Portoferraio, all'isola d'Elba, Maurizio Ponzi sta finendo di girare *Vietato ai minori*. Sono le cinque del pomeriggio. Dal ventre della nave-traghetto esce un pullmino affollato di gente: è la troupe del film nel film. Si chiama *Mystic Porno Sensation*, e il titolo non lascia adito a dubbi. Il set è già scelto: un'antica roccia dove una madre badessa posseduta dal demone sperimenta le posizioni del Kamasutra con un giovanotto balduzzoso. Altro che *Interno di un convento* di Borowczyk. Naturalmente, a dispetto del

«È vero, la stessa storia si potrebbe svolgere sul set di un film normale», ammette Ponzi, che firma la sceneggiatura insieme ai giovani Melania Mazzucco e Luigi Guarnieri. «Diciamo che il porno semplifica ed estremizza il discorso, permette di rendere più divertente il nostro piccolo atto d'accusa». Il regista ce l'ha con il cinema fatto male, ridotto ai minimi termini, con i produttori spargnini e cinici, con un certo andazzo disinvolto. Ma non c'è un atteggiamento sacrale nelle sue parole: «Quanti sanno che, per le scene di guerra del suo *matrimonio di Maria Braun*, Fassbinder usò gli avanzati della *Croce di guerra* di Peckinpah? Sempre inseriti sono».

La citazione non è casuale. Ponzi sa bene che uno dei più bei film ambientati nel mondo del porno (lo disse John Byron e da noi uscì col titolo *Il pornografo*) si chiamava in inglese proprio *Inserts*, e mentre *Vietato ai minori* preferisce il rare in ballo l'insuperabile *Effetto notte* di Truffaut. «Anche lì c'era una morte, anche lì si

muovano dei personaggi al limite della macchietta, anche lì della storia del film si capiva poco», confonda il regista. «E del resto, fare un film sul cinema è il sogno di tutti. I pochi che conoscono la mia cinematografia sanno che il primo film, *l'isionari*, era la messa in scena di una commedia».

In *Vietato ai minori* l'argomento è forse un po' meno nobile, ma identico è l'impatto di nevrosi, risentimenti e attese che anima il teatrino delle psicologie. Il film ha un sapore acre, il dialogo è feroce, l'ultimo quarto d'ora sarà molto forte, annunciano gli sceneggiatori. Prima, però, si riderà. Fa molto ridere, ad esempio, il turpe produttore Scalpo (Alessandro Haber), che alla fine dell'avventura fugge dall'Elba con le pizze sotto il braccio. Come una specie di Nosferatu. E promettono dueci esilaranti il regista Ivan (Nicola Pistoia) e l'operatore Airoldo (Angelo Orlando): uniti da un rapporto omosessuale non dichiarato, i due cercano di trasformare *Mystic Porno Sensation* in «un film espressionista tra Pabst e

Dreyer», naturalmente in bianco e nero, magari con le parti sessualmente rilevanti della star a colori. Già, la star. Si chiama Edith (Mariella Valentini), è bionda, procaace, in armonia con la situazione: una specie di Moana Pozzi legata a filo doppio all'infelice Thomas (Massimo Venturiello), ex insegnante convertitosi per amore alle produzioni dell'hard-core.

Poi ci sono la sarta Ada (la bentornata Gina Rovere), l'atrezzista Duilio (Amedeo Lucito), il finanziere occulto (Massimo De Rossi) e i due giovani innamorati: l'aspirante attore Salvatore (Paco Reconti), ingaggiato come stallone al posto di Thomas, e la tenera netturbina del posto Barbara (Sabrina Ferilli). Sorride Ponzi: «Se c'è un momento di autentico erotismo, tra tanto parlare di sesso, riguarda proprio loro. Non amo forzare i simboli, ma certo Barbara è il personaggio positivo del film. E infatti si porterà via, salvandolo dal naufragio, il personaggio più pulito della storia».

«Vedrete dieci belle inter-



Mariella Valentini è la pornstar Edith in «Vietato ai minori» di Ponzi

Lana Turner curata per tumore alla gola

LOS ANGELES. L'attrice americana Lana Turner è stata sottoposta nei giorni scorsi ad una cura per un tumore alla gola. La notizia è stata diffusa da una fonte vicina alla figlia della ex star di Hollywood. La Turner, che ha 72 anni (è nata a Wallace nell'Idaho), è stata ricoverata il 13 maggio scorso presso il Cedars Sinai Medical Center per alcune analisi e i medici le hanno scoperto un piccolo cancro alla gola. La precoce scoperta della neoplasia ha consentito di ottenere «una prognosi eccellente», tanto che la Turner è stata successivamente dimessa dalla clinica chirurgica e ha potuto tornare nella sua casa di Los Angeles.

Lana Turner, bionda esuberante e dal fascino prorompente (7 mariti ufficiali ed una vita turbolenta), ha interpretato decine di ruoli di successo, quasi sempre nei panni di donna sensuale, calcolatrice e crudele. Il film che la consacrò diva fu *Il postino suona sempre due volte* del 1946.