

Spettacoli



Bufera Biennale
Interverrà
la magistratura?
Si dimette Costa

O i consiglieri della Biennale neo-nominati si dimetteranno o verrà chiesto l'intervento della magistratura. Lo annunciano le associazioni degli autori cinematografici (Anac), dei docenti universitari (Cuc) e dei critici cinematografici (Sncec) denunciando che le nomine violano lo statuto della Biennale. Intanto si dimette dal consiglio il neo-nominato Paolo Costa, il rettore dell'università di Venezia spiegando di aver accettato nella convinzione che la

nomina si riferisce non alle qualità personali ma alle funzioni di rettore. Paolo Portoghesi, ex presidente della Biennale: «In un momento in cui la gente ha perso fiducia nei partiti e nelle istituzioni, invece di cogliere l'occasione per fare delle nomine ineccepibili si sono fatte nomine criticabili».

Censurato uno dei filmati pubblicitari girati da Allen per la Coop. L'unione degli avicoltori si è ritenuta «offesa» da alcune battute su galline di scarsa qualità... Il Giurì ha dato ragione agli allevatori. E i «creativi» cosa pensano?

I polli contro Woody

Gli allevatori sono ricorsi al Giurì della pubblicità contro i polli «gonfiati» e al polistirolo degli spot girati da Woody Allen. E la pubblicità è stata condannata e ritirata. Anche i liofilizzatori (in una scena il vino viene fatto con le polverine) hanno protestato, ma con minore successo. È inaccettabile che contro queste sentenze non ci possa essere appello, sostiene Barberini, presidente della Coop consumo.

SILVIA GARAMBOSI

ROMA. Gli allevatori di polli hanno vinto contro Woody Allen. Un processo in piena regola. L'accusa: ha portato in tv un volatile «gonfiato» (prima versione); di polistirolo (seconda versione). E il Giurì di autodisciplina pubblicitaria, presieduto dal dottor Gian Luigi Falabrino, ha esaminato 145 secondi «incriminati»: quegli stessi che erano stati anche mostrati al pubblico della Mostra del Cinema di Venezia, tra gli applausi, nel settembre del '91. Ma questa volta gli esperti non si sono lasciati incantare dal genio cinematografico del regista del *Dittatore dello stato libero di Bananas* e di *Zelig*: hanno dato ragione all'Unione nazionale dell'Avicoltura, e censurato lo spot della Coop Italia. Hanno cancellato dalla tv il mini-film di Allen. Nel frattempo anche i liofilizzatori sono scesi in campo contro Woody (che nello stesso spot mostra il padrone di casa intento ad allungare con acqua «depidata» una polverina scura, offrendo poi calici di vino...), ma con minore fortuna: a loro il Giurì non ha dato retta.

Non ne va bene una a Woody. Un mese fa il *New York Post* aveva scritto a grandi titoli che la Coop Italia aveva stracciato il contratto con il regista dopo le sue vicende private: notizia immediatamente smentita da Roma (e, anzi, più d'uno suppone che dietro a questo fatto di cose proprio la moglie del regista). Che anche stavolta ci sia lo zampino di Mia Farrow? Qualcuno ironizza, infatti, che sempre di «chicken» si tratta (le «pollastre» in America non sono forse anche le fidanzate?).

Lo spot sotto accusa si intitola: *Cocktail Party*. È il terzo mandato in onda dalla Coop Italia dopo quello di presentazione (*Alfons*, con i marziani) e quello dedicato alle fette di carne esposte al museo (*Art Gallery*). E non è il migliore. I critici (cinematografici) già a

Venezia rimasero un po' perplessi da una storia troppo americana. Il mini-film, infatti, racconta di un party in un raffinato interno borghese: un'atmosfera di estrema falsità, a partire dai padroni di casa e dagli ospiti, con i lifting troppo tirati, le parrucche infilate male, le tette al silicone. I protagonisti, raccontati da due ospiti pettegoli (lui è Francesco Vairano, lei Melina Martello, doppiatrice ufficiale di Mia Farrow), sono Angelo e la sua parrucca, Anna con il naso rifatto, Giorgio che si è fatto tirare le zampe di gallina, Greta, donna al silicone di cui l'unica cosa al naturale è il mignolo. Il dialogo, di sapore surreale, tocca un problema molto reale, la sofisticazione dei cibi e qui casca il pollo. Agli ospiti, infatti, vengono servite tartine imbalsamate, vino liofilizzato e pollo gonfiato.

Alla «prima» per i fornitori Coop gli aderenti all'Una protestarono: i polli gonfiati non lo spot venne ritirato; i polli in tv sarebbero stati di polistirolo. Del resto i polli della tv hanno sempre avuto vita difficile: era stato denunciato e assolto quello quadrato della Knorr, così come quello della Amadori, che veniva preferito a un bel piatto di mediterranea pastasciutta.

Per un banale errore di casette, nei mesi scorsi, è arrivato in video, per alcuni giorni, il pollo di Allen gonfiato, poi sostituito da quello al polistirolo: al pubblico la differenza non è sembrata molto rilevante, erano fasulli entrambi. Ma i rappresentanti dell'Unione avicoltori si sono sentiti comunque colpiti, e hanno fatto ricorso all'Istituto di autodisciplina pubblicitaria.

Secondo l'accusa l'annuncio della prima versione «strutina la paura per gli estranei», rievocando la vera e propria psicosi che il pericolo di carni



Sanna: «Sì agli spot comparativi»

ROMA. Gavino Sanna, uno dei maggiori pubblicitari italiani, è in uno studio vicino a Londra per realizzare anche lui una pubblicità «alimentare». Quella della Barilla. E anche lui è alle prese con una campagna che è già incorsa nelle censure del Giurì di autodisciplina pubblicitaria: quella sulla «piramide del mangiar sano» stilata dal dipartimento dell'agricoltura americano (già pubblicata su alcuni giornali), per la quale il Comitato di controllo ha chiesto la revisione di alcuni elementi, che sarebbero stati manipolati per far credere al consumatore che la pasta è alla base di una sana alimentazione.

Gli spot di Woody Allen sono stati messi sotto accusa anche perché è stata considerata pubblicità comparativa. Lei cosa ne pensa?

Questo è uno dei pericoli della mancanza di regole in Italia. Se mancano regole pre-

cise è naturale che poi avvengano i pasticci. Questo della Coop è un primo esempio, che abbiamo davanti agli occhi. Se la pubblicità comparativa è fatta male, è perché non esistono criteri certi a cui far riferimento, lo non conosco il caso, ma se vengono attaccati polli di un certo tipo, devono essere esplicitate tutte le ragioni del confronto, perché si tratta sempre di due che concorrono per arrivare primi.

Insomma, come in America.

Nei Paesi dove la pubblicità comparativa è stata inventata e viene usata, se uno sbaglia finisce in galera... Io sono favorevole a questo tipo di messaggio, per offrire al consumatore un'arma in più, elementi in più per giudicare quando si trova davanti agli scaffali del supermercato... E teniamo presente che negli Usa l'ente protezione del consumatore è una potenza, i suoi leader fanno paura alle grandi aziende.

Ma qui si trattava di uno spot surreale, di una invenzione di Woody Allen...

E chi se ne frega. In questo caso equivale a un qualunque Pinco Pallino. Per essere chiaro: la pubblicità serve solo a vendere i prodotti, siano i vecchi Caroselli, i filmati di Woody Allen o quelli di Federico Fellini. Devono comunque rispettare le regole.

Di pubblicità comparativa si è tornati a parlare con molta apprensione.

Sì, è un fantasma che sta facendo spaventare tutti. A torto. Nei paesi dove è permessa non supera il 10% del globale. Se arriverà anche nel nostro paese, come arriverà, viste le nuove leggi della Cee, sarà comunque generalmente usata da chi ha più bisogno di far chiacchiere. Non dalle grandi marche, ma semmai dalle piccole aziende che hanno bisogno del confronto con quelle maggiori.

gonfiato ha scatenato tempo fa nell'opinione pubblica». Il secondo, quello al polistirolo, rappresenterebbe invece un esempio di «pubblicità comparativa» (vietata in Italia), perché «contrappone in modo del tutto gratuito i prodotti della Coop, che sarebbero veri e genuini - così si legge negli atti di ricorso - agli altri prodotti, falsi». E questo significato denigratorio sarebbe aggravato dalla espressione di vero e proprio disdegno dell'invitata che assaggia il pollo». La difesa (gli avvocati Ruffolo e Testa) hanno inutilmente ricordato che i negozi Coop vendono al 96 per cento i polli dell'Unione avicoltori. E ancor più inutilmente hanno fatto presente che Woody Allen non c'è l'aveva certo con loro: che dei polli italiani, insomma, ne sa ben poco. Licenza d'artista, si diceva un tempo.

Una licenza che il Giurì ha invece, fortunatamente, ammesso, quando si è trovato di

fronte anche i liofilizzatori: anche loro all'assalto contro lo spot, ma stoppati da una sentenza che invece considerava «grottesca» l'idea di Allen di fare il vino con le polverine. Saggia decisione, prima che scendessero in campo anche gli imbalsamatori, i chirurghi plastici, i parrucchieri...

«Questa sentenza a favore dell'Una per noi è inaccettabile - dice il presidente della Coop consumo, Ivano Barberini - Hanno considerato denigratorio parlare di polli gonfiati o al polistirolo, hanno ritenuto che danneggiasse gli avicoltori, senza tener conto delle nostre proteste: per noi questo spot è un'opera artistica, firmata da Woody Allen. Il problema maggiore, però, è rappresentato proprio dal Giurì di autodisciplina pubblicitaria, perché il suo giudizio è inappellabile. Un elemento anacronistico...»

E adesso, lo spot verrà buttato? «Ne abbiamo ovviamente interrotta la programmazione. Ora riscriveremo il testo. Il pollo, probabilmente, diventerà "malcucinato"... Non è la stessa cosa, ma non c'era onestamente da aspettarsi che non venisse colto lo spirito surreale, ironico, tipico di Woody Allen».

Deve ancora arrivare in onda il quarto spot preparato dal regista americano e già mostrato al pubblico: un omaggio al neo-realismo, che sotto il titolo di *Farmhouse apple* racconta un interno contadino anni '50, dove il bambino spia il padre che segue la formosa cameriera e si avventa poi... su un cesto di mele. Senza offesa per nessuno.

Woody Allen tornerà in Italia nei prossimi mesi, deve ancora girare per la Coop un ultimo spot. Per quel momento non resta che consigliargli la lettura di Ennio Flaiano, che così racconta il nostro Paese: «L'Italia è quel paese dove, i polli girano crudi per strada...»

Berlino Anno zero per il teatro di Brecht

BERLINO. Anno zero per il teatro fondato da Bertolt Brecht. Con il *Pericle* di Shakespeare lo storico Berliner Ensemble ha riaperto il sipario dopo una ristrutturazione lampo. La chiusura, seguita nella scorsa estate alla riunificazione tedesca, aveva fatto temere la fine del Berliner. Ma in pochi mesi l'operazione di lifting è riuscita: i locali rinnovati, una struttura amministrativa più agile e meno costosa, un drastico ridimensionamento del personale, una gestione a doppio binario (in parte privata, in parte affidata alla municipalità di Berlino con contributi pubblici). Alla guida del tempio brechtiano, un quintetto di illustri teatranti dell'ex Germania democratica, alcuni dei quali allievi diretti dell'autore dell'*Opera da tre soldi*: Soren Heiner Müller, Peter Zadek, Peter Palitzsch, Matthias Langhoff e Fritz Marquardt.

Il pubblico berlinese affollava la sala domenica sera per festeggiare la riapertura dell'istituzione. Sul sipario, immutato, il motivo delle *palomas* di Picasso, simbolo galante del Berliner vecchia gestione. In programma c'era il *Pericle* shakespeariano, un dramma in cinque atti del 1609 tra i meno inflazionati del drammaturgo inglese. Regia affidata al settantatreenne Peter Palitzsch, che ha scelto per la favola del principe Pericle alla ricerca della moglie e della figlia crudele morte, una versione rigorosa e quasi filologica. Unica sorpresa: mancavano le poltrone in platea. Un'invenzione di Palitzsch per ricreare l'atmosfera di confusione e contatto col palcoscenico dei teatri elisabettiani. Scene classiche con un'incursione nel moderno per il bordello in cui Pericle ritrova la figlia. E una grande attenzione per la parte musicale. Nel complesso, il *Pericle* è stato apprezzato dai critici.

La stagione del Berliner Ensemble continua nei prossimi mesi con una serie di proposte contemporanee. Non saranno molte, invece, le opere del fondatore, secondo una linea che aveva cominciato ad affermare già negli ultimi anni della vecchia gestione. Ci sarà solo, per quest'anno, *Unterwegs des Egoisten Johann Fatzler*, un testo piuttosto raro, pubblicato da Brecht nel '30 in forma di frammento e recuperato ora da Heiner Müller. A febbraio debutta *Grillparzer nel portico dell'austriaco* Peter Turni, ancora con la regia di Palitzsch, e subito dopo una *pièce* di Rolf Hochhuth, *Wessis a Weimar*, che fa già discutere (ricostruisce l'omicidio di un uomo politico compiuto dai terroristi della Ral due anni fa). Mentre Peter Zadek ha in cantiere un'opera adattata al teatro di *Mitaccio a Milano* di Vittorio De Sica.



Qui accanto, il regista Carlo Carlei. A centro pagina, Francesca Neri, Jacques Perrin e il piccolo Manuel Colao in «La corsa dell'innocente»

Tre film con altrettante majors per il giovane regista. E «La corsa dell'innocente» esce in Usa con 250 copie

Carlei: «Ciao Italia, mi vuole Hollywood»

La corsa dell'innocente, presentato a Venezia '92, è andato maluccio in Italia ma si avvia a conquistare l'America. Distribuito dalla Mgm, uscirà in 250 copie. E intanto per il suo regista Carlo Carlei si schiudono le porte di Hollywood: girerà tre film con altrettante majors (Warner, Columbia, Mgm). «Lascio l'Italia senza rimpianti, Franco Cristaldi aveva previsto che il film non sarebbe stato capito...»

ALBERTO CRESPI

ROMA. Nel cinema italiano sta per succedere una cosa clamorosa: il regista di uno dei film più «rimossi» della stagione è in procinto di partire per Hollywood, dove ben tre majors lo aspettano a braccia aperte, con tre contratti firmati e altrettanti film da fare. È una fortuna che in cent'anni di storia del cinema ha lasciato pochissimi registi europei, inglesi a parte; e mai, soprattutto, un italiano con un solo lungometraggio alle spalle, per di più accolto, in patria, da critiche non esaltanti e da una pessima distribuzione che ha provocato una scarsissima affluenza di pubblico.

Parliamo di Carlo Carlei, trentunenne di Lamezia Terme, autore di *La corsa dell'innocente*, ultimo film prodotto da Franco Cristaldi prima della morte (insieme con il giovane

Domenico Procacci). Presentato a Venezia '92 proprio come omaggio postumo al grande produttore. *La corsa dell'innocente* ha poi incassato pochissimo, ricevendo recensioni in parte favorevoli, in parte perplesse (tra cui la nostra), in parte decisamente negative. Il film sembrava destinato alla rapida (e consueta) sparizione, salvo i rituali ripescaggi tv. Ma il «miracolo» di *Nuovo cinema Paradiso*, altro titolo prodotto da Cristaldi e capace di vivere due volte, si è ripetuto: se *Tomatore* era stato salvato da Cannes, per Carlei è stata decisiva la rassegna di film italiani svoltasi a New York nello scorso novembre. Carlei ha accompagnato il film in America con qualche sogno, molti timori e una sceneggiatura sotto il braccio, da proporre a qualche produttore Usa (magari,

chissà, indipendente, «off Hollywood»). «Già a New York - ci racconta - ho capito, dalle reazioni del pubblico, che qualcosa si stava muovendo. La gente era entusiasta. Sono partito per Los Angeles con una speranza che, allora, mi sembrava enorme: che qualche produttore si degnasse almeno di leggere il mio copione. Invece...»

Invece, a Los Angeles, l'incredibile diventa realtà. Il copione di Carlei viene subito riposto, per il semplice motivo che registi (anche i più famosi, da Spielberg in giù) e funzionari delle majors fanno a gara per vedere *La corsa dell'innocente*, i complimenti cominciano a fioccare e con essi le proposte di lavoro. In un mese e mezzo ho letto circa quaranta sceneggiature - ci dice Carlei - e non vorrei far nomi per non passare da «montato», ma insieme a un po' di paccottiglia c'era anche, veramente, il meglio di Hollywood in quel momento. Il risultato è che Carlei firma tre contratti, per tre film, con tre majors diverse. Il primo con la Warner per *The Devil's Advocate*, un film giudiziario, una metafora della giustizia e dell'ingiustizia americana; il secondo con la Columbia per un thriller sentimentale, *Max Lakeman and the Beautiful Stranger*; il terzo con la Metro



per un film intitolato *Fluke*. Se tutto andrà bene - scongiuri d'obbligo - Carlei farà tutti e tre i film, visto che un contratto non esclude l'altro. Inoltre, racconta, ci sono i contatti avanzati con altre majors per altri progetti, tra cui un western targato Fox che rimane per ora il sogno più difficile, più lonta-

no nel tempo, e più seducente. Come è successo? È successo che in America *La corsa dell'innocente* è piaciuto moltissimo, tanto che la Mgm si accingeva a distribuirlo (da aprile in poi) in 250 copie e sottotitolato, una cosa mai vista: per intenderci, nemmeno film girati in inglese come *L'ultimo impe-*

ratore di Bertolucci, o vincitori di Oscar come *Mediterraneo* e *Nuovo cinema Paradiso*, hanno goduto di un simile lancio. Inoltre la Walt Disney ha comprato il film per 12 paesi, fra cui l'Inghilterra. In Italia - è sempre Carlei che parla - il film è uscito con 4 copie su tutto il territorio nazionale! È stato

inghiottito dal buco nero della distribuzione, e ora qualcuno dovrà pur rivedere i propri giudizi. Come minimo, la situazione è schizofrenica: ed è assolutamente ovvio che, avendoci spesso due anni della mia vita, difendo il film e sono molto gratificato dai riscontri positivi (magari persino esagerati, può darsi) che ho avuto in America.

Carlei ce l'ha un po' anche con la critica. Ce l'ha, amichevolmente, anche con noi, e pur rimanendo convinto che *La corsa dell'innocente* è un film non privo di difetti gli diamo molto volentieri il diritto di replica: «Vedi, io sono lettore dell'*Unità* da sempre. E i giudizi di gusto li rispetto, è chiaro. Ma sono rimasto molto scosso dal fatto che l'*Unità* non sia andata a fondo in un'analisi, diciamo pura, ideologica del film. Forse perché non ho det-

to prima che il film era, voleva essere, «di sinistra»? Perché non ho preteso alcuna «patente»? *La corsa dell'innocente* parla di un problema come i rapimenti, usando come pretesto per raccontare il contrasto morale tra il Sud e il Nord, per analizzare anche in modo polemico questa Italia minacciata dalle Leghe. Usando, come punto di vista, lo sguardo innocente, vergine, non razionale di un bambino, un po' come fece Rossellini in *Germania anno zero*. Devo pensare che la tematica civile, accoppiata a uno stile invece molto spettacolare, abbia disturbato, disorientato. Ma questo significa che solo chi fa cinema «neo-neorealista» ha diritto di esistere? Vorrei, a questo punto, rovesciare il discorso: io faccio il regista, voglio comunicare per immagini, da-

ve emozioni, e voglio farlo con il massimo della cura stilistica, con la massima coscienza del linguaggio che sto usando, e questo è contro tendenza in un cinema italiano che tecnicamente è quasi sempre così pedestre, così dilettantesco. Cristaldi aveva scelto di produrmi il film solo sulla base della sceneggiatura. Ma mentre lo montavamo, man mano che vedevo come lo avevo girato, mi ripetevo: «Carlei, si prepari a leccarsi le ferite, perché questo film in Italia non lo capiranno». Aveva ragione...»

Il risultato è che ora Carlei lascia l'Italia senza troppi rimpianti. Si trasferirà a Los Angeles all'inizio di febbraio, per curare l'uscita della *Corza dell'innocente* e per cominciare a lavorare ai tre progetti suddetti. Raccontare l'America senza esserci mai vissuto, giura, non sarà un problema: «Non mi sento un Autore. Non farò «Carlei in America» come altri europei che sono arrivati laggiù con l'ansia di spiegare tutto... Mi basta credere in una storia e poi posso girarla anche sulla Luna». Ultima notizia: *La corsa dell'innocente* uscirà in italiano con sottotitoli ma poi verrà anche doppiato. Per concorrere agli Oscar. In America c'è già chi giura su una sua vittoria, nel '94...