

L'INTERVISTA. Anna Bonaiuto e Iaia Forte tra cinema e palcoscenico con Mario Martone

# Due attrici, due facce di Napoli

«Essere madre? Solo a teatro»

STEFANIA CHINZARI

ROMA. Schiva, penetrante, imprevedibile: ecco Anna Bonaiuto, ovvero l'attrice dagli anni di gomma. Sullo schermo e a teatro può indossare qualsiasi età, indifferentemente. Ma dentro, dice, di non sentirne nessuna, di età. Adesso, nel suo ritorno al teatro dopo due anni di cinema e subito prima di due nuovi film, è una donna che ha fatto il '68, madre di una quindicenne in crisi perenne, nella Napoli del 1980 appena ferita dal terremoto. E *Terremoto per madre e figlia* si intitola lo spettacolo, in scena con successo al Teatro Vascello di Roma, scritto da Fabrizio Ramondino, qui al suo primo testo da drammaturgo, e diretto da Mario Martone.

**Partiamo dalla Madre-bottiglia di questo testo, una donna coraggiosa, utopista e quasi alcolizzata: cosa ti ha affascinato di questo personaggio?**

Molte cose. Da un lato l'inevitabile coinvolgimento personale in un'opera che parla di un rapporto archetipico come quello tra madre e figlia, dall'altro il riscatto dell'ironia e del gioco, lo sforzo di travalicare la tragedia e il dolore per arrivare alla leggerezza. Una piccola catarsi che mi sembra ancora uno dei motivi per cui faccio questo lavoro.

**Anche nel film di Pupi Avati, «Storie di ragazze e ragazzi», e in quello della Cavani, «Dove siete? Io sono qui», hai interpretato una madre: una coincidenza o una particolare vocazione alla maternità?**

Nessuna vocazione, anzi. Ho archiviato questo problema scegliendo di non avere figli. Credo di aver provato troppo terrore per il ruolo, per la possibilità di provocare tanto dolore ad un figlio. Mi sono sottratta, in parte anche giustificata dal mio lavoro: in fondo essere attrice è come essere una spugna, voler essere tutto e tutti. Forse ho avuto paura di rinchiudermi, di esaurirmi nel ruolo della madre.

lo della madre.

**Il tuo percorso professionale è ineccepibile: l'Accademia, l'esordio con Ronconi, nove anni con Cecchi, il cinema e l'anno scorso la Coppa Volpi a Venezia. Cosa ti ha spinto a recitare?**

Credo di aver capito di voler fare l'attrice a due anni: salii su una sedia, cantai *Mala-femmina* e scoprii immediatamente che era un modo facilissimo di essere guardati e applauditi. Ero a Napoli, nella casa paterna dove andavamo a passare le feste di Natale, un'esplosione di fuochi, gente, regali e vita rispetto al paesino del Friuli dove abitavamo. Poi quel gioco di seduzione è diventato qualcosa che mi aiutava a entrare in contatto con gli altri.

**Veniamo al futuro. Due film in arrivo e il primo, «Il postino», accanto a Massimo Troisi e Philippe Noiret.**

È stato proprio per lavorare con loro che ho accettato una parte nel film di Michael Radford, il regista di *1984*. E anche per andare incontro ad un ruolo solare, felice, finalmente senza lacrime. Il film è tratto dal romanzo del cileno Antonio Skarmeta e racconta dell'esilio di Neruda in un'isola del Mediterraneo e del suo quotidiano incontro con il postino. Troisi è il portafoglio, l'uomo comune che ha la fortuna di entrare in contatto con la poesia e l'arte. Noiret è Neruda e io sua moglie Matilde, la donna a cui dedicò i cento sonetti, un personaggio felice, sensuale, innamorato.

**E in estate l'ennesimo ritorno a Napoli, dove Mario Martone ha ambientato anche il suo prossimo film dopo il premiatissimo «Morte di un matematico napoletano» e il recente «Rasol».**

Sì, ma sarà una Napoli molto particolare, losca, grigia, misteriosa, molto carnale, anche. Quella che fa da sfondo a *L'amore molle*, il film che Mario ha tratto dal romanzo di Elena Ferrante, un nome che è forse uno pseudonimo. Per smentirmi, sarò finalmente una figlia. Una figlia che torna a Napoli sulle tracce della madre morta misteriosamente, un viaggio naturalmente anche interiore, sullo sfondo di un quasi thriller. Ma non vorrei dire di più: a volte si parla così tanto di un film che si toglie al pubblico il desiderio di andarlo a scoprire nelle sale.



Iaia Forte nel film «Rasol»



Anna Bonaiuto nello spettacolo «Terremoto con madre e figlia» C. Accetta

«Uso il dialetto, dà più calore»

ROSSELLA BATTISTI

ROMA. Riccioni appuntati alla «tiramisù» e le risposte date facendo spola con le tazzine da caffè tra la cucina e il salottino: anche per una semplice intervista Iaia Forte è travolgente e «sottosopra», una che fa l'attrice per amore verace, tirando fuori tutta la passione mediterranea delle sue radici napoletane. Radici che le hanno portato fortuna: *Libero di Pappi Corsicato* è stato un film-evento, sbucato fuori da circuiti sotterranei dopo la segnalazione del Forum di Berlino ed «esplosivo» in giro conquistando le platee di mezza Europa: la pièce *Rasol* di Mario Martone e Toni Servillo, su testi di Enzo Moscato, ha ottenuto tanto successo in palcoscenico da essere «versata» sul set cinematografico.

**Utilizzare il dialetto in forma stretta rischia però di essere controproducente: c'è chi non capisce bene il napoletano e di conseguenza non riesce a seguire lo spettacolo.**

Non è un vero problema, siamo in tournée da tre anni e dovunque portiamo lo spettacolo, a Parigi come in Sudamerica, ottiene un grande consenso. Ci avevamo pensato, in effetti, ai sottotitoli, ma poi abbiamo preferito farne a meno. Quando lo spettatore non ha un rapporto di comprensibilità immediata con il testo, si può abbandonare a emozioni diverse, alle sonorità, all'eco musicale delle parole.

**Una sorta di assonanza proustiana...**

Più o meno, ma utilizzare il dialetto ha anche un significato preciso, quello di opporsi all'omologazione del linguaggio di oggi, così appiattito e asettico. La Napoli, poi, che il testo di *Rasol* evoca è una città di morti, oscura, tanto diversa dai soliti quadri oleografici che non avrebbe potuto avere una «partitura» più chiara e quindi più solare.

**Come molti attori oggi, alterni rapidamente cinema e teatro. Ti adatti bene a questo «sdoppiamento» di registro?**

Mi sento soprattutto un'attrice e non avverto una schizofrenia, anche se sono due linguaggi - quello teatrale e quello cinematografico - molto diversi. L'importante è che il progetto mi convinca. Devo avere un'adesione di base a quello che sto facendo, sentire una corrispondenza interiore, altrimenti non riesco a lavorare.

**Giresti mai uno spot pubblicitario su un detergente?**

No, ma il mio non è moralismo, capisco chi accetta di farlo. Del resto, io posso permettermi di «svoltare» la giornata con il lavoro all'interno della compagnia di cui mi sento parte, i «Teatr Uniti». Non so immaginare una prospettiva diversa, da quando ho iniziato a fare l'attrice ho sempre lavorato in gruppi sperimentali e di ricerca. Mi sono diplomata al Centro sperimentale di cinematografia, ma il teatro resta il mio punto di riferimento. Non tutto, però: il teatro italiano mi pare spesso mummificato e non mi convince nemmeno certa drammaturgia minimalista. Preferisco lavori come quelli di Carmelo Bene, di Carlo Cecchi o di Leo De Bernardinis. Con lui ho anche lavorato nell'89 ed è stata un'esperienza formativa incredibile.

**C'è più teatro o più cinema nel tuo futuro?**

Attualmente sono in tournée a Bari con *Zingari* di Toni Servillo. Ma di progetti cinematografici ne ho parecchi in pentola. Un nuovo film con Pappi Corsicato, ma è top secret, e non ti posso rivelare né il nome né la trama perché Pappi mi telefona ogni giorno minacciandomi se fiato. Sto per girare, inoltre, *I piccoli orrori* di Tonino De Bernardinis, un regista che viene dall'underground e che per la prima volta si misura con i 35 millimetri. E infine, sarò Santa Chiara nel film di un altro esordiente, Fabio Segatori. Io sono atea ma credo che fra tante e attenti ci siano molte cose in comune. Santa Chiara è una figura di donna rivoluzionaria: ha lasciato famiglia e marito per la sua vocazione interiore in tempi di scarso femminismo. Anche se non le assomiglio molto fisicamente, lei pesava 40 chili e io sono l'immagine della salute in piena fioritura.

## Dai libri agli spartiti

# La nostra cultura d'impresa

Quaranta ritratti resi immortali su tela da un pennello illustre, quello di Tintoretto. Saranno riuniti a Venezia alle Gallerie dell'Accademia dal 24 marzo prossimo, in una mostra dedicata al grande pittore, organizzata da Grandi Eventi-Publitalia '80, società del gruppo Fininvest, in collaborazione con il ministero dei Beni Culturali e Ambientali, insieme alla Soprintendenza ai Beni Artistici e Architettonici di Venezia e al Comune della Serenissima. E sarà una mostra decisamente nuova, perché queste opere, disperse tra collezionisti e musei esteri, saranno finalmente presentate e ordinate nella struttura artistica del loro autore. «Tintoretto» è solo la piccola punta di diamante della serie di prestigiose iniziative nel segno della cultura promosse senza sosta dal Gruppo Fininvest. *Cultura d'impresa*, nel senso più ampio del termine, perché non si ferma all'interno, ma produce, ogni giorno, contributi culturali per la vita del paese. Concerti ad alto livello, edizioni pregevoli di grandi opere letterarie, il rinnovato mecenatismo imprenditoriale di grandi eventi ideati per rilanciare l'Italia dei monumenti e della tradizione; poi, mostre di sicuro interesse internazionale e un Master in comunicazione d'impresa. Ecco quello che la Fininvest propone in modo sempre più ampio, ogni giorno. Non solo come fonte di business, ma come espressione di una vocazione naturale alla cultura che un Gruppo multimediale deve possedere per essere veramente completo.

Ma andiamo con ordine, per tracciare, una dopo l'altra, la mappa delle principali iniziative culturali del gruppo negli ultimi due anni. La musica. Il sipario si apre sulla Filarmonica della Scala, che la Fininvest sostiene da quando è sorta. È stato un

grande cammino nel segno della musica, costellato di ampi consensi, ai quali ha decisamente contribuito la serie ininterrotta di concerti trasmessi dalle reti del Gruppo. Poi l'Aperitivo in concerto, i venti appuntamenti annuali da ottobre a marzo che, dal 1986, offrono al Teatro Manzoni uno spazio di livello per la musica classica. E i numeri parlano da soli, con i 260 artisti di primo piano e i quasi 140 concerti già organizzati, a cui partecipa una media di 700 persone.

Dagli spartiti ai libri. È di questi giorni la pubblicazione, da parte della Silvio Berlusconi Editore, anche di pregevoli edizioni economiche di grandi opere, realizzate in monotype, con grande cura grafica e tratte da edizioni di pregio numerate che, negli anni passati, la Fininvest riservava come omaggio ai clienti e che oggi sono entrate nella leggenda antiquaria. Sono in libreria dal 15 febbraio, distribuite dalla Mondadori. I titoli? Vere chicche per i più raffinati: *L'elogio della Follia*, di Erasmo da Rotterdam; *l'Utopia* di Tommaso Moro e *Il Principe* di Machiavelli, annotato da Napoleone Bonaparte. Una piccola produzione di grande qualità, insomma, destinata alla nicchia degli amanti del libro di classe. E sempre per loro, anzi per quelli che in più hanno la passione del tarlo, Fininvest anche quest'anno, dal 25 al 27 marzo, organizza la «Mostra libro antico», alla Permanente di Milano, manifestazione ormai collaudata che ha assunto respiro internazionale, con la costante presenza anche dei più quotati librai antiquari provenienti da tutto il mondo. E, pur essendo una rassegna specializzata, attrae un numero enorme di visitatori. Sempre cultura tratta dai capolavori del passato è quella che filtra attraverso le «Lectures dantesche», orga-

nizzate da Publitalia nell'omonima Sala in Galleria Meravigli, sempre a Milano, dal 4 novembre al 19 maggio, con la collaborazione di docenti dell'Università Cattolica e di attori del Piccolo Teatro, con partecipazioni eccezionali anche di Giorgio Strehler, che rendono veramente piacevole la Divina Commedia.

Grande capitolo, che avrà sviluppi sempre più marcati negli anni, è quello aperto da Grandi Eventi, la società Fininvest che, coinvolgendo partner pubblici e privati, si occupa di ideare, organizzare e realizzare manifestazioni di grande rilievo per la valorizzazione del patrimonio artistico, culturale e di tradizione delle città e regioni italiane. Attraverso queste iniziative, che assicurano ai partner un notevole ritorno d'immagine, Grandi Eventi è artefice, tra l'altro, di un rinnovato «mecenatismo imprenditoriale», capace di attirare l'interesse e i contributi di grandi imprese internazionali per il restauro e la salvaguardia del nostro immenso patrimonio di beni culturali. Tra le iniziative di successo già realizzate, sono da ricordare la Festa del Redentore, a Venezia, nel 1992 e il Carnevale di Venezia, nel 1992-93 che, proprio grazie al coinvolgimento di numerosi sponsor e all'ampia campagna di comunicazione, ha fatto rinascere e rilanciato appieno la festa, con presenze superiori al milione di persone. Merito anche di un programma mirato di innumerevoli eventi di alto livello qualitativo, capaci di creare continui moti-

vi di interesse intorno ad una festa famosa, facendo leva sul predisposizioni culturali della città. Con questo spirito, sono stati organizzati i «Concerti nelle chiese» veneziane, nel 1992, e le prestigiose mostre su Bacon, Greenaway e Longhi, in collaborazione con la Biennale, e quella sull'Arte islamica in Italia, per cui Grandi Eventi ha curato tutti gli aspetti della comunicazione. Altra iniziativa di rilievo da ricordare è quella promossa a Cremona nel 1993 dove, in concomitanza con l'inaugurazione delle celebrazioni monteverdiane, Grandi Eventi ha coinvolto tutta la città in una grande festa rinascimentale in piazza, di sapore cultural-gastronomico. Un ulteriore motivo d'interesse è stato quindi creato intorno al periodo natalizio, con l'iniziativa «A Cremona è già Natale» che, per tutti i weekend di dicembre, ha visto un'enorme affluenza di pubblico negli esercizi commerciali della città. E, proprio sull'onda dei successi di queste manifestazioni, Grandi Eventi vuole offrirsi a livello nazionale, come struttura di professionisti capaci di rivitalizzare il nostro turismo attraverso un utilizzo intelligente dei beni culturali, trasformandoli da centri di costo a centri di profitto per la comunità.

Per finire la carrellata culturale, ecco il Master in Comunicazione d'impresa, ideato e organizzato da Publitalia con la collaborazione dei principali atenei milanesi e di un gruppo di grandi imprese, che sta creando, da alcuni anni e con successo, le nuove figure professionali capaci di unire competenze manageriali e sensibilità di uomini di comunicazione. Una vera e propria business school, con docenti di primo piano provenienti da tutta Europa, che termina con un'esperienza in azienda, perché la teoria si traduca immediatamente in capacità operative. Duemila domande ogni anno, trenta i posti disponibili. E sono quei trenta uomini e donne che, nelle aziende, sapranno creare iniziative di comunicazione e cultura indissolubilmente unite. Proprio come alla Fininvest. Proprio come dovrebbe essere in ogni azienda, per il suo contributo alla qualità della vita del paese in cui opera.



**GRUPPO FININVEST**