

# Spettacoli

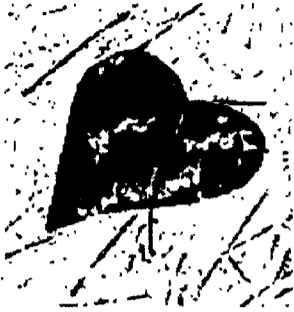
**CINEMA.** Lo dirigerà Cristina Comencini, le riprese all'inizio del 1995

■ ROMA. Va' dove ti porta il cuore come *Lezioni di piano*? Il paragone viene spontaneo a Cristina Comencini, la quale ha accettato volentieri, come una scelta «naturale», di trasferire sullo schermo il fortunato romanzo di Susanna Tamaro. Sul piatto della bilancia: le quasi 300mila copie vendute; un caso editoriale e culturale, un argomento di polemica letteraria ma anche un fenomeno di costume. Le donne, come successe con *La casa degli spiriti* della Allende, se lo passano di mano in mano, trovandovi dentro una sensibilità scorticata che non teme le insidie del sentimentalismo; mentre gli uomini, incuriositi, partecipano alla commovente generale dividendosi tra estimatori accalorati e scettici infastiditi.

«Come non fame un film?», devono aver pensato alla neonata Nemo, la casa di distribuzione che per prima s'aggiudicò i diritti cinematografici del romanzo. Cristina Comencini è persa subito la cineasta più adatta al cimento: scrittrice anch'essa e amica della Tamaro, predilige le atmosfere familiari, le incrostazioni della memoria, le storie di forza femminile. «Femminismo da noi è diventato quasi una parolaccia», protesta la cineasta. «Ma credo che *Va' dove ti porta il cuore* possieda una qualità speciale: non ha paura di entrare nei segreti femminili per fare pulizia, di parlare di cose minime restituendole in una dimensione mitica».

Il film, per ora, ha solo il titolo, un abbozzo di trattamento e un produttore italiano (Sandro Parenzo, titolare della Videca). Per fine agosto dovrebbe essere pronta la sceneggiatura firmata da Cristina Comencini e Roberta Mazzoni, solo dopo si passerà alla messa a punto del cast, che probabilmente ospiterà attori europei per esigenze di coproduzione. Non è un segreto che la regista vedrebbe volentieri Vanessa Redgrave nel ruolo della nonna, che è poi la vera protagonista della storia. E lei l'anziana vedova trentina che, colpita da ictus e srotolando avvicinarsi la morte, scrive all'amatissima nipote, temporaneamente in America, una specie di diario: che è insieme una serie di lettere non spedite, un'autobiografia, un testamento. «Fatti recenti s'intrecciano a ricordi lontani, si accumulano impressioni, pensieri, confessioni, ammonimenti; e mano a mano si ricompongono i pezzi di un'esistenza apparentemente quieta, in realtà solcata da incomprensioni sociali, mute tragedie, radicali discontinuità» (Mario Barenghi sull'*Unità* del 7 febbraio).

Naturalmente c'è un problema di «traduzione». E così la forma pseudo-epistolare è scelta «dalla scrittrice sullo schermo mulerà di segno e di prospettiva: «Non più una donna che scrive, ma una ragazza che riceve», anticipa la Comencini, a ribadire la centralità della giovane donna nell'impianto del racconto. «Sarà un film d'immagini, staremo ben attente a non cadere nel didascalismo poetico», incalza Roberta Mazzoni. «Il libro è pieno di frasi pesanti come macigni, che però rischierebbero di sembrare ridicole dette da un atto-



## Passioni e gioco Nuovo libro per la cineasta

Non solo cinema per Cristina Comencini. La figlia del regista Luigi ha infatti esordito come narratrice nel '91 con un romanzo pubblicato da Feltrinelli, «Le pagine strappate» (tradotto in vari paesi europei). Sempre da Feltrinelli è uscito in questi giorni «Passioni di famiglia» (p. 173, lire 24.000), che racconta la storia di una famiglia di nobili napoletani ambientata a cavallo tra Otto e Novecento. Una vicenda popolata soprattutto di personaggi femminili; al centro di tutto la passione per il gioco che ha rovinato le antenate delle due principesse protagoniste del romanzo e dalla quale vengono anch'esse contagiate. Un racconto con una trama molto intrecciata che alterna momenti di commovente ad altri di grande comicità.

# Tamaro superstar Il suo romanzo diventerà un film

re. Ma certo cercheremo di restituire il sapore della pagina scritta, quella voglia di indagare nella vita di una donna, nelle deviazioni esistenziali del dramma borghese».

Seduta tra le due sceneggiatrici, Susanna Tamaro ascolta sorridente le chiacchiere sul film. Minuta, gli occhiali tondi, i capelli corti scompolti, una casacca che rimanda alla sua passione per il karatè, la scrittrice confessa di essere venuta alla conferenza stampa «per un atto di gentilezza verso Cristina e Roberta». E aggiunge: «Non collaboro al copione, non metto il becco. Sarà perché ho fiducia in loro, sento che siamo sulla stessa lunghezza d'onda». Ex aspirante regista («Da giovane frequentò il Centro sperimentale di cinematografia»), la Tamaro mostra di vivere con una certa saggezza Zen il momento d'oro: «Adesso se mi sento stanca posso permettermi di prendere il taxi. Non mi aspettavo questo successo, ma non sono così fragile da pensare che cambierà la mia vita. Non voglio farmi devastare dai mass-media, uno scrittore ha bisogno di silenzio, tempo e solitudine per lavorare. E poi io sono molto lenta».

Stimata da Fellini, che la definì una «Gelsomina liberata» («Mi ha dato la gioia di commuovermi senza vergognarmi», disse un giorno di lei il cineasta riminese), Susanna Tamaro rivela di non aver mai pensato che *Va' dove ti porta il cuore* sarebbe potuto diventare il film. Al contrario di Cristina Comencini, che sin dalla prima lettura trovò nell'impatto emotivo del romanzo un ottimo materiale cinematografico. Ma adesso che la macchina s'è messa in moto per lei cominciano i problemi: «Girare un film è come fare un viaggio nell'ansia», rivela ai giornalisti, aprendosi a un sorriso che dura un attimo.



Susanna Tamaro. Sopra, il cuore della copertina. G. Giovannetti

## Non piace a tutti ma vende più di tutti

ANTONELLA FIORI

Il cuore l'ha portata lontana. Come la donna cannone, dall'alto delle trecentomila copie del suo ultimo romanzo, Susanna Tamaro guarda giù, lontanissimi, gli altri giovani narratori. Quelli che quando va bene, di copie ne riescono a vendere al massimo cinquecento. I loro romanzi vengono acquistati solo dal ristretto cennacolo dei lettori forti, fortissimi. Quanti? Pochi, pochissimi. Perché prendersela, allora, se in questi primi sei mesi del '94, fitti di karaoke e di nuovi mirabilia italiani, anche per il romanzo italiano accade un miracolo? Succede infatti che *Va' dove ti porta il cuore*, diventi il libro da regalare a tutti, alla mamma, all'amica, al fidanzato attraverso un tam-tam che è quello che garantisce alla fine il successo di un'opera. Questo romanzo, dove sicuramente tutti i conti tornano troppo, sicuramente intriso di buoni sentimenti e di tanti luoghi comuni («Ma la verità non è forse nella semplicità?», si è difesa la Tamaro intervistata dall'*Unità*), all'inizio, a parte Giovanni

Raboni, era piaciuto a tutti. Poi qualche voce discordante ha iniziato a osservare sciattezza nella forma, «sbavature stilistiche», finché pian piano, *Va' dove ti porta il cuore* è diventato «a tutti» sempre più antipatico. Man mano che cresceva il consenso nazionale popolare, man mano che, come una scatola di Baci Perugia, diventava buono per tutti. Che cosa temono i critici in realtà? Giovanni Giudici, tra i primi estimatori della scrittrice triestina, ritiene che i precedenti libri, fossero più sorvegliati sul piano dello stile, con meno concessioni, ammiccamenti, «più lavoro e più dolore». La vera preoccupazione, però, è direttamente collegata al successo. E la domanda è un'altra. Che cosa accade a uno scrittore, a un vero scrittore, che invece delle solite tremila copie si trova sparato nel cielo delle trecentomila? Che succede alla donna cannone? Una domanda legittima: ma non bisogna dimenticare la con-



Cristina Comencini Andrew Medichini / Master Photo

**PUBBLICITÀ.** Le ultime tendenze al 41esimo Festival di Cannes. Oggi i premi

## Il disoccupato fa spot. In panchina

In corso a Cannes il 41° Festival internazionale del cinema pubblicitario. Presentati ben 4.000 filmati, di cui solo 442 sono stati selezionati. Gli italiani finora sotto la percentuale generale. Bocciati molti buoni spot, ma solo oggi si saprà il verdetto finale. I pubblicitari russi, nuovi arrivati della manifestazione, tutti eliminati alla prima scrematura. La Sipra annuncia un aumento del fatturato di 80 miliardi per la stagione in corso.

DAL NOSTRO INVIATO MARIA NOVELLA OPPO

■ CANNES. Il 41esimo Festival internazionale del cinema pubblicitario in corso al Palais non sembra amare gli spot italiani. È vero, i 228 film presentati dalle case di produzione nostrane, erano veramente troppi, se si tiene conto che erano più numerosi di quelli dell'anno scorso (165), in presenza di un calo produttivo addirittura del 40%. L'anomalia era stata notata anche da tutta la stampa estera, ma, si sa, le anomalie italiane sono quasi una regola.

stata bocciata in toto: 26 spot su 26 sono stati eliminati. Mentre dei nostri è stato escluso anche quello Pronto Light, che già alla proiezione era stato fischietto. Ideato dalla agenzia Verba DDB Needham, il film mostra un fresco disoccupato che si aggira in un parco, si avvicina a una panchina, e solo dopo averla accuratamente pulita con lo spray, si sdraia sopra quella che è diventata la sua nuova casa. Tra gli spot che invece sono piaciuti va segnalato uno dei cinque che erano stati presentati dalla Bianca Film per la birra Adelscott. Rappresenta sicuramente una novità produttiva, perché si rivolge solo alle sale cinematografiche e mette insieme un pool di giovani registi coordinati da Daniele Luchetti. L'agenzia è sempre la Verba. Selezionato anche lo spot Sanna e Bia-si per la settimana del libro, quello col culturista che scoppia, molto discusso in Italia. E selezionati anche tre dei filmati Sip già molto premiati in patria, con il condannato a morte Lopez appeso al filo

telefonico. Si è visto qui anche il nuovo episodio (ultimo?) della serie, nel quale, in una livida alba, il plotone di esecuzione abbandona sconfitto il fortino, mentre la telefonata continua e continuerà chissà fino a quando... Agenzia Armando Testa, casa di produzione Filmaster. Ma chissà come andrà a finire, invece, l'assegnazione dei Leoni. Dei circa 4000 spot presentati qui a Cannes, ne sono stati ammessi 442. La pubblicità ci rappresenta come se abitassimo il migliore dei mondi possibili, facendo eccezione quando si tratta di pubblicità sociale, laddove i creativi gettano la maschera e puntano il dito contro di noi per dirci quanto siamo cattivi, mentre loro (che in questi casi lavorano gratis) sono buonissimi. Buona anche la Sipra (concessionaria Rai) che, la sera della partita ha organizzato una visione collettiva su grande schermo per gli italiani a Cannes. La nazionale, come sempre, ha fatto dimenticare rivalità e concorrenze, tutti insieme



Massimo Lopez nel popolare spot della Sip

appassionatamente a gridare e soffrire. Sempre la Sipra ha organizzato qui a Cannes una conferenza stampa per annunciare che, in questa truce annata 94, il fatturato aumenterà sicuramente di almeno 70-80 miliardi. Soldini che andranno in soccorso della povera Rai, per aiutare a pareggiare presto il bilancio, come promesso dal professor. Il direttore generale Edoardo Gilberti ha anche sostenuto che molto dipende dai nuovi palinsesti, che la Sipra vorrebbe non «arghettizzati» come propone l'Upa (cioè le aziende inserzioni-

ste), ma sicuramente più riconoscibili e non conflittuali uno con l'altro. E qui non possiamo dire di più: la battaglia (non simulata) è ancora sanguinosamente in corso. E riguarda, pensate, 72.500 secondi di spot alla settimana sulle reti Rai. Mentre su quelle Fininvest sono 5 volte tanto. Gilberti inoltre non si è dichiarato preoccupato dalla possibilità che una rete pubblica, come sostiene per esempio Demattè, possa essere del tutto privata di pubblicità. Sempre che si consenta a un'altro canale Rai di assorbirla, cioè di superare le quote attualmente consentite.

LA TV DI ENRICO VAIME

## Lo ripeto, non faccio il critico

QUESTO, dovrebbe essere, se mi reggono ancora le fragili nozioni aritmetiche di base, il cinquecentotrentacinquesimo pezzullo di argomento televisivo che scrivo per questo giornale. Un malloppo di mille e più pagine - a metterle una sull'altra - sul quale meditare con severità e sana autocritica, speriamo ai limiti della spietatezza. Una domanda autolesionistica (utilizzabile dai detrattori - senza montarmi la testa: ne ho anch'io, wow! - ai quali va il mio sincero augurio perché trovino bersagli più consistenti) è: sarà servito a qualcosa? Adesso non siate drastici nel rispondere, anche se capisco che la questione (flebile) si presta a battute di brusca reazione. Questa rubrica ha subito, fin dal suo nascere, gli svantaggi di un equivoco. Alcuni, nonostante i ripetuti avvertimenti, l'hanno voluta confondere con una rubrica di «critica». Hai voglia a spiegare che non ho le capacità né le intenzioni del recensore esecutivo: ogni tentativo di commento satirico (è quello il mio mestiere) veniva letto come responso o stroncatura all'antica italiana. La satira usa linguaggi forti quando non violenti, si sa. La critica invece è spesso più cauta, possibilista, distaccata. Ma c'è stato poco da fare: le battute venivano prese per sentenze e persino la stampa ci ha inglobato nella schiera degli specialisti.

La settimana scorsa *L'Indipendente* (urca!) ci aggrediva al gruppo della lobby (sic!) critica progressista. Più superficialmente altri hanno deciso tout court che eravamo dei critici «cattivi» (satirici si dice, caspita!), di quelli che «parlano male di tutti»: che finezza classificatoria. Sono convinto che non è così, che una perversa tradizione ha facilitato certe definizioni semplicistiche. Che la disabitudine al contraddittorio ha spinto anche degli insospettabili a giudicare con fastidio il dissenso: chi fa spettacolo (non posso certo non saperlo) non gradisce nulla se non le lodi: se l'uomo normale ambisce d'essere amato, l'uomo di spettacolo pretende d'essere adorato. Si turba se non vede intorno a sé solidarietà, ammirazione, riconoscenza. Son tutti così, da Martufello in su.

QUINDI, per tornare alla domanda iniziale - «è servito a qualcosa?» - la prima risposta è: a infoltire il parco-nemici. Ai quali viene regalata una carta in più: scrivo anche per lo spettacolo. Quindi, secondo la vecchia regola dell'omertà, sarei obbligato a convenire o a personalissimi capziosi e utilitaristi. Facendo spettacolo non posso parlare. Come se l'obiettività fosse impedita da spirito corporativo o chissà da cosa. Scrittori recensiscono altri scrittori, cineasti scrivono di altri cineasti o organizzano gare o selezioni di propri colleghi, ma chi fa la tv deve tacere sulla stessa? Curiosa deontologia che non possiamo che rifiutare. Cosa sarebbe se tutti omologassero il proprio pensiero alla categoria, alla collocazione, alla generazione persino? Dissentire è pericoloso e malvisto. Affascinante quindi. È un po' come, in questi giorni di passione azzurra indiscutibile, dichiarare una certa insoddisfazione per la squadra italiana nonostante il riscatto di giovedì scorso: amo il calcio inteso come sport. Seguo compagni e atleti che mi comunicano emozioni, che esprimono fantasia e creatività. Tengo per l'Argentina. Spero che stasera vinca e mi faccia sognare come martedì scorso. «Forza Argentina» mi viene più facile da dire per tanti motivi, bando alle ipocrisie. Non è esterofilia snobistica: quella squadra è fatta di atleti (Battistuta, Simeone, Balbo, Caniggia, Maradona) che hanno giocato o giocano da noi, sono più «nostri» di tanti nostri. E poi l'allenatore Basile è più italiano di Sacchi, se vogliamo. Le riserve si chiamano Sensi, Rugger, Mancuso, Borelli. Sembrano scuse da italiano mai contento queste. Forse lo sono: ma viva il calcio e forse l'Argentina! E adesso magari si arrabbieranno anche i tifosi.