

# Spettacoli

**ROCK.** Quattro giorni al via. Ma i mass-media e i venditori di gadget sono già scatenati

## Woodstock '94 Sbatti il mito in prima pagina

Count-down per Woodstock 2. A Saugerties, dove si terrà il festival, fervono i preparativi, mentre restano ancora 125 mila biglietti non venduti. E la macchina del business è in fermento: al festival, oltre a tanta musica, ci saranno anche tonnellate di gadget con il marchio di Woodstock, t-shirt, portachiavi, fino alle confezioni «ufficiali» di preservativi. Perché se Woodstock '69 fu il simbolo del sesso libero, Woodstock '94 celebra l'era del «sesso sicuro».

STEFANO PISTOLINI

NEW YORK. Chi si ricorda la scena del film *Woodstock* in cui un annunciatore avvisa dal palco gli spettatori che «in giro si sta vendendo dell'acido di cattiva qualità», riferendosi «naturalmente» all'Lsd? Nella migliore vignetta vista in questi giorni sui giornali americani, un altro presentatore utilizza il microfono di Woodstock 1994, ma l'annuncio questa volta è: «In giro stanno vendendo dell'antiacido cattivo», quello per l'ulcera s'intende, per i bruciori dello stomaco della stressata America impiegatizia. Roba da cinquantenni.

Ecco lo spirito con cui i media d'Oltreoceano descrivono l'evento «Woodstock 2» è più o meno questo. Molto «scetticismo», molta ironia, punti di vista quasi sempre del tutto cinici. Venticinque anni fa un'impetibile convergenza astrale (ma erano anche «i tempi che stanno cambiando» di dylaniana memoria) trasformò un festival male organizzato e flagellato dalla pioggia in un esempio unico di anarchia felice, istante epocale di una fin lì sconosciuta coscienza giovanile. Oggi gli organizzatori — che da Woodstock 1 uscirono finanziariamente rovinati — vanno in cerca esattamente del contrario, perché un quarto di secolo non è trascorso invano.

E così, a giudicare dalle premesse, Woodstock 2 ha assunto un aspetto piuttosto inquietante, quello di un ibrido tra uno shopping mall ed un luna park. Le misure di sicurezza volute dagli organizzatori per adeguarsi agli standard nazionali lasciano presupporre un week-end all'insegna della più sorvegliata passività: tutta la sede del

festival sarà recintata e sorvegliata metro per metro, l'accesso avverrà attraverso metal detector, chi uscirà non potrà rientrare fino al giorno successivo, sarà vietato introdurre qualsiasi cosa che assomigli a una videocamera, ad una goccia d'acido o ad un coltello da campeggio.

Addirittura i bambini, con la loro predisposizione a farsi male, sono stati dichiarati «poco graditi» e gli organizzatori ne hanno scoraggiato la partecipazione all'evento. Invece è fin troppo certo che all'interno della Winston Farm sarà disponibile qualsiasi genere di conforto (convenientemente sovrapprezzato), ogni più improbabile souvenir dell'evento, nonché il fiore all'occhiello di questa edizione: sequel: *Approfondisci del concerto* multimediale che già anima Lollapalooza (il festival itinerante che l'altro ieri ha fatto tappa a Charles Town, in West Virginia, con un cast di lusso composto da Beastie Boys, Smashing Pumpkins, Nick Cave, George Clinton e L7, un evento adorato dai teenagers americani che in esso rivivono l'esperienza «alternativa»), anche Woodstock tenterà di essere un appuntamento non soltanto musicale.

Il Field Surreal sarà lo spazio fiera dei mondi virtuali, dei giochi digitali, delle esperienze interattive; l'Eco Village dovrebbe essere il posto giusto per l'informazione, la circolazione dei messaggi collettivi, l'acquisizione di nuove consapevolezza civili. Staremo a vedere; intanto, con malcelato orgoglio, gli organizzatori annunciano che Woodstock '94 è il primo festival dotato di macchinette Bancomat.

E la Pepsi, uno degli sponsor dell'avvenimento, ha già fatto sapere che il disco celebrativo dell'evento sarà in vendita in tutti i negozi del mondo l'8 novembre. I gadgets, poi, saranno per certi versi i veri protagonisti: tra i molti souvenir annunciati (portachiavi, magliette, accendini e chi più ne ha più ne metta) verranno messi in vendita persino i preservativi con la scritta «Woodstock» e il logo della manifestazione! Saranno venduti in grandi scatole colorate, simili a quelle dei fiammiferi.

Dunque, di «nuovo miracolo generazionale», per ora non parla davvero nessuno. Eppure, più che dal programma musicale elaborato sulla base di sondaggi di gradimento del pubblico, dipenderà interamente da chi ha pagato in anticipo 135 dollari per sedersi su questo prato, se Woodstock '94 verrà ricordato con un arido business, oppure rappresenterà, come 25 anni fa, un «effetto psichico», un momento seminale per le generazioni nate dopo il 1970. Inutile dire che tutti i pronostici vanno nel senso opposto: il pubblico che affluirà alla Winston Farm, controllato e neutralizzato in qualsiasi gesto spontaneo dal paranoico sistema organizzativo, sembra per ora considerato alla stregua di un'imponente comice di figuranti, per quella che promette di essere la vera forma di sfruttamento dell'evento: la teletrasmissione in pay-tv e le riprese cinematografiche per il rock-kolossal della prossima primavera.

Se la prima «Woodstock Generation» seppe sfruttare un week-end d'agosto per comunicare al mondo il proprio progetto di pacifismo, libero amore e creatività, oggi ai convenuti si chiederà soprattutto di sorridere alle telecamere. Eppure, a patto di averne voglia, ci sarebbe di cosa discutere, nell'ambito di questo megaraduno generazionale avidamente scrutinato dall'occhio dei media: ad esempio si potrebbe parlare di solidarietà con chi non ce la fa, con chi si è preso un brutto male, con chi vuole dare una mano a salvare il pianeta.

Tra articoli e servizi televisivi



La targa commemorativa che indica il luogo del concerto di Woodstock

Olympia

pronti a mettere l'accento sulle contraddizioni dell'evento, ci si avvicina comunque alla verifica dei fatti. Ci sono 125 mila biglietti in vendita (220 mila lire non sono una cifra semplice da sborsare, anche per un teenager americano), ci si aspetta un pubblico piuttosto adulto, si scorre con perplessità la lista di artisti in programma, organizzata all'insegna dell'«un po' di tutto» e con quel curioso musicista italiano chiamato Zucchero, imposto dalla Polygram (che ha pagato gran parte dei costi organizzativi) e che qui nessuno conosce. L'organizzazione garantisce ad essere pronta a reggere qualsiasi impatto, e le autorità dichiarano che la rete stradale nell'area Nord dello Stato di New York sarà affaticata ma terrà a dovere.

Insomma, tutto potrebbe andare terribilmente secondo i programmi

e se fosse così ci sarebbe poco da ricordare: un concertone, un sacco di file e molti dollari buttati via in magliette e Coca Cola. Ma cosa gira nella testa di chi sta per mettersi in viaggio verso Saugerties, le idee che si affacceranno quando ci si sentirà circondati da questi segni della fine millennio americana, sono, per fortuna, ancora l'unico fattore-sorpresa di questo ritorno a Woodstock. Un mistero imperscrutabile anche per gli organizzatori con i loro 1200 agenti di sicurezza, anche per le televisioni in cerca di uno spettacolo pulito da spezzettare con gli spot o da rivendere a tassametro. La morale potrebbe essere: se qualcuno ha un'idea, la porti a Woodstock. La musica potrebbe essere solo uno sfondo e il festival potrebbe trasformarsi contro ogni previsione, in una nuova, seconda, *convention* mentale.



## CINEMA. La coppia Hill-Spencer Che botte a Natale! Bud e Terence tornano nel West

ALBERTO CRESPI

ROMA. La prossima fatica è il *Don Chisciotte*. Un viaggio nel tempo, con l'eroe di Cervantes che arriva nel mondo moderno, unico savio in un pianeta di pazzi: film costoso, produzione non facile da montare, se ne parlerà nel '95. E intanto, per non arrugginirsi, Terence Hill e Bud Spencer tornano nel Far West. A sette anni di distanza da *I poliziotti dell'ottava strada*, si ricomincia la coppia più gettonata del cinema italiano, perenni campioni di incassi e di audience («i Trinità»), come vengono confidenzialmente chiamati i loro primi film, passano regolarmente in tv, e altrettanto regolarmente sbancano l'audite). *Botte di Natale* (gioco di parole con «notte di Natale») è un ritorno alle atmosfere di *Lo chiamavano Trinità*, anche se non agli stessi personaggi: Spencer e Hill sono fratelli, il primo è Moses, cacciatore di taglie, il secondo è Travis, la pistola più veloce del West. E Hill, stavolta, è anche regista.

La coppia rinasce, dunque. Perché ora, e perché con un western?

**Spencer:** Fuori dal set non abbiamo mai smesso di sentirci, anche se io vivo in Italia e lui nel New Mexico. Stiamo lavorando da tempo a questo progetto del *Don Chisciotte*, ma per problemi di budget e di sceneggiatura non si poteva iniziare prima del '95. E allora...  
**Hill:** ...e allora, proprio mentre rimandavamo il *Don Chisciotte*, mi ha chiamato mio figlio Jess da New York, dove si è appena laureato in sceneggiatura alla scuola di cinema della N.Y. University, e mi ha chiesto: «Posso scrivere un copione western per te e per Bud?». Gli ho detto di sì, il copione ci è piaciuto. L'abbiamo fatto.

**Quali differenze, rispetto al «Trinità»?**  
**Hill:** Siamo più vecchi. Così lui, nel film, ha 10 figli, anche se pensa di averne 8 perché è analfabeta, e non sa nemmeno contare. Però le gaa e il meccanismo psico-

logico (lui che è un uomo tranquillo, io che lo metto nei casini) è lo stesso. E si ride, si ride parecchio. Almeno spero.

**Spencer:** E ci sono un sacco di cazzotti.

**A proposito di cazzotti, una curiosità: avete mai fatto a botte sul serio?**

**Spencer:** Non abbiamo mai litigato, né sul set, né fuori. Se lo facessimo... beh, c'è una certa differenza di stazza... *(osserva Hill con quei suoi occhietti invisibili, ndr)* penso che lo menerei di brutto!

**Com'è Terence, come regista?**

**Spencer:** Grandissimo!  
**Andiamo un po' indietro negli anni. Ne avete fatta di strada. Vi sarete mai aspettati un simile successo?**

**Spencer:** Mai e poi mai. Il successo, lo dico da napoletano, ce l'ha mandato il Padreterno. Un merito, però, l'abbiamo avuto. Abbiamo «disimparato» l'italiano. Nel senso che abbiamo saputo essere divertenti al di là della lingua, con una

comicità universale, che è apprezzata veramente in tutto il mondo. Pochi comici italiani ci riescono. Ma noi siamo stati aiutati dal fatto di non essere attori comici.

**Hill:** Il nostro primo film assieme, *Dio perdona io no*, era un western serio, e molto violento. Però qualcuno, vedendoci sullo schermo, intuì che c'era una certa «chimica», un feeling che funzionava... Spesso mi chiedono se non sono stufo di questi film, se non ho voglia di cambiare. E io rispondo sempre: no! I ruoli diversi li ho fatti da giovane, quando ho lavorato con Lizzani, Visconti, De Sica. Ora sono orgoglioso di fare film per tutti, che possono essere visti da bambini di ogni età. Lo sento come una missione. Sul serio!

**In America, lo sanno che siete italiani?**

**Hill:** Nell'ambiente del cinema, forse, sì. Ma che importa?

**In Italia, molti sanno probabilmente che vi chiamate Carlo Pedersoli (Spencer) e Mario Girotti**

(Hill). Come nacqero i vostri pseudonimi?

**Hill:** Allora si usava così, per i western. Poi molti ripresero i nomi veri, noi due no. Io lo scelsi a caso: mi proposero una lista, Terence Hill suonava bene. Tutto qui.

**Spencer:** Io invece lo scelsi perché mi piaceva Spencer Tracy. E per Bud... in inglese significa «boccione», applicato a uno della mia mole mi sembrava divertente. Già allora pesavo 120 chili. Poi lo conservai perché Carlo Pedersoli, cioè io, era stato un campione (*di nuoto, ndr*) con un suo passato, perché rovinarlo?

**E oggi, quanti chili pesa?**

**Spencer:** Sono arrivato a 160 e per questo film, con una dieta, sono sceso a 130. Dovrei tornare a 120, ma non ce la faccio. Ho troppa fame.

**Quali sono i vostri western preferiti?**

**Hill:** Quelli di Leone, siamo un po' suoi figli. E quelli di Ford.  
**Spencer:** I nostri!

## In tutta Europa è il film delle feste

«Botte di Natale» uscirà a Natale, lo dice la parola stessa, in tutta Europa. Anzi, per certi versi la vera notizia è il numero di copie con le quali il film verrà lanciato: 180 in Italia, 350 in Germania, 120 in Spagna, 250 in Francia. La coppia Hill-Spencer tira, tira ancora moltissimo. Nell'Europa dell'Est sono i numeri uno (il film esce per le feste anche a Praga e a Budapest). Per non parlare dell'America Latina, del Medio Oriente, del Giappone. Ma è soprattutto in Germania, che i due sono autentici divi: «Botte di Natale» è infatti prodotto da Giuseppe Pedersoli (figlio di Carlo, cioè di Bud Spencer) e Matthias Wendlandt per la tedesca Rialto Film. Vittorio Cecchi Gori ha poi acquisito i diritti per il mercato italiano, anche se Pedersoli Jr. ci spiega che il contributo della Cecchi Gori Group «è stato importante e che Vittorio può essere considerato a tutti gli effetti un co-produttore, anche se è entrato nel progetto in fase già avanzata». Sempre dalla Germania (dalla Philips) arriva anche la proposta per realizzare un videogioco con i loro personaggi, nonché l'idea di una «linea scolastica» (diari, astucci, zainetti...) ispirata al film. Al due, insomma, non mancano certo le cose da fare, anche fuori dal cinema: Spencer, ad esempio, è presidente di una compagnia di trasporti aerei, la Mistral Air, con 120 dipendenti. Hill, invece, amministra il suo ranch a Santa Fe, New Mexico, dove vive da tre anni.

