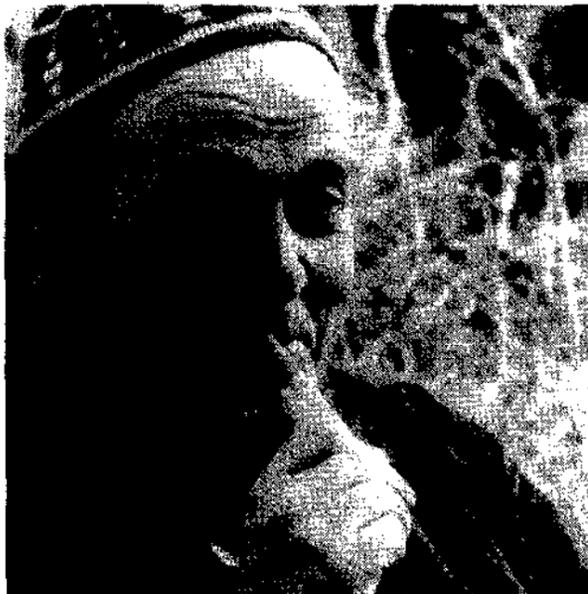


IL FESTIVAL. La «ricerca» langue, in compenso non ha deluso il film gay di McLean

Un Rabelais «troppo» ferreriano

DALLA NOSTRA INVIATA

■ PESARO. Incontro fatale - non solo per ragioni di somiglianza fisica - quello tra Ferreri e Rabelais. Ma non esattamente magico. Faictz ce que voudras, ultimissima opera del nostro girata nel '94 per Arte (in collaborazione con la Sept) suscita un paio di considerazioni. Primo, difficilmente la tv italiana (Rai o Fininvest) avrebbe finanziato un film del genere e non solo perché, come dice il regista, «di Rabelais agli italiani non gliene frega niente». Almeno su questo versante, Ferreri è più apprezzato in Francia come dimostra pure il banchetto di Platone (1992) operazione per certi versi analoga. Secondo, perché per l'autore della Donna scimmia vale, secondo noi, la regola paradossale «più restrizioni uguale più libertà»: la sua immaginazione si scatena sotto tortura (vedere per credere, il film del periodo spagnolo, quando lavorava con l'handicap-franchismo). Le sue trovate più geniali nascono dall'arte di arrangiarsi. Speriamo quindi che torni a lavorare stabilmente in Italia, cioè in un paese dove sei meno vezzeggiato e devi arrangiarti parecchio.



Rabelais e in alto Marco Ferreri

I nuovi autori di domani? Pesaro indaga

Certo, Faictz ce que voudras è un lavoro su commissione ed è persino ovvio che i francesi abbiano pensato proprio a lui per solennizzare il quinto centenario della morte del poeta. L'universo di Rabelais, in effetti, è assolutamente ferreriano: pieno di sesso, cibo, rimandi scatologici, corpi osceni e deformità varie, un intrecciarsi inestricabile di piacere e angoscia. Ma forse troppo ferreriano, il che produce una specie di ridondanza. Per cui manca il graffio corrosivo e inimitabile che qui a Pesaro ha fatto il tutto esaurito ogni sera (i più gettonati: La grande abbuffata e Dillinger). Detto questo, le idee circolano comunque. Specie quando la verbosità esplosiva di Rabelais sfiora inquietudini contemporanee: è geniale l'uso delle musiche da discoteca on the beach di Luis Mariano proprio perché non c'entrano niente, o quel gigantesco burattino che emette fumo e strabuzza gli occhi evocando la creatura di Frankenstein senza ricorrere a nessun mago degli effetti speciali. E strappa l'applauso il modo di riprendere un grande banchetto per cinquecento commensali, più festa dell'Unità che festino rinascimentale. Anche perché sui cotecchini e sugli arrosti di monne con patate soffiata un vento di morte che smette qualsiasi intenzione celebrativa. □ C.R.P.

La trentunesima Mostra di Pesaro si chiude con un appello per l'abolizione dell'ergastolo che arriva dai quattro protagonisti di Fine pena mai e con due pezzi da novanta come il Rabelais di Ferreri e l'ultima provocazione antitelevisiva di Guy Debord. Ma il futuro di un cinema «nuovo» bisogna cercarlo tra i giovanissimi autori della sezione contemporanea. Nessun miracolo, ma qualche nome da tenere d'occhio si, come quello di Steve McLean.

DALLA NOSTRA INVIATA CRISTIANA PATERNO

■ PESARO. Non vi abbiamo raccontato niente del cinema belga, qui in versione sperimentale, claustrofobica o disintegrata, più attento alla composizione del quadro che ai contenuti. O delle visioni d'autore di Boris Lehman, che ha fatto di se stesso l'oggetto numero uno della sua poetica, in una prospettiva sempre didascalica e spesso intollerabilmente egocentrica ed espansa (Bobet, Lettre à mes amis restés en Belgique è un work in progress che veleggia verso le ventiquattro ore di proiezione). O della rabbia in formato televisivo dell'inglese Alan Clarke, proiettoro con la cinepresa, come Ken Loach e Mike Leigh, morto di cancro nel '90 dopo aver catalogato hoodlums e carcere mitonico, tossici e matti da slegare.

■ PESARO. Non vi abbiamo raccontato niente del cinema belga, qui in versione sperimentale, claustrofobica o disintegrata, più attento alla composizione del quadro che ai contenuti. O delle visioni d'autore di Boris Lehman, che ha fatto di se stesso l'oggetto numero uno della sua poetica, in una prospettiva sempre didascalica e spesso intollerabilmente egocentrica ed espansa (Bobet, Lettre à mes amis restés en Belgique è un work in progress che veleggia verso le ventiquattro ore di proiezione). O della rabbia in formato televisivo dell'inglese Alan Clarke, proiettoro con la cinepresa, come Ken Loach e Mike Leigh, morto di cancro nel '90 dopo aver catalogato hoodlums e carcere mitonico, tossici e matti da slegare.

fondali neri contro cui gli attori si muovono estaticamente come in tableaux vivants fa pensare subito a Derek Jarman) ce l'ha soprattutto contro la famiglia disfunzionale anche se cita tutti i cult della comunità gay, da Terence Davies a Isaac Julien. Eppure la biografia di David Wojnarowicz (pittore, fotografo, autore di libri dissacranti tra cui Memorie That Smell Like Gasoline, morto di Aids nel '92) diventa il pretesto per una dichiarazione di odio/amore rivolta al mito dell'americana way of life. Come odio e amore si intrecciano nel rapporto col padre alcolizzato che conosce solo il linguaggio dell'abuso e della violenza ma si commuove per il funerale di JFK. È quasi obbligatorio che il figlio ricerchi, in una coazione a ripetere senza sbocchi, il calore acre di un contatto anche nel sesso a pagamento. Però McLean è abile a evitare qualsiasi eccesso di psicologismo e nella scena in cui David viene stuprato da un camionista eterosessuale riesce a gestire una vera esplosione di orrore senza sensazionalismi a buon mercato. Ha stile, questo autore, che lavora in gruppo con attori e tecnici affiatatissimi (nella squadra c'è anche Jimmy Sommerville, a cui si deve la struggente colonna sonora). Sicuramente sentiremo ancora parlare di lui visto che è molto giovane.

bante, che mette in scena la morte non accidentale di un venditore di noccioline fatto fuori da due balordi (uno si installa in casa sua, manda avanti il commercio e fa felice la fidanzata del morto). Girato in super8, gonfiato a 16 mm, iper-manipolato al montaggio, con un sottoro quasi rap in cui si capisce una parola su tre e l'inserimento di cartelli brechtiani che annunciano in anticipo i cambiamenti salienti, il film sfiora l'esercizio di stile fine a se stesso, anche se Benoit teorizza il tramonto della morale occidentale e altre amenità varie.

Il matrimonio di Terada Molto più emozionante, con tutte le sue ingenuità, Mia moglie è filippina, del giapponese Yasunori Terada. La storia, rigorosamente autobiografica, è quella del matrimonio del regista con Teresa, un'immigrata filippina con un brutto passato di tossicodipendenza e una famiglia da mantenere a Manila. I due si sposano, contro la volontà del padre di lui, perché lei aspetta un figlio. Ma le cose non filano lisce: c'è l'opposizione dei parenti, il razzismo della società giapponese, i problemi economici e la difficoltà dell'incontro tra due culture profondamente diverse. Un home movie sincero, che si muove tra reiezioni e aperture sorprendenti. Come quando Teresa fa l'imitazione della moglie giapponese che dice sempre di sì o il padre di Terada chiede di spegnere la macchina da presa.

PUBBLICITÀ. Il festival fischia gli spot italiani. Vincono Levi's, Nike e un inglese «non commerciale»

Cannes, ai «creativi» non piace il Parmacotto

Al Festival internazionale degli spot di Cannes il Grand Prix non è stato assegnato e sono stati limitati tutti gli altri riconoscimenti. Menzione speciale della giuria a un filmato sociale britannico. All'Italia solo due Leoni di bronzo, Annata all'insegna della buona qualità, media, senza punte di rilievo. La lotta è sempre tra inglesi e americani e tra le grandi marche (Pepsi, Nike e Levi's). La «commedia italiana» incomprende all'estero.

DAL NOSTRO INVIATO MARIA NOVELLA OFFO

■ CANNES. Una donna senza braccia si prepara la colazione. Prende gli utensili con la bocca, col naso schiaccia i pulsanti e alla fine di tante impegnative operazioni guarda la macchina da presa con orgoglio. Ci è riuscita. «E a voi risulta tanto difficile scrivere un assegno?». Con questa implacabile domanda si conclude lo spot bellico che ha vinto il massimo riconoscimento al Festival internazionale di Cannes del cinema pubblicitario. Un film lunghissimo, coi suoi 180 secondi di fatica, che hanno fruttato alla Gran Bretagna la menzione speciale della giuria. Ma non il Grand Prix, che non può essere assegnato a categorie non commerciali.

inesorabile della verità. Semplice, diretto, doloroso ma non pietoso, lo spot inglese prodotto dalla agenzia Bido a favore della raccolta di fondi per i disabili ha fatto piazza pulita della concorrenza. Ha vinto non con il messaggio, ma con il suo linguaggio, perché, dopo la visione di migliaia di spot inviati a Cannes da tutto il mondo, era il primo che veniva in mente.

mondo si rimbaltano un pallone per fare pubblicità alla Nike. Certo non altrettanto geniali e meravigliosi erano gli spot italiani inviati a Cannes nella misura di 183, ridotti in short list a una ventina, tutti inesorabilmente fischiate nella sala proiezioni e arrivati in finale con il risultato di soli due Leoni di bronzo. Poca roba, che è andata comunque a premiare una qualità media piuttosto alta, dice uno dei nostri due giurati, Maurizio D'Adda della Young & Rubicam. E dice bene perché i due bronzi («Ukraina» del Corriere della sera della agenzia Tova e «Molino Bianco Venezia» della Armando Testa) meritavano sicuramente medaglie più preziose. Per non parlare di altri film che non sono stati capiti perché troppo italiani, se non addirittura dialettali, tutti inerti alla tradizione della nostra commedia cinematografica: vedi il «Parmacotto», interpretato da Christian De Sica, che rappresenta una tendenza gradita al pubblico ma non apprezzata da tutti i creativi, neppure da noi. Per esempio, Gavino Sanna esprime da Cannes la sua tranquilla condanna: «Non sono d'accordo sulla nuova tendenza del racconto all'italiana. Per me il cosiddetto ritorno a Carosello sarebbe solo un regresso, come dimostra anche il fatto che poi, con quel genere, si viene qui a non farsi capire».

Primefilm

Le «verità» di Welles



Orson Welles al suo arrivo a Rio De Janeiro

It's All True Da un film inedito di... Orson Welles Realizzato da... Richard Wilson, Myron Meisel, Bill Krohn Voce fuori campo... Laura Belli Montaggio... Ed Marx Nazionalità... Usa, 1942-1995 Durata... 90 minuti Roma: Plemme 2

ERA L'8 FEBBRAIO del 1942: da poche settimane i giapponesi avevano attaccato Pearl Harbor e all'aeroporto di Rio de Janeiro sbarcò un giovanotto, di nome Orson Welles, che avrebbe compiuto 27 anni solo tre mesi dopo (il 6 maggio). Lo vedete nella foto qui sopra: un ragazzo, un enfant-prodige che aveva appena sconvolto Hollywood realizzando una stupefacente opera prima, Quarto potere.

Le date sono importanti. Gli Usa sono appena entrati in guerra, a Rio è Carnevale, e Welles è in Brasile per entrambi i motivi. Hollywood ha ricevuto l'ordine di sostenere lo sforzo bellico del paese; Nelson Rockefeller, a sua volta, ha ordinato alla «sua» Rio di mandare un regista in Brasile, paese dove i nazisti hanno molti amici. Welles, che già il 29 luglio 1941 aveva depositato il soggetto per un film a episodi intitolato It's All True, viene spedito in missione. Lui ne è felicissimo. Non sa che i suoi guai con Hollywood stanno appena cominciando...

It's All True non fu mai completato, e non uscì mai. Ora, a distanza di oltre mezzo secolo, alcuni vecchi collaboratori di Welles hanno ritrovato parte del materiale girato e l'hanno montato, alternato a interviste e a filmati di repertorio che ne ricostruiscono l'avventura. Il risultato è stranissimo: un film che non è un film, che forse piacerà da matti solo ai «wellesiani» incalliti, ma che in qualche modo entra di diritto nell'universo dei non-film di Welles, assieme a Filming Othello, a F come Falso. Ennesima conferma che quella di Welles non è una filmografia, ma un work in progress da cui emerge un universo compatto di ossessioni e di geniali, allegri disastri.

Il primo episodio, intitolato Il mio amico Bonito e girato in Messico da Norman Foster, sopravvive ad esempio a frammenti, ma è forse la parte più bella di questo bizzarro restaurato. Bonito è un toro che cresce assieme a un ragazzo e che poi, divenuto adulto, viene condannato alla corrida: ma si rivela talmente coraggioso, che viene «graziato» e destinato a una tranquilla vecchiaia. Ebbene, a parte la passione di Welles per le corride, l'episodio nasce da una collaborazione quasi sconosciuta, quella tra il giovane Welles e il venerabile documentarista Robert Flaherty, quello di Moana, di Nanook l'eschimese, dell'Uomo di Aran. Flaherty, allora, aveva 59 anni, Welles avrebbe potuto essere suo figlio: «Amavo i suoi film, e lui non riusciva a lavorare, così ho pensato, "sarebbe simpatico, no?"». Lo racconta Welles a Peter Bogdanovich in quel magnifico, fondamentale libro che è Io, Orson Welles (Bakdini & Castoldi; costa 45.000 lire ma se vi piace il cinema è un libro imperdibile).

Il resto del film si compone dell'episodio più compiuto, quello del viaggio per mare di quattro pescatori della tribù dei jaguadeiros, e di un lungo - e lievemente prolisso - reportage sul Carnevale, e sulla samba. Nella sua forma attuale, il film non può che essere frammentario, e certo appare evidente che nel '42 di Welles il capolavoro assoluto, totale, irrinunciabile rimane L'orgoglio degli Amberson. Ma It's All True rimane un affascinante tour nella bottega di un grande: complimenti alla Lucky Red per averlo distribuito. [Alberto Crespi]

«BRAVO RANDY»

Jovanotti attore per D'Alatri

■ ROMA. Dai «fasti» di Cuba, dove è stato applaudito da 20 mila giovani all'Avana, al set californiano del nuovo film di Alessandro D'Alatri, Bravo Randy. Lorenzo Cherubini, in arte Jovanotti, esordisce nel cinema come attore: sarà il barbone muto protagonista del terzo lungometraggio del quarantenne regista romano autore anche dei celebri spot Sip con Massimo Lopez. Nel film Jovanotti, investito da un auto, viene trasportato all'ospedale dove sarà «conteso» da Valeria Golino e Greta Scacchi. Le riprese del film, tutto ambientato in California e prodotto da Marco Poccioni e Marco Valsania con la Medusa, la nuova produzione e distribuzione Fininvest, inizieranno in luglio e saranno interamente realizzate in California. Bravo Randy costerà 7 miliardi e sarà nelle sale italiane all'inizio del '96.

premiato. Speriamo arrivi anche in Italia: mostra un elefante che nuota sott'acqua attorno a un materassino, tra fuori la proboscide come un periscopio e ruba la famosa lattina. E se poi vogliamo proprio identificare della lirica di tendenza in un panorama planetario che si è fatto meno squilibrato tra grandi nazioni e aggressivi outsider (per esempio la grintosa e spiritosa Norvegia), bisogna dire che, come sottolinea ancora Conti, dalla pubblicità è sparito il futuro, con le sue magiche sorti tecnologiche, ed è tornato in auge invece il passato. Insomma, è sparita la speranza, e non so se vi pare poco. Il consumo non è più una totalitaria prospettiva di vita, cosicché la pubblicità diventa sempre più spiritosamente cinica (e divertente) proprio mentre si diffonde la consapevolezza del limite della sua proposta rivolta al solo mondo occidentale. Mentre d'altra parte c'è un'immensa realtà che si affaccia dai messaggi sociali con la richiesta urgente di un mondo migliore.