

Spettacoli

ANTICIPAZIONI. Il 16 ottobre esce nelle sale Usa il nuovo film di Lee, si intitola «Get on the bus»



E intanto gira un serial per la Abc

Per la prima volta il principale regista afroamericano lavorerà in televisione. Spike Lee ha firmato di recente un contratto con la rete televisiva Abc per la produzione di uno sceneggiato in sei puntate, di mezz'ora ciascuna, che andrà in onda nell'autunno del '97. Lo sceneggiato non ha ancora un titolo ancora ma se ne conosce il contenuto: il rapporto tra due amici, uno nero e uno bianco, che riescono ad andare d'accordo nonostante la loro visione della società in generale e dei singoli problemi sia diversissima. Lo sceneggiato sarà ambientato a New York e girato sul posto con una sola camera. Del cast, non si sa ancora niente sembra che Lee sia a caccia dei giusti personaggi. Sarà anche esecutore produttivo del serial insieme a Brandon Tartikoff. Sebbene non abbia mai fatto televisione prima, Lee ha già lavorato per serial: ha prodotto e recitato in clips pubblicitarie come quella della Nike, della Levi's e per video musicali. Spike Lee (il vero nome è Shelton Jackson Lee) è nato ad Atlanta, in Georgia, nel marzo del '57. È cresciuto a Brooklyn dove vive ancora e dove c'è la sede della sua casa cinematografica la Forty Acres and Mule.

Spike alla marcia dei fratelli neri, senza propaganda

C'è molta attesa, specie nella comunità nera, per il nuovo film di Spike Lee, *Get on the bus*, che uscirà negli Stati Uniti il 16 ottobre. Il tema della pellicola è l'imponente marcia di un milione di neri che si svolse a Washington un anno fa. Lee torna così ad occuparsi di tematiche politiche e razziali, attraverso la storia di quindici uomini che partono in bus da Los Angeles per andare alla marcia. Un road movie sulla solidarietà e la diversità.

monumentale nella storia americana, ma che il film non è solo un pezzo di cultura nera. E l'idea di romanzare la marcia non è neanche sua ma del produttore, Barry Rosenbush: per *Get on the bus* ha speso due milioni e quattrocentomila dollari, la maggior parte dei quali raccolti nella comunità nera, ed ha catturato la Columbia per distribuirlo senza neanche bisogno di sottoporlo alla sceneggiatura.

La maggior parte degli attori del film ha partecipato l'anno scorso alla marcia. Ossie Davies, per esempio, attore veterano e studioso di storia che nel film fa la parte dell'anziano ex pubblico ufficiale, fonte di saggezza e moderazione per i suoi più giovani e arrabbiati compagni. O Charles Dutton, uno degli autisti. Dice: «Ogni momento della marcia è stato unico e potente. Non volevo che finisse mai, volevo che noi si continuasse per sempre, girando di città in città per vedere i cambiamenti che si producevano nelle comunità. E tutti noi sapevamo che i cambiamenti non potevano accadere in una notte. Che dovevamo lavorare e mantenere la famiglia. Ma sapevo che in mesi o forse anni o magari decenni, la gente avrebbe cambiato le cose a poco a poco, nel tempo più opportuno. Questo mi ha fatto la marcia, questo era la marcia: ispirazione».

André Braugher, che nel film fa l'attore egocentrico e sentenzioso, è d'accordo. Nella realtà è un sostenitore ed attivista del National association of black social workers, lavora nel settore delle adozioni. «È la prima volta che recito in un film che sarò fiero di far vedere a mia madre» dice, «soprattutto il punto in cui sto seduto, con



Membri della «Nazione dell'Islam» durante la marcia di Washington il 16 ottobre del '95. In alto, Spike Lee

mio figlio in grembo e ascolto Jesse Jackson. Perché è proprio quello che ho fatto e mi ha fatto sentire maledettamente bene. È il primo film che ci tira su, a noi neri, che non ci dipinge tutti come criminali. Che ci fa vedere per quello che siamo, uomini. Uguali e diversissimi». Anche lo sceneggiatore, Reggie Bythewood, era alla marcia: «Non avevo capito che razza d'esperienza sarebbe stata finché non

mi sono trovato quella notte, con un mio amico, sull'autostrada per Washington. C'eravamo solo noi neri per strada. Un sacco di macchine e di bus, affiancati a 130 all'ora, verso la stessa meta. Sorridevamo tutti ed era una sensazione fantastica perché ci sentivamo uniti e sapevamo che questa nuova unità poteva cambiare le nostre vite e il nostro futuro».

Richard Belzer, l'autista ebreo,

ovviamente non c'era alla marcia. «Spike Lee mi leggeva le battute che avrei dovuto recitare sbellicandomi dalle risate. Questo film è un viaggio di gente in cerca della sua e dell'altrui umanità. Non è la marcia che li cambierà. È il viaggio. Però dopo questo film mi sono detto, Richard, che cretino a non essere andato. Chi se ne frega se non sei nero, doveva essere fantastica!».

NANNI RICCOBONO

■ NEW YORK. Sarà nelle sale il 16 ottobre, un anno dopo la marcia pacifica di un milione di neri a Washington. *Get on the bus*, «sali sull'auto-bus», il nuovo film di Spike Lee, è molto atteso nella comunità nera americana e desta forte curiosità anche tra i bianchi. Innanzitutto perché l'ultimo film del regista nero, *Girl 6th*, è stato un tonfo e tutti si aspettano che Lee, tornando dritto dritto nel cuore della questione razziale, tiri fuori le unghie dei suoi primi film, come *Lola Darling* e *Do the right thing*. E poi perché la marcia, indetta dal discusso leader musulmano Farrakhan, è una pietra miliare per neri e bianchi, uno show-down pacifico ed ispirato ai valori della famiglia, al ritorno dell'uomo nero tra le mura domestiche per fare il padre, il marito, il capofamiglia. Rassicurante ma non del tutto. Perché Farrakhan questa comunità di «buoni neri» non la vuole in America e chiede al governo degli Stati Uniti come risarcimento della schiavitù un territorio indipendente dove impiantare la sua Nazione dell'Islam. L'ispirazione familistica e maschiocentrica suscitò l'ira e il rifiuto delle femministe, nere e bianche, Angela Davis in testa. Ma il

film non ne parla.

Get on the bus è un'opera di fiction, non un documentario, anche se ci saranno dei brevi spezzoni della vera marcia a fare da didascalia. Il film parla del viaggio di quindici uomini verso Washington. Partono da South Central a Los Angeles come estranei e arrivano alla marcia come fratelli. Alcuni scopriranno differenze amare tra loro, altri affinità o amore. Tutti però capiranno, come dice Lee, che «entrando nel 21esimo secolo i neri cominciano a perdere le vestigia della mentalità da schiavi e scoprono di poter contare uno sull'altro». Ci sono due gay, un padre e un figlio, un ex uomo di Stato, un commesso viaggiatore, un attore e un uomo d'affari. C'è perfino un bianco tra i protagonisti. Un autista ebreo che a metà strada molla il bus e torna a casa per il conflitto di sentimenti che la marcia produce in lui: troppe volte Farrakhan pronuncia frasi antisemite.

In definitiva è un film sulla solidarietà e la diversità: il mare nero non è compatto come lo vivono i bianchi, ha dentro di sé milioni di sfumature diverse di diverse personalità e ispirazioni. Spike Lee dice che la marcia è stata un evento

L'INCONTRO. Villoresi dal teatro alla tv. Da lunedì un programma tutto al femminile

Il mondo delle donne raccontato da Pamela

Milleunadonna sarà una trasmissione che farà parlare le donne di loro stesse e del loro mondo. A condurla, da lunedì su Raitre in prima serata, l'attrice Pamela Villoresi, che per la prima volta affronta l'esperienza di conduttrice. Una donna, soprattutto, che ascolterà molte voci, anche quelle degli uomini, senza «sciaccallaggi». E che di sé dice: «Molte volte ho avuto la tentazione di lasciare questo paese. Ora ho qualche speranza in più».

MONICA LUONGO

■ ROMA. Si può parlare bene di una trasmissione di cui non si è vista neppure una puntata? Per una volta vogliamo provarci perché il nome di Pamela Villoresi ci sembra una garanzia. E tale deve essere sembrato anche all'ex direttore di Raitre Luigi Locatelli, che aveva voluto *Milleunadonna*, programma che parte lunedì prossimo in prima serata su Raitre e andrà in onda in diretta. Due ore per ascoltare e commentare storie di donne: vita di tutti i giorni, gioie e sofferenze al di là

dell'età e delle condizioni sociali. A condurre il programma, in uno studio che ospiterà 50 donne, ci sarà appunto Pamela Villoresi, un nome prestigioso del nostro teatro, che coraggiosamente e con tendenza inversa rispetto alle ultime mode, ha deciso di occuparsi per un po' di televisione. Anzi, di donne. Villoresi fa infatti della sua appartenenza al genere femminile il motivo principale della sua scelta: «Credo molto nel rapporto tra donne e anche nella mia esperienza

teatrale ho vissuto numerosi esempi di solidarietà femminile». Davanti alle telecamere non vedremo l'attrice, se non nel momento introduttivo quando un esempio letterario servirà a introdurre il tema della puntata (dal lavoro alle passioni, dalla gelosia alle famiglie allargate). Ma vedremo piuttosto la Pamela amica, madre, professionista, insomma tutto quanto fa una donna.

Con lei lavora una redazione, fatta di donne, naturalmente. Che

da mesi ascolta al telefono le voci di quelle che hanno storie da raccontare, non necessariamente penose.

Su una cosa Pamela Villoresi tiene il punto: «Non ci saranno scoop né tantomeno sciaccallaggi sulle storie che presenteremo. Vorremmo dare l'occasione alle donne di confrontarsi tra loro, una cosa che la vita spesso ci toglie». E in redazione si sono fatte vive, tra lettere e telefonate, circa duemila persone, con esperienze interessanti che forse diventeranno due libri, in uscita a Natale e per l'otto marzo.

E gli uomini? Ci saranno, rassicurano i curatori di *Milleunadonna*, ma non in studio: potranno telefonare da casa e dire la loro, sempre che abbiano il coraggio di farlo. A cosa servono oggi gli uomini?, chiediamo a Pamela Villoresi. A rendere complete le donne, risponde lei. Anche se aggiunge che oggi il sesso maschile «è in fuga, molti trovano rifugio nell'omo-

sessualità. E poi sono vanitosi e si fanno corteggiare».

Il paragone con l'*Harem* di Catherine Spaak è venuto in mente a molti, ma l'attrice non si lascia ingannare: «Lunga vita ad *Harem*: io non ho la classe, il savoir faire, la competenza di Spaak e il suo salotto è uno dei luoghi televisivi dove mi sono trovata meglio. Il nostro sarà invece un programma dove ci sarà un confronto tra molte. È già azzarda qualche considerazione: «Mi sembra che il problema maggiore delle donne che ci hanno contattato sia la grande solitudine, e anche la violenza psicologica che le famiglie e le coppie vivono dentro casa».

Motivi per scegliere un'attrice come conduttrice televisiva ce ne sono molti, e tutti legati alla grande umanità e professionalità di Pamela Villoresi. Che crede anche che il teatro sia arte della comunicazione, e non solo in palcoscenico. Tanto è vero che lei da anni lavora con Mario Luzi per portare il

teatro ai ragazzi, in piazza e nelle scuole. E userà gli stessi modi anche in tv. Ma soprattutto la conduttrice si esprimerà in prima persona, perché «non sarò dietro un personaggio, non avrò copione. Il programma infatti è stato scritto dagli autori e dalle attrici. Ma le lettere vengono indirizzate a me. E dunque si tratta di un'etica che non posso tradire».

Pamela Villoresi non ne sa nulla di televisione, a stento conosce il nome del nuovo direttore di Raitre Giovanni Minoli e dunque non sa che il compito che le affida la rete è duro: il 15% di share, con un obiettivo di 3.500.000 spettatori, per giunta di lunedì quando Canale 5 e Raiuno si combattono a colpi di grandi film.

Milleunadonna andrà in onda fino alla fine di gennaio, poi l'attrice Pamela Villoresi riprenderà l'attività teatrale con l'*Antigone* di Anouilh e poi *L'isola degli schiavi* di Marivaux, con la regia di Maurizio Scaparro.

LA TV DI VAIME



Anna Falchi? La promuovo

QUANDO, della tv, si comincia ad apprezzare la pubblicità, è un brutto segno. Vuol dire che si è arrivati alla frutta, come si cerca di spiegare con una similitudine aforistica che non è poi così precisa (dopo la frutta ci possono essere il caffè, il liquorino o altre gratificazioni). È un po' come dedicare attenzione e magari congratularsi per le cornici dei quadri d'una mostra: le cornici hanno il compito e il merito di reggere le opere. Ma osservarle come se fossero soprattutto queste le espressioni di creatività artistica meritevoli di attenzione, può risultare eccessivo e patologico. Il settore pubblicitario ha fans, cultori e difensori agguerriti: da noi puoi parlar male di Garibaldi, ma se tocchi Carosello rischi brutto. Le poche volte che mi sono azzardato a criticare degli spot, sono stato bacchettato e non solo dai responsabili dell'operazione promozionale. Che si possa esprimere estro anche in opere brevissime è inconfutabile (vedi i «corti» del cinema), ma lo scoppio dei flash commerciali è dichiaratamente quello di spingere ad un consumo determinato e le bellurie, quando ci sono, a quello vogliono (e devono) tendere. Eppure, fateci caso, gli spot più ammirati sono quelli che sembrano prescindere dal fine mercantile, anzi il più delle volte lo trascurano, lo eludono, sembra.

La pubblicità televisiva più bella a mio parere è quella di Diesel che (ho scoperto) è una ditta di jeans. Ma anche se facesse insaccati o automobili, la faccenda non cambierebbe: le immagini sono suggestive e allarmanti. Non sono un fanatico dell'advertising, anzi. Ma confesso che sono soddisfatto quando in occhio gli spot Diesel. Così come mi irrita con le inutili, provocazioni d'una azienda di maglieria che propone visioni di malati terminali, morti ammazzati, coratelle in bellavista, fedi e cavalli che si ingropano: perché, dopo quelle immagini, dovrei comprarmi un golf o una polo?

ECCO, VEDETE: anch'io sono caduto vittima d'un modo, specialistico fino alla patologia, di fruire di un mezzo. Forse inconsciamente cerco i contorni, i dettagli, le minuzie della proposta comunicazionale che è ben altra. Faccio, in piccolo, come quello studioso che scrisse un saggio sugli sfondi dei quadri celebri o come il mio amico Cognigni che pubblicò un libro sulle piante descritte dal Manzoni nelle sue opere. Per rimanere nel campo della flora, è vero che siamo alla frutta. Poi però mi risveglio e riprendo la mia osservazione professionale da contratto.

Così lunedì ho seguito su Rauno il debutto televisivo di Anna Falchi, new entry di *Luna Park*. È migliore di altre old entry che continuano nel loro porgersi pacchiano. La Falchi parla un po' alla 'ndo cojo cojo, forse pensa in finlandese e traduce in romagnolo con una certa difficoltà, ma si propone con un delizioso sorriso e un'aria allegra che riscattano l'operazione a rischio. I compiti ai quali Anna è chiamata sono quelli basic da contenitore: basta impraticarsi nel «da dove chiamare» ed è fatta. Le intercedepind lessicali fra un giochino e un indovinello sono il minimo sindacale per un conduttore. Ma lei se la cava con una grazia che fa dimenticare, per un giorno, una sua collega, autentica «signora mia», tutta un propositi da «Via Cola di Rienzo-bene», in una romanescheria da ottobrata fuori porta fatta con la station-wagon da ottanta milioni piena di vettaglie e burini. Insomma, Anna Falchi sarà forse un alberello sullo sfondo di un grande quadro. Ma il grande quadro è una crosta e l'alberello crescerà. [Enrico Vaime]