

Spettacoli

CINEMA. Un regista e il suo doppio. Storia di un imbroglio, da «Close-up» a oggi

L'avete perso a Torino? Ripescatelo a Firenze

Se la storia raccontata in questa pagina vi affascina, sappiate che «Close-up» di Kiarostami si trova anche in videocassetta. Se vi interessa il cinema dell'Iran, sappiate che c'è una presenza iraniana anche al festival dei Popoli di Firenze. Domani, in apertura del festival, «Hamshari» di Abbas Kiarostami, documentario dell'83 sul traffico caotico di Teheran (il regista, fra i suoi molti lavori, ha fatto anche l'agente della polizia stradale). Sabato 30 (in orario ancora da confermare) ci sarà proprio «Close-up Long Shot», il documentario su Hossein Sabzian di cui parliamo qui sotto; sempre sabato, in serata (20.30), altri tre cortometraggi di Kiarostami. Lunedì 2 dicembre, un pomeriggio - Makhmalbaf: alle 15 «Stardust-stricken. Mohsen Makhmalbaf, un ritratto», documentario sul regista di Houshang Golmakan; alle 16.15 «Cinema Cinema», di Maani Petgar, sui promini realizzati da Makhmalbaf per il suo film «Salaam Cinema».



Un'immagine del regista iraniano Makhmalbaf sul set di «Close-Up», sotto, dell'uomo che si spaccia per lui, Hossein Sabzian



L'Iran, il paese dei mille Makhmalbaf

ROMA. Attenzione: la storia che stiamo per raccontarvi è complicatissima. Potremmo intitolarla «Pirandello a Teheran». È la storia di un regista che scopre di avere dei «doppi». Poi diventa la storia di un altro regista che fa un film su uno di questi doppi coinvolgendo anche il primo regista. Poi arrivano un terzo e un quarto regista che intervistano il doppio parlando con lui del primo e del secondo regista. Insomma, un casino immane che neanche gli ayatollah hanno saputo tenere a freno (scherziamo, eh!).

Siccome vediamo che già vi fuma il cervello, andiamo con ordine. In quel di Teheran, vive il regista numero 1: Mohsen Makhmalbaf (il festival Torino Cinema Giovani gli ha appena dedicato una retrospettiva), classe 1957, attivo dal 1982 e, dall'87 in poi - con *L'ambulante*, poi con *Il ciclista* -, popolarissimo nel suo paese. Ma in Iran i mass-media sono fatti in modo tale che Makhmalbaf non va ai talk-show televisivi, i giornali pubblicano raramente sue foto, insomma non tutti conoscono il suo volto e questo spiega ciò

una storia di Teheran dove il cinema diventa un incrocio fra Pirandello, Dostoevskij e Pessoa, un perfido e toccante walzer di identità. Al centro di tutto, da un lato Mohsen Makhmalbaf, 39 anni, uno straordinario regista al quale il festival Cinema Giovani di Torino ha dedicato una retrospettiva e un volume edito da Lindau. Dall'altro l'uomo che si è spacciato per lui, Hossein Sabzian, protagonista del documentario *Close-up Long Shot*.

ALBERTO CRESPI

che stiamo per raccontarvi. Verso la fine degli anni '80 avviene un curioso fatto di cronaca. Tale Hossein Sabzian si intrufola in un appartamento borghese di Teheran spacciandosi per Makhmalbaf. Racconta che vuole girare un film in quella casa e che vuole tutti i membri della famiglia come attori. Gli fa provare delle scene. Il bluff regge alcuni giorni, poi il falso Makhmalbaf viene smascherato, arrestato e processato.

Al processo - dove Sabzian ottiene una condanna lievissima, poco più di una ramanzina - è pre-

sente il regista numero 2, Abbas Kiarostami, autore di *Dov'è la casa del mio amico*, *E la vita continua*, *Sotto gli ulivi* e altri capolavori. Riprende l'udienza e chiede di parlare con l'imputato. Vuole girare un film su Sabzian che si spaccia per Makhmalbaf. Il film si fa, si chiama *Close-up* ed è anche stato distribuito in Italia (a Roma uscì al Sacher, e Moretti ci fece su un cortometraggio: *Il giorno della prima di Close-up*). Nel film, Sabzian fa Sabzian, Makhmalbaf fa Makhmalbaf e la famiglia turlupinata da Sabzian fa... se stessa, in un gioco di

specchi ubriacante: l'appartamento è il medesimo, tutti - imbrogliato ed imbrogliati - rimettono in scena l'imbroglio. Un film su una finzione, che diventa una verità al quadrato. Roba da matti.

Non è finita. Cinque anni dopo, il regista numero 3 e il regista numero 4 - Mahmoud Chokrollahi, laureato alla Sorbona, e Moslem Mansouri - partono alla ricerca di Sabzian. Lo ritrovano, lo intervistano. Il risultato è un documentario di 43 minuti intitolato *Close-up Long Shot*, presentato nei giorni scorsi sia a Torino Cinema Giovani, sia al Palazzo delle Esposizioni di Roma. A Torino, Makhmalbaf l'ha visto, ma ha preferito non parlarne. Dev'essere rimasto lievemente turbato (poi vi spiegheremo perché). Sabzian ne esce come un personaggio stranissimo, a suo modo notevole e lievemente inquietante. «Sono l'unico vero erede di Orson Welles - afferma - ho realizzato il suo paradosso, quando diceva ai suoi discepoli: "Se non avete soldi per realizzare i vostri sogni, rubateli"». Ha parole

brusche sia per Kiarostami che per la famiglia ingannata («Volevano diventare famosi, mi trattavano bene perché mi credevano un regista, ora il loro film l'hanno avuto, che vogliono?»). E racconta la propria ossessione cinefila in modo addirittura toccante: «Per il cinema ho perso il lavoro (faceva il rilegatore di libri, ndr). Da bambino mia madre mi dava i soldi per far la spesa e io li spendevo per andare al cinema. Poi avevo paura a tornare a casa, sapevo che mio padre mi avrebbe picchiato, e allora restavo al cinema, vedevo il film tre quattro volte, mi nascondevo nei bagni e dopo la chiusura dormivo sulle poltroncine...»

Alla fine di *Close-up Long Shot*, Sabzian si rivela il triste eroe della cinefilia assunta come forma di vita, del cinema vissuto come un mondo parallelo e totalizzante nel cui nome ogni azione, anche truffaldina, è lecita. Forse molti spettatori e molti registi potrebbero identificarsi in Sabzian come lui si è identificato in Makhmalbaf.

Ultima puntata. Makhmalbaf,

che dice? Su Sabzian, oggi, ben poco. Ma sui suoi «doppi» rivela cose sconcertanti: «Quando sentii parlare del caso di Sabzian, pensai a un malinteso, perché avevo già avuto a che fare con dei sosia in altre città. Uno di loro aveva soggiornato in un hotel senza pagare». E poi racconta l'episodio più folle. Mentre fa i promini per *Il ciclista*, si presenta un'attrice. Lui la scarta. Lei insiste e gli dice di essere raccomandata... da Mohsen Makhmalbaf, suo marito! Scopri che un tizio, spacciandosi per lui, era riuscito a sposare la ragazza facendole credere di essere, appunto, un regista famoso. «Da quel momento mandai alcune mie foto alle riviste, così che la gente fosse in grado di riconoscermi».

Conservate le due foto qui sopra. Makhmalbaf è in quella grande. Sabzian nella piccola. Se vi si presenta un tizio che dice di essere Makhmalbaf, e vi chiede di recitare in un film, o di sposarlo, controllate bene. Perché di falsi Makhmalbaf è pieno il mondo. Che strano paese, l'Iran!

Per i prossimi tre anni Educational metterà in cantiere la prosecuzione dell'*Enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche*, due progetti di storia sul Mediterraneo e sul Novecento, una serie di programmi sul nostro patrimonio artistico e sull'insegnamento delle lingue straniere. Infine, un piccolo spazio pensato per la tv che dovrà riflettere su se stessa.

TV. La nuova struttura Rai si occuperà di cultura, multimedialità, storia...

Arriva Educational. Ma scompaiono i ragazzi

Cultura, storia, arte, multimedialità. Questi i temi su cui lavorerà la nuova struttura della Rai Educational, che ha accorpato diverse testate, tra cui Videosapere. Molti i progetti futuri, ma per ora si partirà a febbraio con tre programmi piazzati nelle fasce orarie di Videosapere. Scompare la struttura ragazzi, nonostante il nome della nuova direzione di viale Mazzini: «Nei nostri orari i bambini non sono davanti alla tv», replica il responsabile Federico Scianò.

MONICA LUONGO

ROMA. Mamma Rai ha «ristretto» i ragazzi. Nel senso che la nuova struttura Educational non si occupa di programmazione per bambini, anche se ha inglobato al suo interno la vecchia struttura che faceva capo a Gianfranco Noferi. «L'argomento non rientra nelle nostre priorità», dice il nuovo responsabile Federico Scianò. E aggiunge che di programmi per il momento ne partiranno pochi e tutto il resto è costituito solo da orientamenti. La nuova struttura che ha accorpato quelle di Videosapere,

dei programmi culturali, la suddetta struttura ragazzi, la Teledidattica e il progetto Pico (rivolto alla formazione per gli allievi delle scuole medie), per ora avrà a sua disposizione solo le fasce orarie che fino al prossimo febbraio saranno ancora occupate da Videosapere. La maggiore novità è costituita da una rinnovata e ampliata attenzione verso la multimedialità (progetti per la scuola, programmi via Internet, produzione di cd rom e home video) e l'assegnazione di un canale tematico satellitare. Toman-

do ai programmi per bambini e ragazzi: ci saranno sempre gli spazi dedicati all'universo infantile, ma rimarranno di stretta competenza delle reti. «Negli orari che ci sono stati affidati - spiega Scianò - non ci sono bambini davanti alla tv. E poi abbiamo deciso di guardare a quello che manca dalla tv pubblica e i programmi per l'infanzia già esistevano». Ad oggi allora a tutti i bei discorsi sulle specificità, la tutela, il rispetto dei minori. E ciò detto non per togliere merito agli addetti ai lavori che realizzano quelle trasmissioni, ma perché questa decisione ci sembra un segnale di regressione, uno spazio che rimarrà per il momento vuoto e che non verrà certo riempito dai numerosi «tavoli» che sono stati istituiti per studiare soluzioni ottimali all'annoso problema minori e tv.

Educational: il direttore sa che «la nuova direzione non si candida a colmare il vuoto della tv che non c'è, perché qualità e cultura non sono un genere, ma elementi che riguardano e caratterizzano tutti i programmi

della tv pubblica». E così si lavorerà per «produrre documenti e approfondimenti destinati a durare nel tempo, creando prodotti che possano varcare le nostre frontiere e creare un rapporto sistematico con la società e con la scuola». Per questi fini, Educational avrà una struttura leggera, con due vicedirettori (Renato Parascandolo per gli aspetti organizzativo-produttivi e Italo Moscati per quelli editoriali) e una serie di responsabili (nessuna donna era seduta ieri al tavolo dei «capi») che lavoreranno ogni volta a singoli progetti. Per febbraio partiranno dunque tre programmi: *Tema*, che andrà in onda dalle 10.30 alle 13 su Raitre e che sarà un magazine di cultura quotidiana. L'argomento verrà scelto giorno per giorno in base all'attualità e seguendo i suggerimenti dei responsabili culturali di testate italiane e straniere della carta stampata, ma anche di reti tv come Arte e Channel 4. «Andremo a caccia delle idee che hanno provocato quei fatti di cronaca», specifica

Scianò. Educational rimarrà sempre sulla terza rete dalle 13 alle 14 con *Perché*, «un confronto tra vita quotidiana e mondo delle idee» (per esempio portare un filosofo a parlare nelle carceri, perché si è occupato di quel tema). Dopo mezzanotte si passerà su Raiuno, con *Tempo*, che si occuperà di storia, attraverso i materiali d'archivio Rai, dove verranno reperiti documenti storici d'autore, materiali che riguardano l'intero corso del Novecento, e anche la «storia del futuro», ovvero come nei decenni è cambiato l'approccio storico nei confronti del Duemila.

Per i prossimi tre anni Educational metterà in cantiere la prosecuzione dell'*Enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche*, due progetti di storia sul Mediterraneo e sul Novecento, una serie di programmi sul nostro patrimonio artistico e sull'insegnamento delle lingue straniere. Infine, un piccolo spazio pensato per la tv che dovrà riflettere su se stessa.

LA TV DI VAIME



Corsi e ricorsi

LA TV PORTA nelle case le immagini di un paese che sembra colpito da una curiosa stereotopia forse provocata da un'insicurezza di fondo che spinge i protagonisti a comportamenti ricorrenti nella loro identità. Sembra di assistere a repliche di un vecchio *Blob* che si incarna in un reiterare facce e occasioni per scoprire il lato grottesco: conferenza stampa per il ritorno di Baudo alla tv commerciale. Un bis dopo nove anni, stesse facce con qualche ruga in più. Anche i discorsi somigliano a quelli degli anni 80: «Viene il momento in cui si sente il bisogno di cambiare», dice l'interessato. È come se una funicolare dichiarasse la propria voglia di novità e la identificasse nello spostamento da monte a valle e viceversa. Quando il percorso è fisso (c'è un cavo che lo rende obbligatorio), hai voglia a parlare di nuove esperienze: si passa da un capolinea all'altro ripetendo un itinerario conosciuto, imprescindibile. A chi lo fa, questo discorso del cambiamento, della svolta, del girare pagina Baudo? Forse più a se stesso che agli interlocutori che sono i medesimi del passato e queste considerazioni le hanno già sentite. Pippo vuol ritrovare il suo pubblico, proprio quello stesso di prima della crisi di astinenza che l'ha spinto alla solita scelta. Si salta canale, ma si vuole essere seguiti dai fans nella trasparenza che consiste solo nel cambio di tasto sul telecomando. Non si lascia una emittente per un'altra assai diversa, antitetica o sperimentale. Si passa a fare più o meno le stesse cose sotto un altro padrone: dal varietà della tv pubblica al varietà della tv privata. Non è che si chiudono una farmacia per aprire un negozio di scarpe, né ci troviamo di fronte al caso di un dentista che si mette a fare il chirurgo: perché illudersi e illudere? Si vanno a fare le stesse cose, forse in condizioni oggettivamente migliori o peggiori. Ma il risultato che si cerca è analogo, il contesto simile, il mercato identico. Una certa monotonia, un appiattimento, un insistere maniacale.

TORNA IL DUBBIO che i ricorsi storici siano frutto di mancanza di fantasia, le tradizioni siano alla fine provocate dall'abitudine, dalla pigrizia. Proprio i tg della stessa sera proponevano la vicenda del rapinatore che ha assaltato per diciassette volte le agenzie di una stessa banca. Un cliente particolare, a suo modo affezionato, catturato proprio per questa assiduità. Per un Baudo che se ne va dalla Rai, ecco un altro momento che torna: Bongiorno. Lui non dichiara intenzioni innovative. Non crediamo ne abbia mai avute. Trasloca momentaneamente, come apprise una filiale in un luogo di villeggiatura: lo fanno certi parrucchieri di Milano che, nel periodo delle vacanze, attivano una succursale al mare (Mike in Riviera, a S. Remo, nella stagione del festival). Non intendono, quegli artigiani, operare una speculazione commerciale: dall'iniziativa gliene viene solo un riscontro pubblicitario per la casa madre di Milano (2). È una campagna promozionale della Mediaset assai efficace: molte pedine vincenti nel campo dell'intrattenimento sono nella sua mani. E S. Remo, ormai una delle poche manifestazioni ancora gestite dalla Rai, pur senza cadere sotto la giurisdizione berlusconiana, viene da questa controllata già nell'antico autunnale, quello dedicato ai giovani: regia e presentazione sono appannaggio di personaggi Mediaset (forse perché è difficile ormai trovarne dall'altra parte). Ci si sente come alla stazione aspettando un treno che sempre li arriva. La sorpresa (?) è il binario: sarà l'uno o il cinque? Capirai! [Enrico Vaime]