

La saga continua con ventidue puntate tv interpretate da Ralph Moeller erede ufficiale della star tutta muscoli

LOS ANGELES. È possibile creare un altro Arnold Schwarzenegger? E fare rinascere un altro Conan, magari con lo stesso accento teutonico, ma gli occhi cerulei e i ricci biondi? Hollywood ci sta provando. Il leggendario avventuriero, che per vent'anni ha popolato le pagine dei fumetti della Marvel oltre a una sessantina di romanzi, è diventato uno dei più popolari eroi cinematografici grazie a Dino De Laurentiis, che aveva visto giusto puntando le sue carte sull'allora sconosciuto Mister Muscolo austriaco e trasformandolo in una star del box office internazionale. Ora che Schwarzenegger ha raggiunto il mezzo secolo di età, e le avventure di Conan vengono trasmesse solo a tarda sera sulle tv via cavo, è giunto il momento di avvicinare una nuova generazione. A partire dal prossimo settembre la televisione americana manderà in onda 22 episodi della nuova serie *Conan the Adventurer*, una megaproduzione da 25 milioni di dollari che costituisce la continuazione ideale, ma più smorzata rispetto ai toni cupi della prima versione, di *Conan il barbaro*, *Conan il distruttore* e *Yado*.

Il protagonista è Ralph Moeller, tedesco di Düsseldorf, che sembra deciso a raccogliere l'eredità del suo amico e maestro Schwarzenegger che, da dietro le quinte, segue attento l'operazione, dando preziosi consigli al suo pupillo. Più grande di Arnold, più alto di Arnold (Moeller è il più alto dei *bodybuilders* degli ultimi anni: 56 cm la circonferenza del braccio, 142 i muscoli pettorali) il ragazzo sembra muoversi con gran disinvoltura nell'intricato universo produttivo. Come primo passo, per gestire i propri interessi finanziari, ha assunto l'avvocato Jake Bloom, lo stesso che si occupa di Sylvester Stallone, Bruce Willis e Schwarzenegger, poi si è trovato un agente di prestigio e, infine, seguendo la scuola dell'accorto Arnold, che nel frattempo l'ha voluto al suo fianco in *Batman & Robin*, sta rilasciando una serie di interviste piene di entusiasmo ai giornalisti di tutto il mondo. Con una partenza del genere c'è da scommettere che questo suo *Conan the Adventurer* farà molta strada.

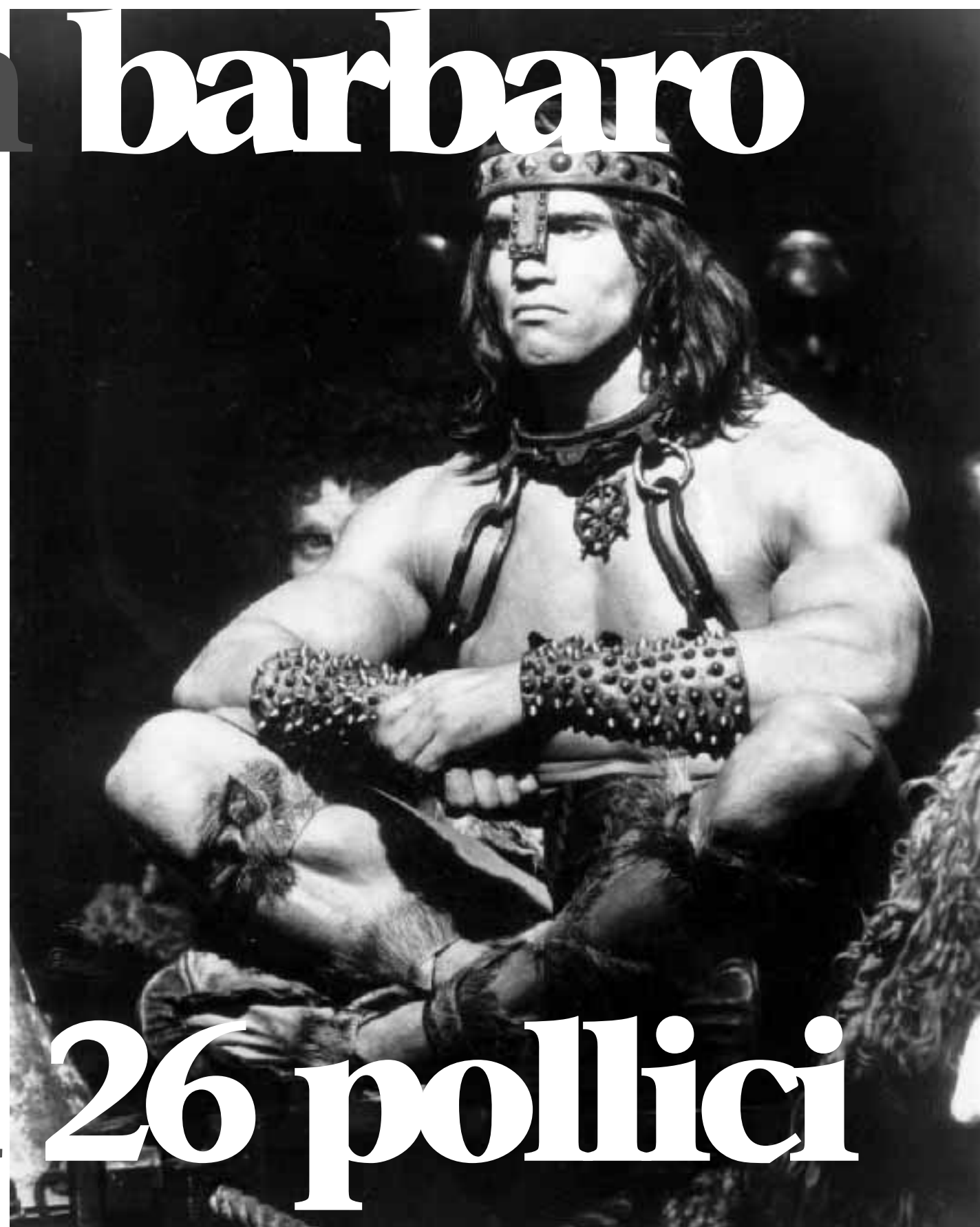
Arnold Schwarzenegger ha finalmente scelto il suo erede. Come si sente dopo questa consacrazione ufficiale?

«Conosco Arnold dal 1981 e lo considero il mio mentore: lo ammiro da sempre e non oso neppure sognare i ripercorrere i suoi passi. È una grande star e io sono solo agli

Un barbaro

Al cinema lo portò John Milius

Conan, al cinema, nasce nell'81. Diretto da un regista, John Milius, fortemente attratto dai temi (politicamente ambigui) del romanzo di Robert E. Howard. Un mondo primordiale e barbarico dominato dalla violenza, l'ideale della forza messo al servizio del desiderio di vendetta per un sopruso che l'eroe ha subito da bambino. Un clima da neomedioevo, di moda in quegli anni, che videro anche, per esempio, l'esplosione della fortuna di Tolkien. Poteva «Conan il barbaro» non generare un sequel? Naturalmente on poteva. E infatti, tre anni dopo, arrivò «Conan il distruttore». Sempre con Schwarzenegger, ma con un nuovo regista, Richard Fleischer, e già meno affascinante del prototipo. Ma comunque meglio del terzo, «Yado», memorabile (si fa per dire) solo per la presenza di Brigitte Nielsen nei panni di una guerriera.



a 26 pollici

Torna «Conan», ma è una serie tv Un tedesco al posto di Schwarzenegger

inizi per questo studio attentamente tutto quello che lui ha fatto. Come lui ho cominciato col titolo di Mister Universo, poi ho fatto qualche partecina in televisione e nel cinema, da *I nuovi eroi* con Jean Claude Van Damme e Dolph Lundgren a una commedia italiana con Ezio Greggio. Nel '91 mi sono trasferito a Los Angeles, senza sapere neppure una parola d'inglese, ma deciso a darmi da fare. Per il ruolo di Conan mi sono presentato all'audizione insieme ad altri 1500 e adesso che ho avuto la parte so questa è la migliore chance della mia vita: la serie sarà mandata in onda in quasi

cento paesi». **Ha parlato con Arnold di come sarà questo nuovo Conan?**

«Certo. L'idea originale era quella di farne un film prodotto dalla Columbia Pictures: Arnold avrebbe dovuto essere il produttore esecutivo, ma quando lo studio si rese conto che la Keller Entertainment possedeva i diritti televisivi, rinunciò al progetto. Questo mio Conan sarà comunque una versione più tranquilla: il nostro è un pubblico di famiglie e quindi cerchiamo di evitare toni troppo violenti».

Lei sembra piuttosto magro per essere un bodybuilder: è una scelta professionale?

«Certo, il corpo si trasforma quando si fa sport competitivo, bisogna seguire delle diete ferree e passare ore intere in palestra. Conan è un ragazzo salutista, che non mangia *junk food* e non prende droghe, però non è un *bodybuilder*. Ci tengo molto a insistere su questo messaggio di vita sana per il pubblico più giovane».

Lei sembra aver scelto il momento giusto: in questo periodo assiste a un ritorno massiccio dell'eroe forzato e dell'eroe mitologico. Quale è la ragione di questo fenomeno?

«È buffo: alcune settimane fa, alla televisione, mi sono rivisto Kirk

Douglas in *Spartacus* e una serie di quei film *pulp* che si giravano a Cinecittà negli anni '60 o '70. Vedendoli mi sono reso conto che sono ancora molto divertenti. Io credo comunque che la ragione principale di questo ritorno dipenda dal fatto che la gente è stanca della violenza, di corpi maciullati, di sangue e armi da fuoco. Il mondo di Conan è invece popolato di mostri fantastici, di strane creature mitiche e mistiche: è un universo di fantasy in cui possiamo rifugiarsi, e di cui abbiamo sempre più bisogno».

Alessandra Venezia



Conan il Cimmeriano uno degli eroi degli anni settanta. In alto, Arnold Schwarzenegger

A. Ve.

IL FENOMENO

Partita sottotono, la serie tv di Raitre viene «promossa» dal 29 luglio

Voglia di soap. «Un posto al sole» in prima serata

E da un convegno emerge che il pubblico italiano ora preferisce il prodotto nazionale. «Noi trattiamo argomenti delicati, realistici».

ROMA. «Mi fermano per strada, anche gli uomini. "Cosa fa - mi chiedono - torna con suo marito o scappa via con l'amante?"». Marina Tagliarini è Giulia Poggi, una delle protagoniste della soap all'italiana *Un posto al sole*, girata e ambientata a Napoli e prodotta dalla Rai. «Io non so cosa rispondere. La sorte dei personaggi è incerta, come nella vita vera. È l'aspetto emozionante delle soap. Piacciono anche per questo». Dal 21 ottobre scorso sono già andate in onda sulla terza rete 165 puntate, tutti i giorni alle 18.30 escluso il week-end. Microdosi da 25 minuti, che per gli appassionati diventeranno più massicce dal 29 luglio, quando *Un posto al sole* passerà in prima serata, ogni martedì alle 20.50, e durerà oltre un'ora e mezzo. Nel frattempo lo share è passato dal poco incoraggiante 8 per cento degli esordi all'attuale media del 14-15, con punte superiori al 17 per cento. E tra i fedelissimi spettatori, un milione e

200 mila a puntata, ci sono anche gli uomini. Anzi, il pubblico maschile è in crescita.

«È evidente che *Un posto al sole* ha colmato un vuoto. Abbiamo spianato la strada verso un modo diverso di fare soap», è l'opinione delle sceneggiatrici della soap, realizzata con ritmi da catena di montaggio sotto la supervisione della società di produzione australiana Grundy. «Suggerisce argomenti di conversazione di solito considerati tabù o difficili da affrontare: omosessualità femminile, transessualità, usura, camorra, disoccupazione, integrazione razziale, eutanasia», spiega Silvia Longo, una delle dialoghiste, invitata al teatro Valle di Roma al convegno «La soap opera come risposta silenziosa al dialogo familiare», promosso dal Comune, dall'Etì e dalla cooperativa Argot. «I nostri personaggi sono ben diversi da quelli delle soap americane, stereotipati e impegnati in dialoghi del tutto avulsi dalla



Una scena di «Un posto al sole»

realtà. Quelli di *Un posto al sole* - precisano Anna Mittone, story liner, e Silvia Longo - sono realistici, non appartengono tutti alla stessa classe sociale. Ci sono gli aristocratici, è vero, ma non è che gli altri nuotino nell'oro. Hanno un senso dell'umorismo che, invece, è quasi inesistente nelle produzioni americane, culla di passioni e di intrighi amorosi, dove i personaggi si ripetono all'infinito».

Secondo una recente ricerca commissionata dalla Rai, ancora imedita, la maggior parte dei fedelissimi delle telenovelle nota la differenza fra il prodotto italiano e quello stile *Beautiful*. E tende a identificarsi di più con quello made in Italy. «Gli attori recitano in presa diretta. I personaggi della nostra soap non possiedono né la bellezza eterea alla *Beautiful* né quella anabolizzata alla *Baywatch*. Sono affascinanti e interessanti», sostengono le dialoghiste. «Inoltre, hanno un'età varia-

bile, alcuni sono giovanissimi, mentre nelle soap americane abbondano i quarantenni di ceto sociale inavvicinabile. A fare la differenza poi sono gli argomenti trattati: problemi delicati, vicini alla sensibilità della gente, non soltanto delle donne».

Ma sono ancora le casalinghe il target privilegiato. E in materia anche l'associazione di categoria ha voluto dire la sua al convegno sulle soap: «Abbiamo la sensazione che anche *Un posto al sole* sia pensata per essere data in pasto a uno stereotipo di donna che si lavora in casa, ma non corrisponde affatto alla casalinga reale», ha detto Eleonora Facco delle Feder-casalinghe. «Non siamo donne che non hanno la possibilità di sperimentare la vita e che quindi sentono il bisogno di evadere e provare emozioni di riflesso attraverso la tv. E i temi trattati nella soap italiana sono banalizzati».

Roberta Secci

Va di moda l'epica Da Ulisse a Ercole l'eroe piace

LOS ANGELES. Ulisse, Ercole, Conan, Superman: tornano sul piccolo e grande schermo i supereroi della mitologia, dell'epica e dei fumetti. Con una piccola forzatura anni '90. Sono meno aggressivi, più problematici e persino autoironici. Lo sapete quanti telespettatori hanno seguito negli Stati Uniti le avventure di Ulisse sul piccolo schermo il 18 maggio scorso? Ventinove milioni. Ammaliati, più che dalla maga Circe, da un eroe affascinante e complesso come Odisseo, interpretato per l'occasione da Armand Assante. Era il primo incontro con Omero per buona parte del pubblico americano: al successo dell'operazione ha certo contribuito la produzione grandiosa e vecchio stile (40 milioni di dollari), diretta da Andrei Konchalovsky e interpretata da uno stuolo di nomi celebri (Greta Scacchi, Isabella Rossellini, Geraldine Chaplin, Irene Papas, Eric Roberts), opera del produttore settantatreenne Robert Halmi (che aveva precedentemente portato sullo schermo *Viaggi di Gulliver* e *Scarlett*). Se i critici hanno mostrato qualche perplessità sui risultati della trasposizione televisiva, gli executives hanno invece brindato alla propria sagacia, per aver imboccato, ancora una volta, la strada giusta.

Da qualche tempo, infatti, sono gli eroi classici quelli che vanno per la maggiore: se l'Ercole di Kevin Sorbo, nella serie *The Legendary Journeys of Hercules*, è uno dei personaggi di maggior successo della fiction televisiva, Lucy Lawless, la giunonica protagonista di *Xena Warrior Princess*, è a sua volta uno dei personaggi femminili più popolari d'America. Il fenomeno si sta ora allargando a macchia d'olio passando dal piccolo al grande schermo. La Disney, per esempio, ripone grandi aspettative nel suo nuovo cartone animato *Ercole*, che uscirà presto in America. Forte, bello e invincibile, una tunica minuscola che lascia scoperti i muscoli poderosi, gli occhi cerulei e il ricciolo rosso, Herc - come viene chiamato dagli amici - promette di far incassare agli studios di Burbank almeno 150 milioni di dollari. Chi meglio di lui, il semidio che con le sue dodici fatiche rimane il personaggio più popolare della mitologia classica, può conquistare il pubblico americano sempre più alla ricerca di eroi da riciclare?

E, a proposito di ritorni di grandi eroi, Tim Burton sta preparando una nuova versione di *Superman*. Naturalmente a modo suo: nel ruolo del figlio di Krypton non vedremo più un personaggio solare come Christopher Reeve, ma un'anima tormentata come quella di Nicolas Cage, l'infelice protagonista di *Via da Las Vegas*. Insomma: il supereroe va bene, ma con un minimo di ironia. E almeno un po' di sofferenza.

Sinead canterà per le donne a Gerusalemme

Altra mossa ad effetto per Sinead O'Connor. La cantante irlandese, da sempre abbonata alle provocazioni estreme e ai gesti politicamente forti, terrà un grande concerto a Gerusalemme, il prossimo 21 giugno. Il palco sarà montato nei pressi della mura della città vecchia, in un luogo particolarmente simbolico sia per la tradizione araba che per quella ebraica, oltre che per i cristiani. In particolare canterà, ha spiegato la musicista irlandese ai giornalisti, per le donne e le femministe israeliane e palestinesi, che lottano unite per la pace nel loro paese e per la convivenza tra due popoli che sembrano condannati a essere nemici.