

Giovedì 26 giugno 1997

2 l'Unità

CULTURA e SOCIETÀ

Libro e cd: cosa sono, a cosa servono Cosa preferite, l'Egitto «griffato» Gallimard o un disco per sognare?

La videocassetta, il libro o il cd? «La seconda che hai detto», risponderebbe il Corrado Guzzanti del *Pippo Chenedy Show*. Il Al lettore de *l'Unità* conviene, sabato 28, essere più preparato. E se vuol scegliere nel pieno della consapevolezza seguire alcune istruzioni per l'uso.

Innanzitutto *l'Unità* costerà, sabato 28, lo stesso prezzo degli altri sabati: 8.000 lire, che diventano 8.500 laddove c'è *Mattina*. Quel che c'è di nuovo è la possibilità di scegliere tra la «solita» videocassetta e due prodotti editoriali alternativi. Che sono, nel caso, un libro e un compact disc. Della videocassetta si parla ampiamente in questa pagina. Qui basti aggiungere che proporre *Riso amaro*, a poco più di un mese dalla scomparsa del suo artefice, è per noi de *l'Unità* l'occasione di rendere un ulteriore sincero omaggio a Giuseppe De Santis che fu un grande regista e una persona straordinaria.

Un po' più complicato spiegare esattamente cosa sia il cd. Anche la sua copertina - un *abat jour* su sfondo azzurro sovrastato dalla scritta *Sogni* e dalla sibillina, per i non anglofoni, scritta *0.0 a.m.* - non aiuta a capire subito di che si tratti. Ruotando il cd di 180 gradi si scopre però, facilmente, il suo contenuto: brani «classici», più o meno noti, che spaziano dal *Chiaro di luna* di Debussy al *Notturmo* di Aleksandr Borodin... Un'ora circa di musica «colta», eseguita da ottime orchestre. Un'avvertenza però: *Sogni* è il primo cd di una collana costruita per gioco sulla scia di alcune suggestioni, a volte nobili, altre francamente molto meno.

Sapevate ad esempio che alcuni studi giapponesi ritengono che ascoltare Mozart almeno alcuni minuti al giorno renda più intelligenti? E c'è qualcuno che ricordi quell'incidente di percorso nella brillante filmografia di Blake Edwards che fu *10*, con Bo Derek e Dudley Moore? Bene, in quel film la bella e lungocrinita Bo diceva pressappoco al piccolo Dudley: «Di solito ascolto il jazz quando ho voglia concentrarmi, il rock quando sono pronta per divertirmi e il bolero quando mi va di fare l'amore...». E naturalmente sul piatto era pronto un classico *Bohème* di Ravel. Insomma l'idea del disco di domani (e di quelli che seguiranno) è che esista della musica particolarmente indicata per alcuni momenti della giornata. Una sorta di «musica giusta al momento giusto». È un'idea praticata anche dalla New Age. La differenza sta qui nel fatto che la musica è classica, assemblata in *compilation* fatte apposta per scandire i momenti della giornata.

Quella di sabato 28 è «musica per sognare». Da ascoltare cioè preferibilmente dopo la mezzanotte (*0.0 a.m.*), come scrivono gli inglesi, in uno stato che sta tra il dormiveglia e la vera e propria fase REM. La prossima settimana il disco si intitolerà *Passioni* e la rosa rossa della copertina non lascerà dubbi. Sarà musica «d'amore». Adatta al prima, al durante e al dopo. Seguirà la musica buona per il risveglio, il viaggio, la buona tavola... Un gioco da non prendere troppo sul serio, che però può risolvere più di un'impasse davanti allo «stereo».

Il libro infine è un oggetto tutt'altro che misterioso, unico nel suo genere. È il primo appuntamento con una serie di volumi pubblicati dalla Electa, nella collana Universali Electa Gallimard. Si tratta di quei libri piccoli, curatissimi e illustratissimi, molto divulgativi, il cui oggetto spazia dal gioco del calcio alla civiltà perduta degli Atzechi. Una piccola enciclopedia tascabile, molto moderna nell'impostazione - diciamo che si consulta un po' come un cd rom - diventata un vero e proprio caso editoriale. La Electa, che li «importa» dalla parigina Gallimard, ha festeggiato pochi mesi fa i 100 titoli, *l'Unità* ne proporrà, a partire da sabato, alcune decine. Privilegiando all'inizio quei titoli che raccontano la storia dei popoli più o meno lontani. Si parte con *L'antico Egitto*, si prosegue con i *Pellerossa* per poi passare ai *Maya*, gli *Etruschi*, gli *Atzechi*, gli *Incas*. In buona parte si tratta di libri introvabili. Quelli che ancora si trovano costano, in libreria, 22 mila lire.

Dario Formisano

141 film «Blow Up» il bestseller

Un po' di cifre. *l'Unità*, dal 28 gennaio 1995, ha pubblicato 141 film, per un totale di oltre 42 milioni di videocassette vendute. Può essere curioso scoprire questa cifra. Primo esempio: quali sono i magnifici 10? Sorpresa: il film che ha venduto di più in assoluto è stato «Blow Up» di Michelangelo Antonioni, con 470.000 copie. Seguono «Il laureato» di Mike Nichols (467.000), «Easy Rider» di Dennis Hopper (465.000), «Soldato blu» di Ralph Nelson (460.000), «Novemto atto 1» di Bernardo Bertolucci (454.000), «Per un pugno di dollari» di Sergio Leone (452.500), «Incontri ravvicinati» di Steven Spielberg (453.000), «Novemto atto 2» ancora di Bertolucci (449.000), «Taxi Driver» di Martin Scorsese (445.000), «Il cacciatore» di Michael Cimino (441.000). Il film più richiesto, però, rimane in assoluto «Ultimo tango a Parigi», ancora di Bertolucci: fu il primo a uscire, non è nei top-ten perché fummo pessimisti e non tirammo abbastanza copie, ma a distanza di due anni e mezzo viene ancora richiesto come arretrato. Parlando solo di film italiani, ai citati Antonioni, Bertolucci e Leone segue, piazzato in quinta posizione, «Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto» di Petri, con 420.000 copie. Poi, ma solo dal sesto posto in giù, arrivano i comici: «Berlinguer ti voglio bene» con 411.000 copie, «La grande guerra» con 409.000, «Non ci resta che piangere» con 400.000, «Il sorpasso» con 395.000, «Un americano a Roma» con 393.000. Piccolo derby in famiglia: Dino Risi, con le 395.000 copie del «Sorpasso» batte di poco il figlio Marco che con «Il muro di gomma» ha raggiunto la cifra per altro ragguardevole, visto il tipo di film, di 381.000 copie. Fermiamoci qui perché non sarebbe elegante dire anche i film che hanno venduto meno. Vi diciamo invece il film più amato dal cassiere dell'Unità: «Germania anno zero». Per un bieco motivo, la durata: 70 minuti, il che abbassa i costi di duplicazione. Per lo stesso motivo - solo per quello! - il film più odiato è stato «Il gattopardo» (180 minuti).



Il sabato si fa in tre

E dopo 141 film l'«Unità» rilancia: libro, cassetta o cd

Tutto cominciò con *Ultimo tango a Parigi*, un film centrale nella grande storia del cinema italiano e quindi decisivo anche nella piccola storia dell'homevideo e in quella, ancora più piccola, delle cassette allegiate ai giornali. Tutto cominciò con *Ultimo tango* quel lontano 28 gennaio del 1995, quando si realizzò quell'idea fissa di Walter Veltroni di portare il maggior numero possibile di film nelle case degli italiani. Le cifre, oggi, dicono che di cassette, voi eroici lettori di questo giornale, ne avete comprate - in due anni e mezzo - oltre 42 milioni. È una cifra pazzesca. Una cifra alla quale non si sarebbe mai arrivati lasciando le cassette dove erano prima, cioè nei negozi. Una cifra sulla quale oggi, mentre l'offerta dell'Unità il sabato si modifica (da questa settimana potrete sce-

gliere tra un film, un libro o un cd: vedere il pezzo qui accanto), vale la pena di abbozzare qualche riflessione.

Cheché ne dicano i direttori degli altri giornali - che sono stati costretti a imitarci - o, con maggiori argomenti, tutti coloro che sono preoccupati dello «saturamento» del prodotto-giornale in edicola, le cassette dell'Unità hanno mantenuto una coerenza, una linea editoriale, innegabili. O classici del cinema italiano, o film comici, o grandi film americani. Non si scappa. Nelle 12 collane curate dal nostro ufficio promozione, per un totale di 141 titoli, non ci sono schifezze - al massimo, ed è ovvio, qualche film meno bello di altri - e soprattutto non ci sono titoli «fuori linea». Possiamo quindi dire di avervi invaso le case con una vi-

deoteca che ha una sua coerenza, e della quale non dovrete vergognarvi con gli ospiti. A questi 141 titoli usciti con il giornale, poi, si aggiungono quelli andati in edicola autonomamente (il numero totale sfiora i 200 titoli), anche lì con un occhio attento alla qualità: fa testo la collana dedicata a François Truffaut, che tra l'altro sta avendo un successo di cui è lecito essere orgogliosi.

In questa videoteca ci sono titoli precedentemente introvabili. Anche qui, un titolo per tutti: *Professione reporter* di Michelangelo Antonioni. È un elenco di titoli che racchiudono veramente il meglio del cinema italiano: ci sono sei film di Leone (una collana ad hoc), quattro Fellini, Scola e Pasolini, tre Bertolucci, Antonioni, Risi, Monicelli e Moretti, due Archibugi, Visconti, Verdone e

Troisi: diciamo che c'è poco Rossellini, è vero; c'è poco De Santis, un regista straordinario che ci ha appena lasciato, ma dopodomani rimediamo proponendovi *Riso amaro*. E c'è un bel po' del miglior cinema americano degli anni '60-'70, la cosiddetta nuova Hollywood.

A voler guardare l'offerta del giornale con l'occhio del critico, dovremmo dire che si è andato sul fronte delle cassette pubblicate indipendentemente dal quotidiano, registrare anche l'uscita di un titolo come *Incertamente* che raccoglie il meglio di Cipri e Maresco: sicuramente gli artisti più potenti e originali che il cinema italiano abbia espresso negli ultimi dieci anni. A voler cercare il pelo nell'uovo, la classifica dei

top-ten che potete leggere nella scheda qui accanto induce a una riflessione: all'interno di un'offerta «classica», voi, cari lettori, siete andati ancor più sul «classico», premiando titoli celeberrimi come *Blow Up*, *Il laureato*, *Soldato blu*, *Easy Rider*, *Taxi Driver*, *Novemto*, *Per un pugno di dollari*... È una sindrome che i gestori del cineclub conoscono bene: il cinefilo è abitudinario, ama *rivivere* oltre che vedere, e il film famoso e stravisto spesso vende meglio di quello sfizioso e poco noto. È un dato di marketing. Ma è anche un dato da tener presente quando, un giorno, vorremo scrivere la storia non del cinema, ma degli spettatori di cinema. Senza i quali, varrà la pena di ricordarlo, il cinema non esisterebbe.

Alberto Crespi

Dopodomani la cassetta di «Riso amaro»: un film al quale contribuì anche l'avvocato...

Mangano, mondina nella risaia Agnelli

«De Santis lo girò in una nostra tenuta. Certo, era un film di sinistra. Ma soprattutto era un'opera d'arte».

Di una sola cosa si raccomandò l'Avvocato: avrebbe concesso la risaia di famiglia per le riprese del film, a patto però che non diventasse scenografia per una roba da campagna elettorale. Rassicurato, non fece altre obiezioni. Così, di lì a poco, la tenuta degli Agnelli di Veneria di Lignana vicino a Vercelli, si trasformò in set per le riprese di *Riso amaro*.

È proprio Gianni Agnelli in una conversazione con Sergio Toffetti pubblicata nel libro *Rosso fuoco. Il cinema di Giuseppe De Santis* (edito da «Lindau» e dal «Museo nazionale del Cinema») a rivelare l'episodio. Una collaborazione singolare, ma soprattutto determinante: la Lux aveva chiesto a molti altri proprietari terrieri il permesso di girare nei loro possedimenti, ma tutti si erano opposti. Non volevano aiutare la realizzazione di una pellicola «comunista». Un rifiuto «comprensibilissimo», spiega nell'intervista Agnelli, visto che «eravamo nel

1948 e incombevano le elezioni...». Dopo tutto anche lui, nel dare il suo assenso, aveva tenuto a mettere un qualche «paletto».

Non se ne rammaricò: «Vidi il film quando uscì e fu un film magnifico. Insomma non mi pentii affatto - ammette - di aver dato una mano a Gualino [all'epoca il più importante produttore cinematografico, ndr]. Certamente era un film di sinistra, ma si trattava in primo luogo di un'opera d'arte». Ricorda di aver incontrato De Santis, «un uomo minuto, non alto, ma si capiva subito che sul set aveva l'autorità assoluta, era lui che comandava» ma confessa di non essere mai stato molto attratto dalla fattura di un film.

«Il cinema mi ha sempre interessato molto. Però, devo dire, più vederlo che vederlo fare. Le riprese sono di una lentezza esasperante e vedere ripetere dieci volte la stessa scena, così da spettatore, completamente al di fuo-

ri, non è che sia tanto divertente». Andare alle proiezioni invece, per l'Avvocato, è sicuramente un'altra cosa. Diversa dal teatro, intanto. «Non c'è paragone. Del teatro è la ritualità che non sopporto, gli orari, gli entr'acte. Invece ancor oggi, a New York, posso entrare in un cinema, vedere un film, anche solo per tre quarti d'ora, e poi uscire».

Comunque, essendo di casa in quell'occasione, sul set di *Riso amaro*, c'è capitato. E rammenta di averci incrociato Pavese, allora innamorato di Constance Dowling che accompagnava la sorella Doris, una delle protagoniste del film. «Non è che valesse molto come attrice - rammenta - la Mangano la surclassava».

Silvana ebbe modo di osservarla da vicino nel corso di una colazione con Dino De Laurentiis. «Certamente era impressionante. Poi la rividi in America, ma penso che così bella non lo sia più stata. Certo si era molto affinata,

erano venuti lineamenti molto più distinti, ma quando faceva la mondina era formidabile. Dopo è diventata un po' più... "malmostosa", come diciamo noi a Torino, forse non ha avuto una vita felice. In *Riso amaro* era di una bellezza al tempo stesso solare e conturbante».

Agnelli produttore? Non è che la tentazione non l'abbia mai sfiorato. Nel colloquio racconta di averlo fatto con *L'inafferrabile 12* (protagonisti Walter Chiari, Silvana Pampanini e i giocatori della Juventus). Ma non ci ha più riprovato. «Per un uomo d'affari che lavora al Nord, andare a Roma e mettere soldi nel cinema voleva dire farsi prendere in giro, rischiando la figura di chi vuol solo trovare occasioni per frequentare attricette: questo è fatale. Diciamo che mi sarebbe piaciuto, ma che non me lo sono potuto permettere».

Valeria Parboni

l'Unità

	Tariffe di abbonamento	
	Annuale	Semestrale
Italia	L. 330.000	L. 169.000
7 numeri	L. 290.000	L. 149.000
6 numeri		
Estero	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 780.000	L. 395.000
6 numeri	L. 685.000	L. 335.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269724 intestato a S.O.D.I.P. «ANGELOPATUZZI» s.p.a. Via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI) - oppure presso le Federazioni del Pds.

Tariffe pubblicitarie	
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle	L. 560.000 - Sabato e festivi L. 690.000
Ferialle	Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.343.000 - L. 6.011.000
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.100.000 - L. 4.900.000
Manchette di test. 1° fasc. L. 2.894.000 - Manchette di test. 2° fasc. L. 1.781.000	
Redazionali L. 935.000; Finanz. Legal-Concess. Aste-Appeali: Feriali L. 824.000; Festivi L. 899.000	
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200	
Concessionaria per la pubblicità nazionale PUBLIKOMPASS S.p.A.	
Direzione generale: Milano 20124 - Via Grossi Carducci, 29 - Tel. 02/864701	
Aree di vendita:	

Milano: via Grossi Carducci, 29 - Tel. 02/864701 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 114 - Tel. 010/540184 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/75224-8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/259552 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192-573668 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/7205111 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37-43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lanolina, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15 - C. - Tel. 090/290855 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/302520

Stampa in fac-simile:
Telestampa Centro Italia, Orcoia (AQ) - Via Colle Marcangeli, 58/B
SABO, Bologna - Via del Tapperezzano, 1
PPM Industria Grafica, Palermo Dugnano (MO) - S. Stale del Giovi, 137
STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

l'Unità

Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale *l'Unità*
Direttore responsabile Giuseppe Caldarola
Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma