

## IL DIBATTITO

## Esperti a confronto sulla violenza in tv. Sotto accusa film, spot e soprattutto i cartoon

ROMA. Violenza in tv, i bambini la guardano. Se ne è parlato spesso e ora se ne riparla, in Italia e negli Stati Uniti. Anche con un dialogo a distanza - via tv - fra esperti dei due paesi. Da una parte, Leonard Eron dell'Institute of Social Research dell'università del Michigan, quarant'anni di studi nel settore e, dall'altra, Adriano Pagnin (università di Genova), Dario Varin (Statale di Milano), Francesco Tonucci, presidente del comitato che studia un codice di comportamento nei rapporti tra tv e minori, Carol Beebe Tarantelli, deputato Pds, Giulio Carminati, responsabile ricerche della Rai.

Un'ora di domande e risposte, ospitata dall'ambasciata americana, per commentare i risultati di un paio di ricerche: una dell'Ucla, l'altra Mediascope. Sotto accusa film,

latv.

Bisogna pure distinguere tra prodotto e prodotto. Leonard Eron ammette che un certo tipo di violenza, se criticata e chiaramente mostrata come inadeguata o cattiva, può svolgere addirittura un ruolo positivo. «Schindler's List è un classico esempio di questo tipo». E la ricerca dell'Ucla parla di quattro categorie di programmi. A rischio sono quelli che mostrano direttamente gli omicidi o le aggressioni oppure quelli che usano la violenza per far ridere, tipo lo splatter. Assai meno preoccupanti i casi in cui le scene di violenza sono occasionali o non insistite e pure quelli in cui sono inserite nel contesto giusto.

Il cinema, per esempio, appare meno pericoloso. Proprio perché la fruizione avviene in un ambiente chiaramente separato dalla vita di tutti i giorni, mentre la tv arriva direttamente nel salotto di casa o addirittura nella cameretta dei ragazzi e rientra in uno scenario quotidiano, non protetto. Altro punto dolente, i tg. «Forse anche peggiori della fiction, perché i bambini sanno che quelle cose sono accadute davvero», sostiene Eron. «Le news delle 18 aprono sistematicamente con un fatto di cronaca efferato che serve ad attrarre l'attenzione del pubblico e che viene mostrato nei minimi particolari».

Che fare di fronte all'overdose di messaggi aggressivi? Interessare i genitori, informare i genitori e responsabilizzare i network. Utile i famosi semafori per tutelare i minori da qualche tempo utilizzati anche in Italia. Che però hanno un effetto collaterale indesiderato. Creano, specie negli adolescenti, la sindrome del «frutto proibito» aumentando il fascino dei programmi vietati. Altro strumento anti-violenza - o antipornografia - il V-chip, che permette di disabilitare in anticipo certe trasmissioni: un sistema che il Canada ha adottato da un paio di anni con risultati incoraggianti. Ma anche in questo caso è probabile che i ragazzini imparino rapidamente a manovrare il V-chip meglio degli adulti.

Cristiana Paternò



## MYSTFEST

Presentato «Ligne de vie», il nuovo film di Longuine tra sarcasmo e crudeltà

## Per un pugno di rubli, la mafia russa in una fiaba crudele di orchi e killer

In concorso anche il modesto «This World, Then The Fireworks», tratta da un racconto di Jim Thompson. Oggi il convegno su Fellini e la pubblicità, mentre Cattolica s'avvia a chiudere tra gli autografi di Verdone e l'attesa per Valeria Marini.



Tania Mecherkina e Vincent Perez protagonisti in «Ligne de vie», un film di Pavel Louguine

DALL'INVIATO

CATTOLICA. Il più «tormentato» del MystFest è il giurato Carlo Verdone. Tampinato dai fans e spiato fin sotto l'ombrello dai paparazzi, il comico romano, qui a Cattolica con la sua nuova fidanzata, è stato costretto ieri mattina a firmare un autografo col pennarello perfino sulla pancia di un distinto signore romagnolo. Naturalmente c'era scritto «Un sacco forte. Verdone». Il «tormentone» del festival è invece il jingle costruito sulla musiccheta allegria del felliniano Le tentazioni del dottor Antonio, che ora recita: «Guardate più cine / il cine fa bene / il cine conviene / a tutte le età». Carino, ma messo prima di ogni proiezione è diventato un incubo. Non scherza neanche il «tormentone» su Valeria Marini, chiamata a ravvivare il versante mondano della premiazione, domani sera, al modico prezzo di 15 milioni (serenamente sborinati dal Comune). Tutti qui, soprattutto i cronisti «di colore», l'aspettano, ma non si sa ancora cosa dirà, se parlerà, se terrà una conferenza stampa.

In attesa di tuffarsi nell'atteso convegno «La grande tentatrice: Fellini e il mistero della pubblicità», nato da un'idea di Alberto Abruzzese, proseguono a ritmo serrato le proiezioni. Mercoledì notte una trentina di cinefili hanno fatto le 2 per riappare

su grande schermo *La morte corre sul fiume*, unica e giustamente mitica prova registica dell'attore Charles Laughton: copia buona, rigorosamente in inglese, ed è stato un piacere ritrovarlo Robert Mitchum nei panni del predicatore sessuologo e omicida che insegna i due bambini, cantando melodiose canzoncine, per rubare loro i 10.000 dollari nascosti nella bambola di pezza. Un cattivo a tutto tondo, soave e perverso, ma anche molto sfigato.

Prima era toccato a *Ligne de vie* del russo francesizzato Pavel Longuine il compito di divertire e far inorridire insieme la platea. Acquisito dalla Medusa che lo manda in questi giorni nelle sale col titolo *La vita in rosso*, il film è esagerato, survolato e folleggiante come gli altri del regista di *Taxi Blues*. Doveva essere una storia realistica sulla mafia russa nell'era di Eltsin, ma strada facendo *Ligne de vie* s'è trasformato in qualcosa d'altro. Per spiegare l'atmosfera del suo film, Longuine ricorre a una storiella russa: «Due killer aspettano sotto casa la loro vittima, per ucciderla. Arrivano le sei, le sei e mezzo del mattino, le sette, e uno di loro dice: «Senti, inizio a stare un po' in pensiero: che gli sia successo qualcosa?». Insomma, anche nello sfascio più totale un barlume di umanità resiste... Il film racconta l'allucinante

disavventura che capita a un giovane e brillante compositore francese, Philippe (è Vincent Perez), sequestrato con la complicità di una bella ragazza bionda durante una sosta all'aeroporto di Mosca. Ma non è un riscatto quello che Papa, un vecchio e feroce «padrino» moscovita con strani poteri pranoterapeutici, chiede. Il boss mafioso ha bisogno del francese per rifilare una fregatura da svariate milioni di dollari ad alcuni «colleghi» della mafia uzbeka: così il poveretto, prima pestato e poi blandito, si ritrova in volo verso la lontana Repubblica asiatica travestito da potente uomo d'affari. Se non sarà convincente potrà dire tranquillamente addio alla propria testa...

Un po' alla maniera dell'ultimo film della giornata, quel *This World, Then The Fireworks* che segna la prima caduta di tono in un concorso complessivamente alto, ispirandosi a un racconto pubblicato postumo dello scrittore noir Jim Thompson, il simpatico Michael Oblowitz (sudafricano, un passato di video rock) impagina una vicenda *hard boiled* tendente al perverso. Alla base c'è l'amore incestuoso (siamo nell'America del 1955) che lega un giornalista narciso con la faccia, e il parrucchino, di Billy Zane alla sorella puttana incarnata dalla bollente Gina Gershon. Musiche d'epoca, omaggi al giovane Marlon Brando, ma dopo vent'anni minuti ti accorgi che tutto suona fasullo.

Michele Anselmi

## I dossier di Martin Mystère a Cattolica

Myst come Mystère, nel senso di Martin: ovvero il detective dell'impossibile creato da Alfredo Castelli e Giancarlo Alessandrini nel 1982. Se c'è un personaggio a fumetti che di misteri se ne intende è proprio lui, Martin Mystère, il «character» di casa Bonelli. Normalmente fa base a New York, ma per qualche tempo, un po' di tempo fa, si è trasferito in Italia, per la precisione a Firenze (sua vecchia città di studi), per risolvere una lunga serie di «mysteri italiani» (eh già, questo paese è pieno di misteri!).

Così, adesso, è ospite a Cattolica, dove, complice il curatore Paolo Guiducci, ha messo in mostra i suoi segretissimi dossier (altro che gli X-Files): una lettura alternativa della geografia (e della storia) del nostro paese. Nulla sfugge al BVZM (che sta per Buon Vecchio Zio Martin) e al suo fido assistente Java: antiche rovine di Atlantide, Golem resuscitati, magiche ferrovie abbandonate, fantastiche macchine volanti, di volta in volta ritrovate sotto la laguna di Venezia, nelle catacombe romane, tra Ferrara e Suzzara, o nella Certaldo di Boccaccio. Se amate l'avventura e il fascino dell'insolito, uniti all'intelligenza e all'ironia, fate un piccolo pellegrinaggio a «Nostra Signora degli Enigmi», che è il titolo della mostra e non un santuario. Anche se in fondo, tra mysteri, mystici e myracoili, una certa parentela c'è.

Re. P.

## CANNES

La Rai annuncia: megaspot dopo il tg

## Tutti contro il nuovo Carosello

Ma creativi ed esperti si ribellano: è un inutile ritorno al passato «autarchico».

DALL'INVIATO

CANNES. Stasera da Cannes Raidue manda in onda uno spettacolo sponsorizzato Sipra in cui si annuncia la programmazione della prossima stagione per la gioia degli inserzionisti pubblicitari e dei fan di Arbore, Solenghi, Timperi, Giletto, Murabella e tanti altri volti Rai, esclusi Teocoli (che ha dato forfait per motivi familiari) e Raffaella Carrà che non può abbandonare il set sul quale sta girando. Presenta Fabrizio Frizzi, in coppia con Valeria Marini, che si confronta faccia a faccia con il suo clone Sabina Guzzanti. Una sfida o una alleanza?

È ben altro quello che in questo momento emoziona i pubblicitari qui a Cannes, dove si misurano le ambizioni dei creativi di fronte al severo giudizio della giuria del 44° Festival mondiale della pubblicità. È stata già fatta la prima scrematura delle migliaia di spot in concorso e la agognata short list ha ammesso anche cinque film italiani. Tra questi, come vi avevamo annunciato nei giorni scorsi, i più quotati apparivano quello Superga girato in una squallida e violenta periferia milanese e quello Magnum ambientato su una spiaggia, dove un ragazzo che sta per fare l'amore rinuncia al preservativo per comprarsi il gelato. Grande

escluso il premiatissimo spot Pagine Gialle (il più premiato in Italia) col rapinatore che chiede la Luna. Entra Fazio col suo detersivo e due spot sociali, quelli dell'Avise di Greenpeace.

Ma sulla gara, che si concluderà con l'assegnazione di Leoni d'oro, d'argento e di bronzo, si potrà dire di più solo nei prossimi giorni. Intanto qui a Cannes fa discutere anche la notizia del cosiddetto «ritorno di Carosello» nel palinsesto di Raiuno, a partire da ottobre. In realtà si tratterà di una diversa impaginazione dello spazio pubblicitario che segue il TG1 di prima serata. Due volte la settimana (sabato e domenica) due soli clienti comprenderanno 90 secondi per un loro teatrino spettacolare stimato a carissimo prezzo.

Il direttore di Raiuno Giovanni Tantillo dichiara da Roma di non saperne niente, perché la cosa non sarebbe che una nuova veste grafica data dalla Sipra (concessionaria Rai) alla pubblicità tabellare. Il direttore generale della Sipra Antonello Perricone, ammette a denti stretti che la cosa è vera, ma si dice indignato perché è filtrata non si sa come. I pubblicitari, da parte loro, sono tutt'altro che contenti.

Gavino Sanna per esempio, che è venuto a Cannes con poche speranze per sé e per la rappresentativa italiana in genere, è addirittura scandalizzato

dalla possibilità di un ritorno all'indietro di questo tipo. «Io sono sempre stato contro un'ipotesi del genere. Pensano forse che a Cannes falliamo clamorosamente perché abbiamo rinunciato alla nostra identità? Carosello era uno spettacolo e non pubblicità. Ma c'è un altro argomento molto serio per essere contro: ci sono sempre meno soldi da investire e chi potrà permettersi questo spazio sempre più caro? Abbiamo lottato per essere uguali agli altri paesi del mondo e ora questo ritorno al minestrone fatto in casa non si giustifica proprio. Allora non veniamo neanche qui a Cannes. Facciamoci un nostro Festival a Ladispoli e rinunciamo a voler entrare in Europa».

Anche l'esperto di pubblicità Klaus Davi sostiene che in questo modo si punta al consenso del consumatore, ma al prezzo di restare ai margini della comunicazione mondiale, mentre agenzie e clienti italiani si rendono sempre più schiavi, nelle loro scelte di pianificazione, delle ricerche di mercato. E fioccano le bocciature anche per lo show dedicato a Carosello da Raidue, che Gavino Sanna definisce «una trasmissione rovinata da Ambra e nella quale non siamo neanche riusciti a dare gloria ai nostri santi in Paradiso». E pazienza.

Maria Novella Oppo

«Niente di speciale... così bella»

Una storia di amore in quattro capitoli e mezzo

Un'iniziativa editoriale de l'Unità disponibile in edicola a L. 10.000

Speciale Gay