

In prima nella Grande Mela il film più costoso (oltre 200 milioni di dollari) della storia del cinema. Un amore degno di «Via col vento». Grandiosi effetti speciali. In Italia il 16 gennaio

NEW YORK. I critici hanno smesso di deridere James Cameron, l'autore del *Titanic*, il film più costoso della storia del cinema con un budget astronomico di più di 200 milioni di dollari. Il *Titanic* infatti non è affondato, alla sua uscita nelle sale cinematografiche americane (in quelle italiane arriverà il 16 gennaio), anzi è riemerso come un kolossal degno di *Via col vento*. Nonostante la durata di 194 minuti, il *Titanic* è avvincente, pieno di suspense, nonostante la fine sia nota a tutti, e di romanticismo. E avendo raccolto più nomination di ogni altro film per il premio del Golden Globe, promette di dirigersi senza intoppi verso gli Oscar.

Il *Titanic* è prima di tutto una classica storia d'amore. Il regista di *True Lies*, *Terminator* e *Aliens* ha filmato delle scene bellissime di caldo erotismo tra i due giovani attori Leonardo di Caprio e Kate Winslet. Lui è Jack, un ragazzo povero ma pieno di talento e amore per la vita, lei Rose, una ricca signorina promessa sposa a Cal (Billy Zane), un insopportabile snob egoista. I due si incontrano fatalmente un paio di giorni prima del drammatico affondamento, e quando Rose posa nuda per Jack, che è un ottimo disegnatore, non si può non restare affascinati dalla loro sensuale esitazione. E non si può non odiare Cal, per la sua arrogante e fredda coscienza di classe. «Siamo come dei reali», dice alla sempre più distratta Rose quando le dona il famoso diamante blu di Luigi XVI. Nel momento più drammatico della tragedia del *Titanic* continua a dirsi convinto che almeno i viaggiatori della prima classe si salveranno. Del resto aveva dimostrato tutta la sua stupidità nelle scene precedenti, soprattutto quando aveva insistito che il promettevole giovane pittore amato dalla fidanzata, Picasso, «non sarebbe mai andato troppo lontano». È proprio la storia d'amore tra Jack e Rose che con la sua freschezza coinvolge il pubblico, nonostante la struttura un po' scontata della narrazione, alla quale il dramma del *Titanic* fa da sfondo. Non siamo a livello di cime tempestose, e Jack non è Heatcliff, né Rose Catherine. L'equazione povertà=creatività è un po' stantia, ma la radiosità della Winslet e la sicurezza appassionata di Di Caprio, li rendono estremamente convincenti come amanti. L'atmosfera lirica della storia però è dovuta in gran parte all'impegno di Cameron nel creare effetti speciali delicati che sovrappongono il



# Occhio all'iceberg!

Qui a destra, il regista James Cameron. Sotto, Leonardo Di Caprio e Kate Winslet nel film. Nella foto grande, una scena di «Titanic»



passato con il presente, e al suo uso di paesaggi marini dalla sorprendente luminosità. E comunque la storia del *Titanic*, sia pure quasi secondaria rispetto alla vicenda dei due amanti, è quasi ipnotica nel suo lungo e drammatico svolgimento.

Cameron ha voluto ricrearla nei dettagli con straordinaria puntigliosità, dal modello del transatlantico - un mostro lungo circa 260 metri, fedelissima riproduzione dell'originale in scala - alla Renault rossa nella quale Jack e Rose si nascondono per fare all'amore: un'auto veramente esistita nel cargo della nave, era di un tal William Carter, che l'aveva assicurata per 2500 dollari, somma riscossa dopo l'affondamento.

Il film di Cameron non è come *A Night to Remember*, la produzione inglese del 1958 girata nello stile di un documentario. All'accuratezza della ricostruzione scenica non corrisponde quella storica, manchevolezza che però si traduce in una ricchezza di momenti commoventi. Nel *Titanic* non vediamo la signora Ida Strauss rifiutarsi di salire sulla scialuppa di salvataggio

## Fascino «Titanic» New York esulta e scappa da scuola

per non lasciare il marito Isidor, atto d'amore immortalato in ogni film ispirato alla tragedia e anche nel monumento che sorge nella piazza vicino alla casa degli Strauss, proprietari del grande magazzino Macy's, alla strada 106 e Broadway. Cameron mostra invece una coppia anziana, abbracciata sul letto della propria cabina, che è diventato una piattaforma galleggiante sull'acqua gelida dell'Atlantico. Mentre la madre che racconta una fiaba per far addormentare i due figli sul loro letto di morte è un dettaglio nel grande affresco dell'affondamento tracciato con nessuna retorica.

Il film si apre con una squadra di sommozzatori e ricercatori guidata

da Bill Paxton che scende fino a un fondale a circa 4 mila metri dalla superficie dell'oceano alla ricerca di tesori perduti. Ed è Rose, superstita ultracentenaria (interpretata con leggerezza dall'ottantasettenne Gloria Stuart) a raccontare la sua storia e quella del *Titanic*, partito un bel giorno di aprile del 1912 con 2200 passeggeri a bordo, e affondato cinque giorni dopo, nello scontro con un iceberg. Solo 700 furono i sopravvissuti. Per le prime due ore del film si segue con interesse le vicende del mondo ricco e apparentemente baciato dal destino che viaggia allegro sul transatlantico di lusso, ignaro di ciò che lo aspetta, come in ogni storia apocalittica che si ri-

spetti. Ma l'ultima ora toglie quasi il fiato con gli effetti speciali e gli stunt che tagliano la nave a metà, alzano la poppa con le tre enormi eliche ad un angolo di 90 gradi sull'oceano, e fanno scivolare i passeggeri sul ponte, perdendoli nell'acqua. La storia del *Titanic* ha affascinato generazioni, e il film di Cameron non fa che collocarsi in questa tradizione. Ieri le ragazzine hanno marinato la scuola in massa a New York per vedere il primo spettacolo del *Titanic*, alle 11 del mattino. In un paio di sale cinematografiche con i biglietti in pre-vendita si registra già il tutto esaurito fino al giorno di Natale. I costumi del film sono stati venduti tramite un catalogo postale a collezionisti che hanno pagato un paio di decine di milioni per i modesti vestiti da povero di Leonardo Di Caprio, quasi la stessa somma sganciata da altri per acquistare il vestito di chiffon della Winslet. Ma il contributo più importante del film di Cameron è ricordare quanto sia magico e grandioso il cinema del puro divertimento.

Anna Di Lello

Marcella Ciannelli

Mike presenta «Piccoli Mozart» su Canale 5 a Santo Stefano

## Bongiorno: «Adesso torno alle inchieste» E racconta: ho parlato per ore con Fazio

MILANO. L'occasione di incontrare Mike Bongiorno è stata fornita dalla presentazione di *Piccoli Mozart*, rassegna internazionale di giovanissimi musicisti che andrà in onda su Canale 5 alle 16,45 del giorno di Santo Stefano. Mike ha girato a Trieste la gara ed è rimasto incantato della città (dove tutti lo chiamavano «coccòlo») e degli strabilianti piccoli musicisti che nella vita sono anche «dei diavoletti». Il suo figlio minore, Leolino, ci è rimasto piuttosto male perché sta imparando a suonare il piano e a vedere tanti mostri in erba della tastiera ha detto: «Ma papà, io non valgo proprio niente!».

Non è stato l'unico riferimento di Bongiorno ai suoi figli, soprattutto a Niccolò che lavora alla Bongiorno Productions e ha già alle spalle realizzazioni importanti come *Memorie* (il bellissimo programma sui campi di sterminio andato in onda su Raidue) e sta preparando altre opere di documentazione, come una inchiesta

per la Rai sugli zingari. Comprensibile perciò l'orgoglio di un padre che, di suo, non ha più nulla da chiedere alla carriera, essendo anche entrato nel Guinness dei primati come il personaggio televisivo più duraturo del mondo. Ma Bongiorno non si accontenta e, mentre elargisce generosamente consigli a tutti, vecchi e giovani, annuncia di volersi dedicare in futuro alle «grandi inchieste», quelle che faceva da giovane, quando Vittorio Veltroni lo chiamò dall'America. «Non c'è cosa che io non abbia fatto in tv. Negli USA ero cronista di boxe».

Di giochi televisivi ormai c'è l'inflazione, anche se manca un vero quiz e non è detto che, tra i progetti di Costanzo a Canale 5, non ci possa essere anche quello di incaricare Mike di riportare in video uno dei generi più classici. Di un altro genere, il varietà, Bongiorno dice che «non è affatto morto, ma certo ha bisogno di cambiamenti. Anche perché in questo

momento la gente ha bisogno di fatti veri. Il pubblico si è evoluto, esce di più e sceglie di guardare la tv solo se c'è qualcosa di interessante. E siamo in vista dell'atto terzo della tv: le reti digitali e specializzate».

Intanto Mike ha anche rivelato di aver chiacchierato con Fazio per quattro ore fitte fitte, dando l'impressione di aver fatto anche un po' da tramite tra l'azienda e il giovane conduttore, che si è ritenuto non a torto maltrattato dalla Rai. Mike ha rivelato che della proposta di Fazio per Sanremo faceva parte anche l'idea di coinvolgere Paolo Rossi, cioè un comico, secondo Mike, «bravissimo ma d'urto», che può anche creare qualche problema al placido susseguirsi delle canzoni in gara. Ora questo problema non c'è più, ma è rimasto quello di impedire che Fabio Fazio se ne vada dritto dritto a Mediaset.

Maria Novella Oppo

Grazie alla sua inattualità la Cinquetti si è salvata dal caravanserraglio del «come eravamo»

## Gigliola, non bastano 50 anni per avere l'età

FULVIO ABBATE

Sugli altari assai precari della nostra cultura nazionale tenuta fin qui assieme dal nastro adesivo delle canzonette, delle canzoncine e di qualche, diciamo indimenticabile, eppure minuscolo inno stagionale nato dalle parti di Sanremo o del Disco per l'estate, Gigliola Cinquetti c'è. Da tempo è lì presente. La discreta e molto molto compita folla dei suoi fedeli si cura intanto di coltivarla il culto senza comunque mai esagerare nelle manifestazioni di tripudio. Magari proprio in silenzio, magari sottovoce, sicuramente rammentandola nelle litane garbate del ricordo. Ed è giusto così. E lo stesso personaggio a imporre un sentimento simile, quello della moderazione che significa innanzitutto buone maniere, nessuno strappo alle convenzioni del dominio corrente. Ma sì: non è forse Gigliola Cinquetti una sorta di quasi-beata della nostra musica leggera? Noi pensiamo di sì. Onestamente, riteniamo che ci sia qualcosa dell'azzurro mariano nel perso-

naggio che, nel tempo, lei è riuscita a ritagliarsi addosso come fosse un dato interiore. Fin dall'inizio, gli esordi, già dalle prime note di quel suo paradigmatico «Non ho l'età». Beata sì, ma, intendiamoci, comunque roba da Vangeli apocrifi, minacciati dal rischio di essere smentiti da un momento all'altro dai veri custodi dell'ortodossia religiosa. Addirittura, sembra quasi che le piccole e grandi piogge della storia che dal '64, l'anno del suo primo successo per antonomasia, si sono abbattute sulla nostra Terra non abbiano comunque gualcato più di tanto il suo sobrio tailleur da timorata debuttante in società. Poco importa che lei, proprio alla pioggia, alla «pioggia che non bagna il nostro amore» abbia dedicato, nel '69, un altro dei suoi motivi più noti.

Quali saranno allora i pensieri del suo popolo, dei suoi accorati e affezionati amici in questo venti di dicembre? Oggi che la Cinquetti compie cinquanta anni: Gigliola è nata a Verona nel 1947. Qualche

idea in proposito ce l'abbiamo. Sappiamo che costoro, tutti assieme, ognuno da casa propria, rimetteranno in moto sul giradischi della memoria che non dà fruscio tutti i suoi successi, da «Non ho l'età» a «Dio come ti amo», senza dimenticare «Romantico blues», «Caro bebè» e forse neppure «Giuseppe in Pennsylvania». Proprio così, li riscorderanno in silenzio, come in un ideale alzabandiera dedicato proprio al sentimento dell'immutabile.

Andrà sicuramente così, potrei giurarci. Colpa di un sortilegio mediatico che ha congelato l'immagine della Cinquetti a quelle sue prime ore sanremesi. Come se di lei, nell'immaginario collettivo, non fosse rimasto che il ricordo di un antico spezzone televisivo che ce la mostra in bianco e nero, immobile, soltanto le labbra che si muovono a porgere le note, un dagherrotip della canzone del dopoguerra pre-rivoluzionario, insomma.

Un'irrepressibile figlia di famiglia che canta da un punto impreciso

## Gli impegni di Raitre Minoli: «La rete è fatta in casa» Arriva un film sulla Madonna

ROMA. La televisione pubblica siamo noi. Giovanni Minoli, direttore di Raitre, rivendica per sé e per la sua rete il ruolo di Re Sole del palinsesto. E i dati che sciorina, nel corso del tradizionale incontro di fine anno, confermano la vocazione di servizio, culturale e di approfondimento di quella che, nella riforma, dovrebbe diventare la rete senza pubblicità della Rai. Insomma, se la prospettiva è questa, meglio attrezzarsi e cominciare ad allenarsi per essere pronti all'appuntamento. «I dati Auditel parlano chiaro. La Rai ha dedicato il 67 per cento della programmazione a trasmissioni di servizio pubblico. Ma quello che non tutti sanno - dice Minoli - è che il 70 per cento di questo servizio pubblico va in onda su Raitre che già sostanzialmente produce tutto quello che trasmette e che già assomiglia molto a quella che diventerà con molte probabilità la sua missione. Una scelta per rendere saldo il rapporto con il telespettatore-cittadino che è ben diverso dallo spettatore-consumatore».

In attesa, allora, della legge che dovrà disegnare le reti del futuro, Giovanni Minoli la sua idea di quello che deve essere servizio pubblico l'ha, dunque, ben chiara. E per quello fin qui realizzato, anche premiata dagli ascolti. «Chiudiamo l'anno con l'obiettivo del 9,5 per cento di share, affidatici dal Cda, pienamente centrato e con risultati ottimi nel day time dove raggiungiamo il dodici per cento». Soddisfazione per niente simulata anche per gli ascolti raggiunti da programmi «difficili», ma comunque portati in prima serata come quelli sulla storia, la medicina e l'economia. «Mastricht Italia è un programma europeo, non sull'Europa» rivendica Minoli.

E, a proposito di programmi, doverosa un'anticipazione di quelli delle feste ormai prossime. La gran parte all'insegna dell'auto-produzione che è un po' il pallino fisso del direttore, tant'è che «a partire da gennaio il 95 per cento del palinsesto di Raitre sarà di produzione propria con cinque o sei ore a settimana occupate da programmi ideati e realizzati dalla rete e con fiction e cinema d'acquisto praticamente assenti». L'appuntamento clou della sera della vigilia sarà *Myriam*, una fiction scritta da Vittorio Messori e diretta da Vittorio Neva-no. Dall'incontro di due artisti, uno di dichiarata fede cattolica, l'altro laico è nato a tempo di record (solo nove giorni) un film per la tv ambientato in un luogo imprecisato del mondo che potrebbe anche essere Betlemme, lacerato da una guerra fratricida, in cui alcuni giornalisti si rifugiano in una grotta ed a cui si presenta una fanciulla, in jeans e maglietta, che dice di essere Maria. Ne nasce una sorta di conferenza stampa della Madonna a tutto campo, tra credenti e laici. «Un film politicamente scorretto, tutt'altro che buonista - dice Minoli - che non metterà tutti d'accordo». Ma sarà lo spunto per un dibattito in studio, condotto da Lorenza Foschini cui parteciperanno o saranno collegati esponenti delle due «fedi»: credenti e non credenti. Dallo stesso Messori ai cardinali Biffi e Tonini, da Irene Pivetti al figlio di Rabin con tanti altri. «Un confronto a tutto campo - spiega Foschini - con nella memoria una frase che io trovo bellissima e cioè che Dio è niente, altro che il senso della vita». Il giorno dopo la grande musica con il concerto da Vienna di Plácido Domingo, Riccardo Cocciante, Helmut Lotti e Sarah Brightman. E poi la festa da San Patrignano con Renato Zero, uno speciale sul tango, il ritorno di Renzo Arbore per una serata su Elvis Presley che è l'assaggio di un impegno più complessivo dell'artista per il '98. Ma ci sarà anche «Balla coi lupi». A Capodanno arriva il grande rock. E per il prossimo anno? Ce n'è per tutti gusti. Garantito.