

Il 22 maggio esce in Italia l'atteso seguito dei «Blues Brothers» senza John Belushi. In America non è andato bene: piacerà da noi?

ROMA. Non è vero che ha chiesto un'udienza dal Papa, ma se Wojtyła accettasse di riceverlo in San Pietro sarebbe onorato. «Sono pronto a tutto, anche a fargli da chauffeur e portarlo in giro per Roma. Sapete, ho un buon rapporto con la religione, specialmente con quel signore che sta lassù nei cieli. Io lo chiamo l'Ingegnere Cosmico». Scherza Dan Aykroyd, fratello Blues nonché cattolico «abbastanza» osservante (da ragazzo ha studiato al seminario Pio X di Ottawa). In Italia per promuovere *Blues Brothers. Il mito continua*, che esce nelle sale il 22 dopo l'anteprima del 16 a Cannes, il 48enne attore canadese non fa il divo. Domenica pomeriggio ha anche cantato su Raitre *Everybody Needs Somebody* in trio con Orietta Berti e Paolo Brosio: la performance non era granché, ma lui è stato disciplinatamente al gioco. Sa che l'Italia potrebbe essere una buona piazza per il film, accolto malamente in patria. Tredici milioni di dollari il primo week-end e poi un rapido oblio. «È vero, non è andato come ci aspettavamo. *Titanic* ha messo tutti ko. Ma qualcosa non ha funzionato sin dall'inizio», ammette l'attore-cantante. «Il pubblico dei quarantenni non ha risposto, quello dei ventenni ancora meno. In compenso abbiamo venduto già 800mila copie del disco».

Lobbia nera, abito, camicia e cravatta in tinta, occhiali perennemente inforcati, Aykroyd non ha però l'aria affilata. Nel frattempo ha girato un altro film con Landis, una storia a basso budget dove interpreta un motociclista omicida pieno di tatuaggi (si chiama *Susan's Plans*), e sta lavorando con Harold Ramis alla sceneggiatura del terzo episodio di *Ghostbusters*. Sul piano degli affari, poi, la catena di ristoranti e nightclub che gestisce insieme a James Belushi - la House of Blues - marcia a gonfie vele. Per reintrodurre diciotto anni dopo la divisa funerea di Elwood Blues, l'attore ha dovuto sottoporsi a una rigida dieta dimagrante, i cui effetti sembrano già un ricordo: sullo schermo mangia solo pane tostato, ma nella vita è di sicuro una buona forchetta. Il che lo rende ancora più simpatico.

Nel nuovo film, Aykroyd rimette insieme la banda che l'altra volta era in missione per conto di Dio e ora invece si ritrova giù in Louisiana alla corte di Queen Moussette per una sfida musicale all'ultimo blues. Ma senza Belushi come si fa? Ecco allora tre nuovi fratelli Blues: il piccolo Buster (J. Evans Bonifanti), il gigantesco Mighty Mac (John Goodman) e il nero Cab (Joe Mor-



Dan Aykroyd in posa per i fotografi a Roma. Sotto l'attore (il primo a sinistra) in «Blues Brothers. Il mito continua» di Landis

L'uomo in Blues

Dan Aykroyd rifà Elwood: «Ma che fatica dimagrire»

ton). Il risultato - se n'è già parlato sull'*Unità* dello scorso 8 marzo - è un film ribollente di bei numeri musicali che pantografa l'originale, aggiornando personaggi e situazioni, ma senza più possedere la strafottente, contagiosa, anarchica vitalità.

Signor Aykroyd, «The Blues Brothers» è un film di culto, amatissimo. Era proprio necessario farne un seguito?

«Bah, ci abbiamo ragionato a lungo... Diciotto anni. Ci piaceva l'idea di ricattare quell'atmosfera. E poi, ho sempre pensato che i Blues Brothers dovessero essere più di due. Ma devo confessare che all'inizio

avevo paura. Primo, perché dovevo perdere un sacco di chili. Secondo, perché non c'era più John. Terzo, perché era una bella commessa ritirare fuori la divisa e suonare di nuovo con la band».

Non doveva esserci anche James Belushi, fratello di John?

«Ha toccato un punto dolente. James aveva accettato, la parte interpretata da Joe Morton era scritta per lui. Ma all'ultimo momento non se ne fece niente. Mi disse che era sotto contratto per uno show televisivo, che non poteva staccarsi, che le riprese duravano troppo, eccetera eccetera. Mi dispiace, perché canta benissimo ed era la persona giusta. Tra

l'altro, quello show televisivo nemmeno è fatto».

Lemana John Belushi?

«Ogni giorno sul set avevo il cuore pieno di tristezza. Avevo voluto averlo vicino, chiedergli consiglio. Ancora oggi quando penso a lui non riesco a non ridere: era davvero un tipo divertente».

Come definirebbe «Blues Brothers. Il mito continua»: un seguito o un remake?

«Diciamo che abbiamo cercato di soddisfare i nostalgici del vecchio film e di conquistare nuovi fans. Ai primi è dedicata, ad esempio, la scena con Matt Murphy e Aretha Franklin che ora gestiscono una conces-

sionaria della Mercedes. Usciti dal settore della ristorazione, non se la passano poi così male... Ai secondi la presenza di cantanti giovani come Erykah Badu o Johnny Lang. Artisti in gamba, che fanno la nostra stessa musica».

È vero che Ray Charles non ha partecipato perché chiedeva troppi soldi?

«A dire il vero non siamo nemmeno riusciti a parlare con il suo agente. Abbiamo mandato vari fax, ma non ci hanno mai risposto».

E i Rolling Stones? Si racconta che per la jam-session finale avete invitato Mick Jagger, Keith Richards e Ron Wood...

«Erano troppo occupati per le prove della loro tournée. Anche senza di loro, però, abbiamo messo insieme un bel gruppo, no?» (Nella Louisiana Gator Boys ci sono Clapton, B.B. King, Doctor John, Winwood, Jimmie Vaughn, Charlie Musselwhite... ndr).

Ascolta mai musica classica?

«Sì, vado pazzo per l'opera: adoro Puccini e Rossini. Poi mi piace Verdi e Mozart, e naturalmente Ravel. Wagner, invece, lo ascolto preferibilmente quando attraverso in macchina le Montagne Rocciose».

Sempre interessato ai fenomeni paranormali?

«Più che mai. Conduco da tre anni una trasmissione televisiva sull'argomento, sono un membro dell'American Society for Physical Research e sono abbonato al *Mifon*, il catalogo più documentato sull'argomento. Ufo, fantasmi, alieni, stimate e levitazioni sono il mio pane quotidiano. Ne sapete qualcosa voi con Padre Pio?».

Gli occhiali non li toglie mai?

«Raramente. Vista da dietro questelenti, la vita è molto più tranquilla e cool. Anche se, lo riconosco, un po' troppo verdina».

Michele Anselmi

In onda stasera il sonoro del film E «Hollywood Party» lo manda su Radiouno

ROMA. Un film tutto da vedere, anzi da sentire. Dopo *Full Monty*, la trasmissione radiofonica di Radiotre *Hollywood Party* fa il bis con *Blues Brothers. Il mito continua*. Stasera, a partire dalle 20,42 fino alle 22,50, chi si sintonizza su Radiouno potrà infatti gustare in anteprima il sonoro (parole, rumori e musica) del film di John Landis che diciotto anni dopo riporta sullo schermo le avventure della scalcinata Blues Band di Chicago. «Il primo esperimento è andato bene, speriamo di fare centro un'altra volta. L'idea è un po' quella di mandare un film alla radio usandolo per le sue potenzialità... radiofoniche», spiega il critico Alberto Crespi, che dagli studi di Via Asiago, insieme a Roberto Silvestri, Elio Pandolfi, Matteo Spinola e Maurizio Di Rienzo, condurrà la puntata di questa sera (in cabina di regia Silvia Toso). In effetti, il film si presta volentieri: sia per la quantità di canzoni, in bilico tra blues, funky e rhythm and blues, eseguite da big del calibro di Wilson Pickett, James Brown, Aretha Franklin, Erykah Badu; sia per la qualità burlesca e ridanciana dei dialoghi doppiati in italiano (i fans deprimi «Blues Brothers» riconosceranno la voce di Piero Tiberi-Dan Aykroyd).

Ma non si pensi ad una messa in onda «meccanica». I conduttori interverranno volentieri nel tessuto sonoro per fornire dettagli sulla trama laddove non fosse chiara, allargare il discorso musicale e scherzarci sopra. Sono già stati registrati contributi di Landis e di Aykroyd, mentre B.B. King e Ligabue parteciperanno in diretta alla trasmissione insieme ai doppiatori e ad altri ospiti. [M.An.]



Su Internet curiosità per tutti i fan

Mito «granitico» quello del *Blues Brothers*. Da quando il primo film uscì nelle sale, nel 1980 (ma in Usa già da due anni prima, da quella faticosa sera del 22 aprile 1978 in cui i due «fratelli Blues» apparvero nella trasmissione tv «Saturday's Night Live»), John Belushi e Dan Aykroyd sono diventati «oggetti di culto», così come le musiche del film, le battute e, soprattutto, il look che ha raggiunto un vero e proprio status di moda. Per valutare la portata di un mito, comunque, niente di meglio che dare un'occhiata ai siti Internet ad esso dedicati. Per John e Dan sono decine e decine. Per ottenere il maggior numero di link possibili potete entrare in www.geocities.com/SunsetStrip/Towers/1763/main.html. Se siete interessati solo al nuovo film (in uscita in Italia), c'è il sito ufficiale www.bluesbrothers-2000.com e se volete inviare una cartolina con un'immagine del film www.123greetings.com/movies/bluesbrothers2000.

SERATA CARTOON

Il critico-deputato doppia con Bonolis una puntata

Versacci e Sgarbi in casa Simpson

Speciale su Italia1 con i personaggi di Matt Groening. E in Usa le voci di Liz Taylor e Michael Jackson.

ROMA. Vittorio Sgarbi e Paolo Bonolis, per una volta, prestano la loro voce al cartoon meno politicamente correct degli anni Novanta: *I Simpson*. L'appuntamento è per questa sera con una puntata speciale della serie cult disegnata da Matt Groening, in onda su Italia 1 alle 20,45, nella quale Bonolis doppiierà Lionel Hutz, uno «scafato» agente immobiliare, mentre Sgarbi sarà un arrogante gioiastro che irrompe all'improvviso in casa dei cinque mostriacchi dagli occhi a palla.

Celebri ormai in tutto il mondo, *I Simpson* sono abituati da anni a queste «incursioni» da parte di personaggi del mondo dello spettacolo. Negli Usa hanno offerto le loro voci ai cinque itterici cartoni, star come Michael Jackson, Liz Taylor, Dustin Hoffman, gli U 2. Mentre qui da noi lo hanno già fatto Valeria Marini, Leo Gullotta e Sandra Mondaini. Ma non solo. A casa *Simpson*, infatti, oltre alle voci celebri, sono

entrate anche numerose guest-star in «carta ed ossa»: da George Harrison a Paul McCartney, da Sting a Meryl Streep. E ultimi della serie, anche gli agenti Mulder e Scully di *X-Files*, visti di recente anche in Italia.

I nomi degli ospiti di casa *Simpson*, insomma, parlano chiaro, rivelando il successo gigantesco che questo cartone ha riscosso via via in tutto il mondo. Nonostante, in principio, si sia tirato dietro l'ira dei pensanti pronti ad accusare *I Simpson* di diffondere modelli «deleterii». Soprattutto nei confronti dell'universo giovanile, rappresentato dal primogenito Burt, falso, imbroglione, egoista e sempre pronto a dare il peggio di sé. Ora, però, Burt Simpson è tra i volti più rappresentati sulle magliette dei teenager. La serie è diventata un cult e della «pericolosità» dei *Simpson* nessuno parla più.

«L'equivoco sulla presunta volgarità della serie di Groening - di-

ce Luca Raffaelli, giornalista esperto di cinema di animazione - nasce dalla consuetudine disneyana che vuole una rappresentazione della realtà idealizzata. Nei *Simpson*, invece, quello che appare è la realtà di tutti i giorni: il consumismo sfrenato, l'ossessione di far parte delle persone conosciute, la teledipendenza... Le ossessioni, insomma, che vivono le famiglie medie americane. E sulle quali gli stessi personaggi esercitano una satira feroce, offrendo continui spunti per farsi prendere in giro». Eppure quando sono arrivati in Italia, agli inizi del '90, c'è stata più di una levata di scudi. «È vero - prosegue Raffaelli - la cosa che ha fatto più scalpore erano i «rutti». E già, a casa *Simpson* i personaggi bevono la birra e poi ruttano... forse è una cosa dell'altro mondo? No, è la pura normalità. Ma è proprio la rappresentazione della normalità, della mediocrità, delle frustrazioni, delle invidie e dei li-

tigi quotidiani che in un cartone «disturbano». Però è in questo la loro grandezza». Nell'aver stravolto i crismi dell'«american way of life», così come ha fatto *La famiglia Adams*. Infatti, ai *Simpson* hanno dedicato le loro copertine riviste come *Newsweek*, *Rolling Stone*, *The Face*. E nel corso del tempo si sono aggiudicati montagne di premi (10 Emmy Awards, 7 Annie Awards, 3 Genesis Awards ecc).

Ora, per tutti gli appassionati, anche da noi arriveranno i fumetti dei *Simpson*, in edicola da metà maggio, editi da Macchia Nera e a cura di Francesco Artibani e Luca Raffaelli. Mentre su Ita-



La famiglia Simpson al completo

lia 1 l'appuntamento quotidiano con la famiglia di Springfield raddoppierà: dal prossimo 19 maggio oltre alla puntata delle 14.00 ne seguirà un'altra alle 19.00, dal lunedì al venerdì.

Gabriella Gallozzi

		Tariffe di abbonamento			
Italia	Annuale	Semestrale	5 numeri	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 480.000	L. 250.000	L. 380.000	L. 200.000	
6 numeri	L. 430.000	L. 230.000	Domestica	L. 83.000	L. 42.000
		Estero			
		Annuale		Semestrale	
		L. 850.000		L. 420.000	
		L. 700.000		L. 360.000	

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269274 intestato a S.O.D.P. «ANGELO PATUZZI» s.p.a. Via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)

Tariffe pubblicitarie	
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle	L. 590.000 - Sabato e festivi L. 730.000
Ferialle	
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.650.000
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.300.000
Manchete di test. 1° fasc. L. 4.000.000	Manchete di test. 2° fasc. L. 2.880.000
Redazionali: Feriali L. 995.000 - Festivi L. 1.100.000	Finanz.-Legali.-Concess.-Appalti: Feriali L. 870.000; Festivi L. 950.000
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200	

Concessionaria per la pubblicità nazionale P.K. PUBBLICOMPASS S.p.A.
 Direzione Generale: Milano 20124 - Via Gesù Carducci, 29 - Tel. 02/864701

Area di Vendita

Milano: via Gesù Carducci, 29 - Tel. 02/2424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Ceccani, 114 - Tel. 010/540184 - 5-6-7-8 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze: via Don Minzioni, 46 - Tel. 055/561192 - 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 Lancola, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/382520

Pubblicità locale: P.E.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.
 Sede Legale: 20123 MILANO - Via Tuscolana, 56 bis - Tel. 02/7000302 - Telefax 02/7000941
 Direzione Generale e Operativa: 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/6716911 - Telefax 02/67169750
 00192 ROMA - Via Boezio, 6 - Tel. 06/3578781 - 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/67169711
 40121 BOLOGNA - Via Caracciolo, 81 - Tel. 051/252323 - 50129 FIRENZE - Via Don Minzioni, 48 - Tel. 055/578498/561277

Stampa in fac-simile: Se. Re. Roma - Via Carlo Pesenti 130
 PPM Industria Poligrafica, Paderno Dugnano (MI) - S. Stale del Giovi, 137
 STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35
 Distribuzione: S.O.D.P., 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

l'Unità

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