

Home video ♦ 8 marzo

Tutte le donne dei registi

BRUNO VECCHI

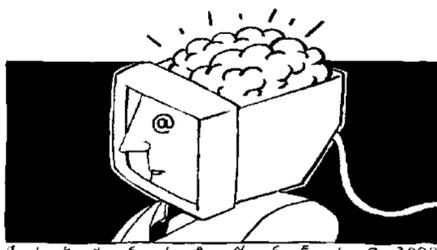
Ritratti di signore. Come, al singolare, il film di Jane Campion (ElleU). Come quello di Rosalba, che Silvio Soldini regala nel suo ultimo bel film «Pane e tulipani» (è uscito venerdì). Come meglio di chiunque seppe fare George Cukor: «Donne» (Mgm Home Entertainment) con Joan Crawford e Rosalind Russell. Perché quasi sempre sono stati gli uomini a metterle in scena. Per esorcizzare i sensi di colpa? Macché, solo perché anche l'industria del cinema, salvo rare eccezioni, parla al ma-

schile.

Dolcemente complicate (canzone di Fiorella Mannoia, testo di Enrico Ruggeri, a dimostrazione di quanto si diceva prima), realizzate o in fase di studio, le donne che vediamo al cinema somigliano veramente a quelle della porta accanto? Negli aspetti migliori la risposta non può che essere affermativa. Nel bene, un certo cinema è specchio di una vita che non imita la tv. Ed è lì che muoveremo i passi, in questo giorno che anticipa di poche ore l'8 marzo. Ma dalla celebrazione di una festa diventata puro business ci allontaniamo subito, per cercare nell'altra metà del cielo (osservata dal cinema)

la ragione dell'essere o dell'incapacità di esserci di questa metà del cielo, che è il luogo deputato alla sopravvivenza anche di chi scrive.

Ed eccole, in alcuni passaggi, le donne immaginate sul grande schermo: disilluse e un po' deluse come la protagonista di «Tutto sua mia madre» di Almodóvar (Cecchi Gori Home Video), sognatrici e ribelli («La signora della porta accanto» di Truffaut, ElleU), speranzose di avere una risposta ai propri perché («Segreti e bugie» di Mike Leigh, Mondadori Video); in cerca di speranze e certezze («La vita sognata degli angeli» di Eric Zona, Medusa Video), innamorate

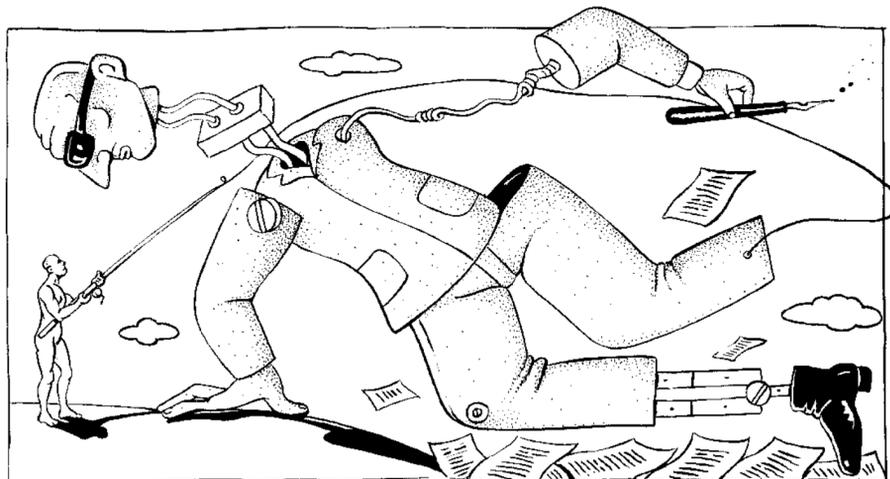


«Heartburn-Affari di cuore» di Mike Nichols, Cic Video), tradite («Sliding Doors», Medusa Video), sull'orlo del precipizio («Donne sull'orlo di una crisi di nervi», Columbia Home Video), sconfitte e umiliate («Poor Cow» di Ken Loach, Multivision, fuori catalogo), solita-

rie («Io ballo da sola», Cecchi Gori Home Video). Forse questo elenco, viene il sospetto, è solo come gli uomini le vedono, al cinema. Senza essere capaci di capirle, nella vita. Chissà, anche riversato in home video, il dubbio resta. E non c'è casetta che possa dare una risposta.

Mediamente

di Jaime D'Alessandro



Tutti i disegni originali di questo numero di «Media» sono di Michelangelo Pace

Iperveloci e sofisticati Così i giganti dell'industria gareggiano con i processori

Non resta altro che attendere l'uscita del primo microchip biologico da inserire direttamente nel cervello, vista la velocità con la quale si stanno evolvendo i processori per computer. La AMD (Advanced Micro Devices) ha infatti recentemente annunciato che in breve sarà pronto il nuovo Athlon a 1.1 GHz, mentre sul mercato è già disponibile l'Athlon a 850 MHz. Il prototipo del microprocessore a 1.1 GHz è stato presentato al Milia 2000, fiera della tecnologia che si tiene

a Cannes, e ovviamente ha attirato l'attenzione di molti addetti ai lavori.

Tutto ciò è il risultato di una competizione sfrenata fra la Intel e la AMD: una guerra combattuta a colpi di frequenze per arrivare per primi a costruire il processore più veloce del mondo. La Intel non è da meno e dato che la AMD sta insidiando il suo impero, fra poco sarà disponibile anche la versione a 850 MHz del Pentium III. Il terzo in comando, la Motorola, ha stretto intanto una serie di accordi con

la AMD per non restare completamente esclusa dal gioco. I suoi processori Power PC vengono montati sui computer Apple che sono in forte ripresa dopo la crisi dei primi anni Novanta, ma rappresentano comunque una fetta marginale del mercato rispetto al mondo dei PC. Così Hector de J. Ruiz, ex dirigente della Motorola, ha recentemente preso la guida della AMD sostituendo Jerry Sanders, il fondatore della Advanced Micro Devices. Che le cose stiano cambiando lo dimostra anche la raf-

fica di annunci sui nuovi microprocessori ancora in fase di sperimentazione. In pratica fino a poco tempo fa si annunciava l'uscita sul mercato di un determinato modello, mentre oggi si annuncia ciò che nei negozi arriverà dopo mesi.

Se continuano di questo passo i comunicati stampa della Intel e della AMD finiranno per essere dei brevi racconti di fantascienza. In realtà questa corsa verso prestazioni alla Star Trek non riguardasolo i processori ma tutto il mondo dell'hardware. Le schede grafiche ad esempio, grazie al boom dei videogiochi, si sono evolute con altrettanta rapidità. La legge di Moore, secondo la quale ogni anno mezzo le prestazioni dei computer raddoppiano, sembra che stia per essere superata. L'ultimo grido in fatto di chip grafici si chiama GeForce 256 della nVidia. Viene montato su molte schede fra le quali le più

veloci sono quelle che utilizzano la memoria DDR (Double Data Rate) capace di sfruttare entrambi i fronti del clock del segnale raddoppiando di fatto la velocità. Oggi la più potente in circolazione sembra essere la Guillemont 3D Prophet DDR-DVI che precede di poco la Creative Annihilator Pro. Ad entrambi i produttori vanno fatti i complimenti per aver scelto dei nomi così sobri. Comunque, fra profeti e annuncianti vari, va detto che si tratta di schede stupefacenti soprattutto per quanto riguarda i videogame.

Nel mondo del software invece regna la calma più assoluta, eccezion fatta per l'ascesa di Linux che sta conquistando sempre più utenti. Microsoft ha da poco lanciato Windows 2000, evoluzione di Windows NT4.0, e a Natale arriverà Windows Millennium (un altro nome discreto) per coloro che adoperano Windows 98, mentre la Apple è sempre impegnata con il MacOS per i suoi coloratissimi computer «tecnoraspanti» adatti più ad una sfilata di moda che a restare dentro casa. Ad ogni modo in questo campo della velocità con la quale si evolve l'hardware non c'è traccia e le prestazioni non migliorano in modo così sensibile. C'è chi pensa che sia il semi monopolio Microsoft ad aver rallentato l'intero settore. In attesa dei nuovi antagonisti di Bill Gates, l'utente si può consolare acquistando un PC che assomiglia più ad un astronave che a un computer da casa, con il suo bel processore a 850MHz, 192Mbyte di memoria, una devastante scheda grafica che ruggisce tanto è potente e ammiccanti vari come il DVD per il dolby digital. E pensare che Neil Armstrong, Michael Collins e Edwin Aldrin nel 1969 viaggiarono su una nave, la Columbia, guidata da un computer con 112k di memoria. Praticamente hanno raggiunto la Luna grazie alla potenza di calcolo di un cellulare.

Einaudi Saggistica



Marie-France Hirigoyen
Molestie morali
La violenza perversa nella famiglia e nel lavoro
Traduzione di Monica Guerra
Grandi Tascabili Einaudi,
pp. xvii-260, L. 24.000

Melissa Müller
Anne Frank
Una biografia
Traduzione di Palma Scovi
Gli struzzi, pp. xii-376,
con 14 illustrazioni nel testo,
L. 32.000

Mario Iazio
Passato e futuro delle città
Processo all'architettura contemporanea
Einaudi contemporanea,
pp. xiv-214, L. 24.000



Ernesto Sabato
Prima della fine
Racconto di un secolo
Traduzione di Paola Tomasiello
Gli struzzi, pp. 160, L. 19.000



Andrea Carandini
Giornale di scavo
Pensieri sparsi di un archeologo
Saggi, pp. 230, L. 30.000

Bernard Williams
La moralità
Un'introduzione all'etica
Traduzione di Massimo Reichlin
Piccola Biblioteca Einaudi,
pp. xvii-98, L. 20.000

Christian Meier
L'arte politica della tragedia greca
Traduzione di Daniela Zuffellato
Piccola Biblioteca Einaudi,
pp. vi-296, L. 32.000

Giovanni Tabacco
Le ideologie politiche del medioevo
Piccola Biblioteca Einaudi,
pp. 110, L. 22.000

Pascal Engel
Filosofia e psicologia
Traduzione di Elisa Pagani
Piccola Biblioteca Einaudi,
pp. vi-332, L. 34.000

Storia d'Italia.
Le regioni dall'Unità a oggi XV. Abruzzo
A cura di Massimo Costantini e Cosimino Felice
Grandi Opere, pp. xx-1150
con 32 illustrazioni fuori testo,
L. 150.000

Edoardo Boncinelli
e Umberto Galimberti
con Giovanni Maria Pace
E ora?
La dimensione umana e le sfide della scienza
Einaudi contemporanea,
pp. 166, L. 20.000



Alberto Banti
La nazione del Risorgimento
Parentela, sanità e onore alle origini dell'Italia unita
Biblioteca di cultura storica,
pp. xii-214, L. 36.000

Giorgio Ruffolo
Cuori e denari
Docili grandi economisti raccontati a un profano
Saggi, pp. x-342, L. 34.000

Carozzi, Perani, Campanini,
Luzatto Voghera,
Nissim, Picciotto Fargion,
Fschenzani, Stefani,
Hazan, Reinach Sabbadini
La cultura ebraica
A cura di Patricia Reinach Sabbadini
Gli struzzi, pp. xiv-530, L. 35.000

Ignacio Matte Blanco
L'inconscio come insieme infinito
Saggio sulla bi-logica
Nuova edizione a cura di Pietro Bria
Prefazione di Remo Bodei
Biblioteca Einaudi, pp. 380,
L. 52.000

Peter Häberle
Diritto e verità
Nota sull'autore di Gustavo Zagrebelsky
Traduzione di Fabio Fiore
Einaudi contemporanea,
pp. xxi-120, L. 20.000



Michel Gras,
Pierre Rouillard,
Javier Teixidor
L'universo fisico
Traduzione di Piero Alerio
Einaudi Tascabili, Saggi,
pp. xii-346, L. 20.000

Krishan Kumar
Le nuove teorie del mondo contemporaneo
Dalla società post-industriale alla società post-moderna
Traduzione di Paola Palmieriello
Piccola Biblioteca Einaudi,
pp. xii-330, L. 34.000



Letteratura italiana
Dizionario delle Opere
Diretto da Alberto Asor Rosa
Volume II. M-Z
Grandi Opere, pp. xvii-772, L. 150.000

Reclame ♦

Gli Stanlio e Ollio della pubblicità? Sono un trio

MARIA NOVELLA OPPO

Credevano di essere al bagno turco, invece si sono trovati nel Paradiso Lavazza. Stiamo parlando evidentemente di Paolo Bonolis e Luca Laurenti, che già da settimane avevano cominciato ad aggirarsi per i nostri piccoli schermi fasciati nei loro asciugamani da anime lavate. E che fine ha fatto, intanto, l'anima maliziosa di Tullio Solenghi? Perché è stato sostituito proprio mentre si stava dando da fare con la cuoca alata di San Pietro? Possibile che neppure lassù si possa stare tranquilli? I creativi dell'agenzia Armando Testa (Mauro Mortaroli ed Erminio Perocco) sono saltati sui nuovi testimonial, che attualmente sono anche conduttori di *Striscialanotizia*, il programma più visto della tv. Forse avevano esaurito la vena

delle possibili avventure da far vivere a Solenghi (in Paradiso oltre ai cattivi pensieri non si può andare), oppure magari avranno in testa di far confluire i due filoni celestiali in una sorta di *reddo rationem* finale? Il segreto sui serial pubblicitari è totale. Mica come succede nella fiction televisiva, che si svela puntualmente sui rotocalchi. L'anima dei creativi non è in vendita. È già molto ben pagata.

Il regista Daniele Luchetti ha messo a disposizione del nuovo spot Lavazza la sua sperimentata leggerezza di tocco, la casa di produzione Filmaster i suoi nuvolosi effetti speciali, l'attrice Natasha Wenger la sua bellezza angelicata. Gli sceneggiatori hanno applicato ai due protagonisti le risorse di un dialogo adattato allo schema dei ruoli esistenti: dominante e urlato quello di Bonolis, cincischiato e succube

quello di Luca Laurenti. Non sono i nuovi Stanlio e Ollio, purtroppo, ma due replicanti televisivi di se stessi, onnipresenti e tendenti all'autolesionismo per eccesso di esposizione. Scegliendoli, il serial Lavazza ha in qualche modo abdicato in favore della tv esistente, mentre con Solenghi aveva creato un mondo a parte, capace di suggestionare la normale programmazione e di rifillarle tormentoni e suggerimenti.

Staremo a vedere il seguito, ma finora i testimonial sovranano i pubblicitari. I quali sembrano addirittura confessare la loro afasia creativa attraverso l'espedito della battuta ripetuta («Posso offrirvi il caffè?»). La situazione però può evolvere nella rivelazione che il paradiso della pubblicità è falso. Non a caso contemporaneamente un altro caffè (Segafredo) è tornato con Arbore

all'inferno per consolare le anime dei dannati.

Diverso il caso degli spot Yomo interpretati da Aldo, Giovanni e Giacomo. Fin dall'inizio della lunga campagna i film sono stati costruiti addosso alle risorse comiche del famoso trio (Aldo Ballio, Giovanni Storti e Giacomo Porretti). Anzi, un intero mondo di oggetti è stato costruito a misura dei tre grandi bambini, ma pur nella metamorfosi spazio-temporale, al povero Aldo è toccato sempre il ruolo di vittima designata dei due «lombardi». Nella metafora antileghista i nordisti sono naturalmente coalizzati contro l'ingenuo «terrone». Giovanni e Giacomo nella scena finale si pappano sempre l'ambito yogurt. Il vasetto rubato stavolta si chiama «Gusto agrumi di Sicilia» e suscita in Aldo sensazioni di travolgente «saudade». Ma i due cattivi travestiti

da orsetti non concedono tregua. Ed è ancora guerra all'ultimo Yomo.

E indovinate un po' chi sono i direttori creativi della campagna? Ma sempre loro, Mauro Mortaroli ed Erminio Perocco, i Crik e Crok della pubblicità italiana e dell'agenzia Armando Testa, che stavolta si sono rivolti alla casa di produzione Arte Film e alla regia di Alessandro Cappelletti.

Importante anche il ruolo dello scenografo Maurizio Marchitelli che, per ottenere l'effetto-bambino, ha ingigantito gli oggetti, creando attraverso la sproporzione un nuovo sistema di misure mostruosamente iperrealistico. Non è una novità, ma una esperta ed esplicita citazione. Il metodo fu già sfruttato dal cinema per Stanlio e Ollio, perenne infanzia del Novecento che speriamo non ci abbandoni anche nel terzo millennio.

