



Venerdì 14 aprile 2000

20

GLI SPETTACOLI

L'Unità

BRUNO VECCHI

UDINE Il 38esimo parallelo non è una linea tracciata sulla cartina geografica. È un muro, eretto dalla Storia quasi 50 anni fa, che interrompe le comunicazioni e divide il mondo in due: da una parte il comunismo di Kim Jong Il, dall'altra il capitalismo del primo ministro Kim Dae Jung che punta ad una crescita del 6% del Pil. Nel mezzo c'è l'incontro dei due leader sul campo neutro di Tokio di pochi giorni fa. E la speranza che le relazioni diplomatiche tra i due lati della medaglia vengano riallacciate.

«L'idea di riunificazione è molto forte tra le genti», spiega Hanna Lee, della Korean Film Commission (Corea del Sud, per il Nord non era presente una delegazione, ndr). «Dopo la seconda guerra mondiale, dopo i 35 anni



Qui accanto una scena di «Shiri» di Jacky Kang presentato al festival di Udine

di dominazione giapponese, la divisione del paese del 1953 ha eliminato l'identità nazionale. Con il tempo le differenze tra Nord e Sud sono aumentate. I colloqui di Tokio, però, fanno ben

spere per il futuro». Ma il 38esimo parallelo, e anche i suoi drammi personali, è anche un luogo del cinema. Evocato in sottofondo come un fantasma del passato e del presente da alcuni

Corea, cinema diviso in due

A Udine i film del paese asiatico. Ma c'era solo il Sud

dei film della Corea del Sud presenti al Far East Film, la rassegna di cinema asiatico di Udine. Ad esempio, *Shiri* di Jacky Kang, campione d'incassi a Seul (dove ha strapazzato *Titanic*), un thriller addezzato con adrenalina pura, che racconta del tentativo di furto da parte di un gruppo di terroristi di un nuovo tipo di esplosivo. E che inizia con un prologo: «in un posto qualunque della Corea del Nord». «A Seul sta andando bene anche *La spia*, una spy-comedy sul portentoso Dna di un gigantesco maiale, che un agente del Nord cerca di rubare per risolvere i problemi di care-

stia nel suo paese. È un film che esprime benissimo il sentimento di un popolo che soffre la divisione», prosegue Hanna Lee, che al cinema guarda come ad un ponte proiettato verso un domani diverso. «I rapporti sono ancora difficili. Ma c'è stata, qualche anno fa, una prima apertura, con la televisione della Corea del Sud che ha trasmesso due film comprati dal Nord». Un primo piccolo passo, rispetto alla netta divisione del passato, che anche al cinema faceva del Nord e del Sud un'anima divisa in due, proiettualmente e stilisticamente. E più giù, oltre la profonda

frontiera che separa i popoli ma non le comuni emozioni, la cinematografia come si è sviluppata? «Alla fine degli anni Novanta c'è stato un calo di produzioni, legato al crollo della Borsa», sottolinea Hanna Lee. «Adesso realizza circa 50/60 film ogni anno, soprattutto melodrammi, film d'azione e horror, che esportano in Cina e Hong Kong ed in altri paesi asiatici. In America e in Europa si fa, invece, molta fatica per via delle rigide quote che vengono riservate ad altre cinematografie. Ma l'horror *Tell me something* di Chang Yul-kyun (passato mercoledì sera a Udine, ndr) è stato venduto in Germania». Non è molto, ma è già qualcosa, visto che solo pochi anni fa la cinematografia della Corea del Sud era esportata con fatica perfino nei paesi dell'Estremo Oriente. Qualche problema, comunque, rimane. «Importare titoli giapponesi non è facile: il risentimento per la dominazione è ancora molto presente nella gente». E, altro punto spinoso: «La nostra televisione praticamente non produce cinema», conclude Hanna Lee, non prima di aver messo ancora l'accento sul desiderio di unità dei coreani. Un passo alla volta, sarà ancora il tempo a decidere, come è stato per il summit politico, anche andranno a finire i rapporti tra le due cinematografie. Il tempo, una virgola della vita, in quell'angolo di mondo separato da una linea che non è semplice riga tirata su una cartina geografica.

Confalonieri difende Mentana

«Resterà dov'è, finché ci sono io». E Piersilvio pensa a Minoli

DALL'INVIATO MARIA NOVELLA OPPO

CANNES Mediastore (versante fiction di Mediaset) ha fatto festa mercoledì sera al Mip (mercato di televisione). Canti e balli che sono stati preceduti da brevi introduzioni di Piersilvio Berlusconi, Roberto Pace e Maurizio Costanzo. E c'era anche il presidente Fedele Confalonieri, che non ha fatto discorsi ufficiali, ma ha chiacchierato come sempre coi giornalisti, preoccupato soprattutto di non dire niente. Vigiliavano del resto i fin troppo solerti uffici stampa, perché né lui, né gli altri si lasciassero sfuggire una parola sul tema più scottante: i dissidi al vertice dell'azienda e la posizione di isolamento(?), se non addirittura di rottura in cui si troverebbe l'amministratore delegato Carloti. Perciò tutte le battute, le citazioni shakespeariane, gli ammiccamenti di cui Confalonieri è prodigo, da noi della stampa venivano malignamente interpretati come riferimenti al tema proibito. Ma, se proprio dobbiamo dire la verità, Confalonieri, pur provocato, non ha detto assolutamente niente su Carloti, mentre ha detto alcune cose ragionevoli e civili sulle battute elettorali di Berlusconi, giustificandole con la filosofia: «Lui fa politica, io faccio il mio mestiere». Così, a proposito delle critiche fatte dal capo di Forza Italia al Tg5, Confalonieri ha assicurato: «Mentana resta al suo posto, finché ci sono io». Chiacchierando con noi Confalonieri si è detto anche dispiaciuto del tono usato nei confronti del segretario Ds, Veltroni di cui si considera amico. Ma, si sa, Confalonieri è la persona più amichevole e simpatica di Mediaset e dintorni e può essere che questo gli stia costando qualcosa anche negli equilibri interni, che sono stati modificati dall'ingresso nell'azienda dei figli di Berlusconi e di manager esterni.



Tra i figli, il giovane Piersilvio è senz'altro quello che ha il carattere più dolce. L'altra sera, poi, era emozionato per aver dovuto parlare per qualche minuto in inglese a una sala piena di americani e tedeschi, alleati e concorrenti. Se l'è cavata con eleganza anche dopo, nel rintuzzare i giornalisti. Ha ribadito che il principale business per Mediaset restano gli introiti pubblicitari, ma ha sottolineato anche l'importanza dei contenuti. Ha fatto balenare una generica aspirazione ad «aprire agli americani» nelle produzioni, nonostante la sempre più stretta alleanza con la Beta in Europa sotto il nuovo marchio

Epsilon. Progetti ancora molto vaghi, mentre è stato più preciso quando si è parlato di palinestesi, che sono del resto il suo campo di azione in azienda. Ha vantato i risultati eccezionali di Canale 5 in questa stagione, nonostante il flop di *Giornalisti*, che ha detto: «probabilmente se fosse stato collocato su un'altra rete, sarebbe andato meglio». Quindi è chiaro che sarà presto deciso uno spostamento del serial. Così pure per *Real Tv* su Italia 1, Piersilvio dichiara che vedrebbe meglio questo «format forte» in orario meno esposto e non quotidiano. Per quel che riguarda invece Re-

DIVI&PUBBLICITÀ

Spot: anche Mandela e Allen (dopo Brando) per Telecom

Il profilo di Brando nello spot della Telecom diretto da Tony Scott presentato ieri a Roma da Colaninno

Allora non era solo Marlon Brando la ghiotta sorpresa tenuta in caldo dalla Telecom. Ieri mattina s'è saputo il resto: e cioè che anche Woody Allen e Nelson Mandela (manca all'appello una star mondiale della canzone, forse donna) fanno parte in veste di testimonial della nuova campagna pubblicitaria dell'azienda telefonica. Roba da 100 miliardi (20 per gli artisti coinvolti): tanto Colaninno ha deciso di spendere, tra spot tv e pubblicità stampa, per reclamizzare - come recita lo slogan - «the next thing». Gli spot andranno in onda da domenica, per due mesi, mentre il quarto (col misteriosa testimonial donna) arriverà probabilmente dopo l'estate. Bisogna riconoscere che la Telecom ha fatto le cose in grande. Per Brando s'è scomodato il regista di «Top Gun» Tony Scott, fratello di Ridley, il quale s'è divertito a piazzare il monumentale attore (dimagrito per l'occasione) in cima a una rupe, sullo sfondo del deserto californiano, mentre in una scena dal ritmo sincopato, un po' a colori un po' in bianco nero, filosofeggia malinconicamente sulla tecnologia che cambia la vita degli uomini. Woody Allen, invece, dirige se stesso, mettendo in sce-

na una telefonata con lo psicoanalista che sembra presa da uno degli articoli che da giovane scriveva per il «New Yorker». Con lo «strizzacervelli» parla della possibilità angosciante di vivere fino a 150 anni, con il rischio che scada il contratto d'affitto e che sia necessario un nuovo trasloco. Infine Mandela, diretto niente meno che da Spike Lee. Il quale, al suono della mariconiana musica di «C'era una volta in America», riprende festosi bambini e adolescenti sud africani, lasciando che il discorso sui temi delle telecomunicazioni tenuto da Mandela nel 1995 a Ginevra faccia da contrappunto alle immagini. Per dire insomma che le nuove tecnologie sono un mezzo indispensabile al progresso, che i giovani devono essere coinvolti nel loro sviluppo. In questo caso (onore a Lee) i compensi saranno devoluti al «Nelson Mandela Children's Fund». Per tutti i tre cineasti ingaggiati da Telecom la pubblicità non è una novità. Woody Allen aveva già lavorato per la Coop qualche anno fa, mentre sia Spike Lee che Tony Scott non disdegnano, tra un film e l'altro, di girare spot televisivi per grandi marche (il primo dei due con qualche scrupolo all'insegna del «politicamente corretto»). Come, del resto, fanno regolarmente Coppola (recente il suo spot per Illy Café ispirato al felliniano «Scaccio bianco»), Pollack, Scorsese, e qui da noi D'Alatri, Salvatores, Pompucci, Tornatore... Nomi grossi. Se poi il messaggio arriverà a segno, è tutto un altro discorso... MICHELE ANSELMI

IN BREVE

Cofferati: no al museo audiovisivo

Un museo nazionale dell'audiovisivo non ha molto senso perché il bene che va tutelato non è tanto quello del supporto, della tecnologia, quanto il sapere, contenuto in quel supporto. È quanto sostiene il segretario generale della Cgil, Sergio Cofferati. La legge che istituisce il museo dell'audiovisivo nell'ambito della Discoteca di Stato è stata emanata l'anno scorso ma la polemica è aperta su quale dovrà essere il modello di riferimento del nuovo istituto. Secondo Cofferati bisogna pensare al contenuto più che al contenitore. «Credo - ha avvertito - che il criterio non debba essere la tecnologia ma il sapere. Il museo ha introdotto un altro elemento di potenziale confusione».

Anica al Coni: meno calcio

«Almeno una giornata senza calcio nella quale poter promuovere il cinema a prezzo ridotto e il divieto di giocare il sabato sera» è l'ipotesi avanzata da Andrea Occhipinti vice presidente dei distributori nel corso di un incontro tra rappresentanti dell'Anica (industria cinematografica) e i presidenti del Coni Gianni Petrucci, volto a trovare «una migliore distribuzione delle partite di calcio durante la settimana», per dare più disponibilità al pubblico per andare al cinema.

Teatro per ragazzi festival a Torino

«Il Gioco del Teatro 2000», quarta edizione del teatro per ragazzi e giovani, si svolgerà a Torino dal 17 al 19 aprile. Una vetrina di spettacoli italiani e delle migliori produzioni estere che metterà a confronto le varie esperienze e le diverse metodologie e tecniche teatrali. Tra gli ospiti in cartellone, il Théâtre de Cuisine di Margjilla (per il progetto Teatro e Adolescenti) con lo spettacolo «Mémories de Mammouth».

ABBONAMENTI A L'Unità

SCHEDA DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a *L'Unità* alle seguenti condizioni

Periodo: 12 mesi 6 mesi

Numeri: 7 6 5 1 indicare il giorno.....

Nome..... Cognome.....

Via..... n° civico.....

Cap..... Località..... Prov.....

Tel..... Fax..... Email.....

Titolo studio..... Professione.....

Capofamiglia SI NO Data di nascita.....

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta Si Diners Club Mastercard American Express

Visa Eurocard Numero Carta.....

Firma Titolare..... Scadenza.....

I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegate. Il trattamento dei dati sarà effettuato nel pieno rispetto della legge sulla privacy (Legge n. 675 del 31/12/96) che interdice, per trattamento qualsiasi operazione svolta con o senza l'ausilio dei mezzi elettronici, concenrate la raccolta, elaborazione, conservazione, comunicazione e diffusione dei dati personali. Potrò in base all'art. 13 della suddetta legge, esercitare il diritto di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei dati personali. Il titolare del trattamento è L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. con sede in Roma, via Due Macelli, 23/13. Con il presente coupon esprimo il consenso al trattamento dei dati per le finalità previste.

Firma..... Data.....

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588

L'Unità

DIRETTORE RESPONSABILE GIUSEPPE CALDAROLA
VICE DIRETTORE VICARIO Pietro Spataro
VICE DIRETTORE Roberto Rosceni
CAPO REDATTORE CENTRALE Maddalena Tulanti

L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A.
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE Mario Lenzi
AMMINISTRATORE DELEGATO Italo Priaro
CONSIGLIERI
Giampaolo Angelucci
Francesco Riccio
Paolo Torresani
Carlo Trivelli

Direzione, Redazione, Amministrazione:
00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13
tel. 06/69961, fax 06/6783555 -
20123 Milano, via Torino 48, tel. 02/802321

1041 Bruxelles, International Press Center
Boulevard Charlemagne 1/67 tel. 0032 2850893
20045 Washington, D. C. National Press Building,
529 14th Street N. W., tel. 001 202 4628907

Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3408 del 10/12/1997

L'Unità

Servizio abbonamenti

Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6), n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 1 L. 85.000 (Euro 43,9). Semestrale: n. 7 L. 280.000 (Euro 144,6), n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3), n. 5 L. 215.000 (Euro 111,1), n. 1 L. 45.000 (Euro 23,2).

Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1), Semestrale: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9). Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente indicare la scheda di adesione pubblicitaria quotidianamente su l'Unità VIA FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - indicando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carta di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.

Per informazioni: Chiamare l'Ufficio Abbonati tel. 06/6996470-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 800-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm. 45x30) Commerciale feriali L. 620.000 (Euro 320,2) - Sabato e festivi L. 766.000 (Euro 395,6)

	Feriale	Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo L. 5.936.000 (Euro 3.065,6)	L. 6.680.000 (Euro 3.449,9)	L. 5.345.000 (Euro 2.760,4)
Finestra 1° pag. 2° fascicolo L. 4.512.000 (Euro 2.330,2)		

Marchette di test: 1° fasc. L. 4.261.000 (Euro 2.200,6) - Marchette di test: 2° fasc. L. 1.511.000 (Euro 780,3)

Redazionali: Feriali L. 1.046.000 (Euro 540,2) - Festivi L. 1.155.000 (Euro 596,5)

Finanz. Legali/Concess. Aste/Appalti: Feriali L. 915.000 (Euro 472,5); Festivi L. 1.000.000 (Euro 516,4)

Concessionaria per la pubblicità nazionale PK PUBBLICOMPASS S.p.A.
DIREZIONE GENERALE: Milano 20124 - Via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/24424611

Area di Vendita

Milano: via Giuseppe Carducci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 1/14 - Tel. 010/540184 - 5678 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/807314 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192 - Roma: via Barberis, 86 - Tel. 06/4200891 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7386311 - Palermo: via Licorini, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/c - Tel. 090/4598411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/395200

Pubblicità locale: P.I.M. PUBBLICITÀ ITALIANA MULTIMEDIA S.r.l.
Sede Legale: 20134 MILANO - Via Lucidiana, 56 - Torre 1 - Tel. 02/748271 - Telex: 02/70001941
DIREZIONE GENERALE e Operativa: 20134 MILANO - Via Lucidiana, 56 - Torre 1 - Tel. 02/748271 - Telex: 02/70100588
00196 ROMA - Via Salara, 226 - Tel. 06/8521551 - 20134 MILANO - Via Lucidiana, 56 - Torre 1 - Tel. 02/748271
40121 BOLOGNA - Via Carati, 8/F - Tel. 051/4210180 - 50129 FIRENZE - Via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561277

Stampa in facsimile:
Se. Be. Roma - Via Carlo Pesenti 130
Satim S.p.a., Paderno Dugnano (MI) - S. Statale del Giovin, 137
SIS S.p.a., 95030 Catania, Strada 19, 35

Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

ACCETTAZIONE NECROLOGIE

DALL'UNITÀ AL VENERDI' dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-865021 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

IL SABATO, E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18, LA DOMENICA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde 800-865020 06/69996465 oppure inviando un fax al numero

TARIFFE: Necrologio (Annuncio, Tergesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola. Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il pagamento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza.

N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre forme di prenotazione degli spazi.

RICHIESTA COPIE ARRETRATE

DALL'UNITÀ AL VENERDI' dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-254188 oppure inviando un fax al numero 06/69922588

TARIFFE: il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta.

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo).

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono.

LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegne urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente.

N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.

