

Homevideo ♦ Rentrées famose

Tornano, restano, stupiscono

BRUNO VECCHI

A volte tornano. E a volte è un bel tornare. Facce di ieri che si riaffacciano in una certa insostenibile pensatezza del cinema di oggi per ricordare che il cinema esiste e resta in funzione di quello che riesce a dare. Vedi alla voce Terence Stamp che in «L'inglese», piccolo ed intelligente film di passaggio di Steven Soderbergh (Keyfilms Video, distribuito Dnc), quasi una Pausa di libertà creativa in attesa di girare «Erin Brockovic» con Julia Roberts, mette in gioco le rughe del presente e il sorriso impertinente del passato, negli inserti in

bianco e nero «rubati» a «Poor Cow» di Ken Loach (Multivision, peccato sia fuori catalogo, ma chissà che con un po' di costanza...). Come a dire che volendo, nelle cose giuste fatte e in quelle sbagliate che rovinano addosso, la vita può non passare in vano. Dipende da ciò che ci si chiede. E da come.

A volte restano. Ma è come se ogni volta tornassero. Uguali e diversi. Appena un po' cambiati dal tempo che fugge. Vedi alla voce Bob Hoskins. È stato l'umano cartoonizzato in «Chi ha incastrato Roger Rabbit?» (Touchstone Home Video) ed altro. Adesso veste i panni dimessi e ambigui di un esperto di catering che vive

proiettato nel passato, in compagnia dei fantasmi di un'infanzia da incubo, in «Il viaggio di Felicia» di Atom Egoyan (Elle U Multimedia). Un regista che i grandi numeri dello show business considerano di nicchia, ma che diversamente da molti registi che fanno i numeri dello show business è sempre stato capace di regalare delle sorprese: «Il dolce domani» (Lucky Red Home Video), «Exotica» (Bmg Video).

A volte stupiscono. In positivo e quando meno te lo aspetti. Vedi alla voce Simon West. Era partito come uno dei tanti videoclip prettati al cinema: montaggio frenetico, idee poche, confuse e sempre le solite, e tanto mal di

testa da overdose di immagini («Con Air», Touchstone Home Video); in «La figlia del generale» (Paramount Video) l'adrenalina è rimasta, ma si è stemperata nel piacere di raccontare, senza stacchi vorticosi di editing, una storia. Con un capo, una coda e soprattutto un cuore.

A volte ci riprovano. Perché, secondo luogo comune, la seconda volta è meglio della prima. Ma i luoghi comuni non sono il massimo della vita. Spesso succede anche ai sequel. O ai film che somigliano ad un sequel. Vedi alla voce: Julia Roberts e Richard Gere. Con «Pretty Woman» (Touchstone Home Video) avevano bagnato i fazzoletti di mezzo mondo. Con «Sescappi, ti sposo» (Medusa Home Entertainment), compagnia dello stesso regista (Garry Marshall), hanno ritentato il colpo. Ma i fazzoletti non ci sono più. E piangere nei Kleenex

di non è la stessa cosa.

A volte tornano, restano, stupiscono (in positivo) e ci riprovano (perché non c'è nulla di meglio da fare, oppure perché la fedeltà allo stile è diventato un marchio di fabbrica), anche nel rutilante mondo delle luci rosse. Vedi alla voce Ginger Lynn, famosa pomstar degli anni Ottanta, che dopo essersi presa qualche anno sabbatico e aver tentato un riciclo nei B-movie come Ginger Lynn Allen, torna all'hard con «Torn» di Veronica Hart, altra star dell'X-rated negli anni '70/'80 (Preziosa), che riprende il titolo di una famosa canzone di Nathalie Imbruglia, ma promette altro.

Oppure alla voce Andrew Blake, l'unico a lavorare ancora in pellicola e a pretendere di coniugare un'idea di cinema-cinema ad altre idee: «Wet» (Preziosa).

Réclame

di Maria Novella Oppo



Hardware sofisticato e software primitivo Inizia l'età della pietra

Tutti i disegni originali pubblicati in questo numero di «Media» sono di Gianni Allegra

Scandalo nel cinico mondo della pubblicità. Paolo Rossi ha tradito il suo sponsor! Nientemeno. Qualche giornale berlusconiano, per il quale ovviamente la pubblicità è l'unico valore etico, ha sparato titoli e qualche agenzia ha sollecitato i commenti dei divi televisivi più sponsorizzati e più scandalizzati. Massimo Giletti in particolare ha dichiarato che lui no, non sarebbe proprio capace di abbandonare le lampane Beghelli, perché «si tratta di amicizia» e gli amici non si tradiscono. E chi si tradisce allora, i nemici?

Appare veramente strano che tanti teorici del liberismo, impegnati a chiedere a ogni piè sospinto la possibilità di licenziare gli operai perché tutti devono «stare sul mercato» e il «posto fisso» è un arcaismo, non sappiano che anche da noi comincia ad essere consentita la pubblicità comparativa. E questo apre il campo a tutti i tradimenti che la fantasia dei creativi potrà inventare.

Tra l'altro Paolo Rossi non è Mike Bongiorno (anche se una volta lo ha imitato in maniera grandiosa) e non è cresciuto (o è cresciuto pochissimo) a prosciutto Rovagnati mangiato tutti i

giorni sotto l'occhio della telecamera. L'idea dell'agenzia Di Pace, Concato e Partners è stata proprio quella di fargli dire che si, aveva fatto pubblicità a Stream, ma in realtà era stato sempre abbonato a D Più, la tv dagli effetti così speciali che gli ha materializzato un mostro in casa. Un alieno lucertoloso, che gli mette i piedi in faccia, ma è un buon compagno di cinema. Del resto nella campagna Stream gliene capitavano di peggio: era lui stesso alieno, mezzo uomo e mezzo cane, preso a calci in testa e metabolizzato da un cesso. Si vede che la pubblicità, di uno come Paolo Rossi vuole fare strazio proprio perché sa di non poter contare su di lui.

Quello che invece dovrebbe scandalizzare davvero è che, in tanto in tanto, in furia retorica di new economy, la televisione si è riempita di spot che, per venderci aggeggi, siti, e altre diavolerie elettroniche, fanno appello agli istinti primordiali dell'uomo e soprattutto della pubblicità. Si vedono due ragazzi che si baciano, si avviluppano e quasi si spacciano con-

tro un muro per effetto di un desiderio incontenibile, ed ecco che appare il nome di Virgilio, «il bello di Internet».

Natasha Stefanenko urla saltando su una sedia per la paura atavica delle donne: i topi. Ma si tratta solo di innocui mouse che dovrebbero spingerci, chissà perché a desiderare Caltanè.it. Poi c'è uno scozzese col gonfello e senza mutande che sta per essere messo a nudo da un colpo di vento e arriva un cane nero con un paio di boxer in bocca. Al solo scopo di far apparire il nome Lycos. Tutte idee e parole insensate che valgono solo per chi parla la stessa lingua priva di nessi logici, ma che escludono tutti gli altri. I quali si devono abituare a uno scorrere di sigle che li rendono stranieri in casa propria. Chi non capisce tanto non compra, perciò non conta. Si tratta di messaggi discriminatori, in compenso formulati in modo primitivo. Una doppia scrittura che si serve di allusioni elementari proprio mentre vuole promuovere prodotti che si spacciano per evoluti. Insomma, l'ultimo grido della tecnologia è un urlo cavernicolo, una sorta di «Wilma dammi la clava» da terzo millennio.

Già la martellante promozione dei telefonini ci aveva riportato indietro nella comunicazione, ritornando all'abusato feuilleton, al dialogo eternamente interrotto dei fidanzati. Mentre Wind, da parte sua, ha fatto sempre campagne tutt'altro che romantiche, anzi piuttosto volgari, piene di battutine pesanti, affidate alla presenza «polpina» di Ezio Greggio, sempre impegnato a palpeggiare e cuccare. Solo di recente la serie è incappata quasi per caso in un episodio divertente, ispirato all'ammutinamento del Bounty, che comunque si conclude con un'altra allusione: «Le faccio vedere il mio sito». Una battuta che conferma l'uso del gergo computeristico in chiave erotica. Quasi che non esista merce, per moderna che sia, che non si possa vendere senza fare appello alla pulsione più elementare, a quell'unico istinto primordiale. Dai Baci Perugina ai portali Internet, la distanza è minima per i pubblicitari. Forse perché sono in crisi creativa. Oppure perché l'età della pietra è appena cominciata.

zaglia al ricordo di quel sognatore anarchico magnifico scrittore e illustratore di libri per l'infanzia che fu Leo Lionni.

«Una fioca voce di dissenso, un fattore di perturbazione» anche minima «alla destabilizzazione dei climi politici e culturali in questa città» invoca il direttore Benfante, assumendo così Palermo a luogo simbolo dell'Italia tutta, la città-stato dove il guardare e il riflettere sul quotidiano possa diventare arma di interpretazione del Paese e, perché no?, del mondo. Interpretazione e controcultura, nell'idea di poter contribuire ad un nuovo meridionalismo, di dar voce ai temi cari a tutti i sud e a tutte le minoranze: la pace e l'ambientalismo, la coscienza antimafiosa, gli emarginati. Un osservatorio disincantato nello sguardo e autonomo nel pensiero (che guarda forse al trimestrale «Lo Straniero» diretto da Fofi come ad un navigato fratello maggiore) che aspira ad essere «utile occupandosi di cose inutili come la poesia, la letteratura, la giustizia». Dal Sud, propriamente da Palermo, anche Gianni Allegra che illustra con i suoi disegni la rivista.

S. Ch.

Einaudi saggistica



Walter Benjamin
I «passages» di Parigi
Nuova edizione rivista e annotata
A cura di Rolf Tiedemann
Edizione italiana a cura di Enrico Gianni
Opere complete, volume IX,
pp. IX-1182, L. 150.000

Adriano Prosperi
e Paolo Viola
Storia moderna e contemporanea
Piccola Biblioteca Einaudi
I. Dalla Pace Nara alla guerra dei Trent'anni
pp. VIII-508, L. 34.000
II. Dalla Rivoluzione inglese alla Rivoluzione francese
pp. VIII-476, L. 34.000
III. L'Ottocento
pp. VIII-386, L. 34.000
IV. Il Novecento
pp. VIII-546, L. 34.000



Carla Casagrande
e Silvana Vecchio
I sette vizi capitali
Storia dei peccati nel Medioevo
Con un saggio di Jérôme Baschet
Traduzione di Luca Bianco
Saggi, pp. XVIII-282, L. 36.000

Sergio Givone
Eros/ethos
Biblioteca Einaudi,
pp. 138, L. 26.000

Manlio Brusatin
Arte dell'oblio
Saggi, pp. XI-102, con 52 ill. nel testo,
L. 40.000

Jans Jonas
Sull'Orlo dell'abisso
Conversazioni sul rapporto tra uomo e natura
A cura di Pasco Bechli
Einaudi contemporanea,
pp. XIX-130, L. 22.000

Grandi Opere



Dizionario delle Opere della Letteratura italiana
A cura di Alberto Asor Rosa
Volume I, A-L,
pp. XXXI-696, L. 150.000
Volume II, M-Z,
pp. XXIII-772, L. 150.000

Storia d'Italia
Le regioni dall'Unità a oggi
XV. L' Abruzzo
A cura di Massimo Cozzantini
e Gasparino Felice
pp. XXXI-1162 con 32 ill. fuori testo,
L. 150.000

Niles Eldredge
La vita in bilico
Il pianeta Terra sull'orlo dell'estinzione
Traduzione di Allegra Panini
e Giorgio P. Panini
Grandi Tascabili Einaudi,
pp. XIX-340, L. 28.000

Tilde Gianì Gallino
Famiglie 2000
Scene di gruppo con interni
Gli struzzi, pp. 276, L. 24.000

Sergio Lazzarato
Il Terrore ricordato
Memoria e tradizione dell'esperienza rivoluzionaria
Nuova edizione ampliata con 8 ill. nel testo
Biblioteca Einaudi, pp. XI-216, L. 34.000

Michel Foucault
Io, Pierre Rivière, avendo sgozzato mia madre, mia sorella e mio fratello
Un caso di parricidio nel XIX secolo
Introduzione di Paolo Crepet
Traduzione di Alessandro Fontana
e Pasquale Pasquino
Einaudi Tascabili, Saggi,
pp. XXXI-292, L. 16.000



Gian Luigi Beccaria
I nomi del mondo
Santi, demoni, folletti e le parole perdute
Einaudi Tascabili, Saggi,
pp. XXXVI-374, L. 22.000



Shafiqe Keshavjee
Il Re, il Saggio e il Buffone
Il Gran Torneo delle religioni
Traduzione di Chiara Protopopovici
Einaudi Tascabili, Letteratura,
pp. 228, L. 16.000

Storia del cinema mondiale

A cura di Gian Piero Brunetta
II. L'Europa
Miti, luoghi, divi
pp. I-150, L. 150.000
III. Gli Stati Uniti
pp. XXVI-1016, L. 150.000
IV. Gli Stati Uniti
pp. XXVI-1028, con 52 ill. fuori testo,
L. 150.000



Storia del teatro moderno e contemporaneo
Diretta da Roberto Alving
e Guido Davico Bonino
I. La nascita del teatro moderno
pp. XXXI-1346, con 47 ill. fuori testo,
L. 160.000

LA SCRITTURA CREATIVA

Per un elogio del libro usato

Quando della «creatina» non c'è più bisogno (o elogio del libro usato). Non sappiamo se il libro elettronico, l'e-book sottile e luminoso, versatile e per di più gradevole al tatto (come ci viene annunciato) sostituirà interamente il libro cartaceo. Né intendiamo negare le molte qualità e i vantaggi promessi. Se però davvero nulla è più utopico, più «perfetto» della immedicabile imperfezione umana, allora possiamo forse tornare ad apprezzare la qualità precaria, transeunte, del libro tradizionale, quello che viene fatalmente consumato, squalcito, con le sue pieghe e «rechie», con le sottolineature a matita o a penna, con le macchie, etc. E naturalmente il libro usato, che troviamo sulle bancarelle o in qualche raffinata libreria antiquaria, rappresenta la quintessenza di tutto questo. Né fortunatamente ha più bisogno di promozione. La sua promozione infatti c'è già stata, appartiene ormai al passato e non ingombra più il nostro orizzonte. «Ho detto che le ban-

carelle sono state per la mia generazione una scuola di cultura». Questa perentoria dichiarazione apre uno dei capitoli del bel volumetto di Alberto Vigevani *La febbre dei libri* (Sellerio), appassionata ricostruzione di un importante «pezzo» di cultura del nostro paese, fatta da un grande bibliofilo, oltre che romanziere e poeta. Certo, le differenze tra passato e presente sono molte e fanno pensare ad una decisa involuzione. Ad es. leggiamo qui che una volta le case editrici fallivano molto prima di gonfiare troppo i propri magazzini, come invece avviene oggi, con la conseguenza che vanno rapidamente macero moltissimi ex bestseller «sfrattati da costosi magazzini computerizzati di grandi librifici». Però è rimasta questa preziosa tradizione artigianale del librato che non si limita a vendere e spazzolare ogni tanto i suoi volumi, ma li colleziona, proprio come faceva Benjamin, e si impegna in laboriose ricerche bibliografiche. Attualmente se ne contano, dentro e fuori il sindacato (Circolo dei Librai Antiquari), «più assai di un centinaio». A proposito. La nostra copia del libro di Vigevani, una elegante edizione Sellerio - collana «La memoria», ha già sulla quarta di copertina una vistosa macchia di caffè.

Filippo La Porta e Marco Cassini

MAGAZINE

«niño», taccuino di cultura dal Sud

L'elogio del piccolo, aperto da una bella citazione rubata ad Anna Maria Ortese che si rifrange nell'eco «piccolo» del principe di Saint-Exupéry e del giudice di Sciascia. Si presenta così, «niño», neo-nato bimestrale e «taccuino di cultura portatile» come recita il sottotitolo rubato a Savinio, diretto da Marcello Benfante e stampato a Palermo da Fabio Orlando Editore (e-mail: rivista.nino@libero.it, tel. 091.515476). Basterebbero questi pochi cenni per capire che di piccola rivista si parla (anche nelle dimensioni da quaderno), ma non di piccole ambizioni: cultura, polis, sistema, meridione sono le parole che sorreggono l'impalcatura degli articoli di questo primo numero, dalle microstorie di camorra di Antonio Pascale al processo a Danilo Dolci ricordato dal magistrato-scrittore Giancarlo De Cataldo, dai romanzi di Giuseppe Maz-

