

partigiani

I nostri anni di Daniele Gaglianone (storia di due partigiani) è il titolo italiano selezionato per la «Quinzaine Festival de Cannes». L'Italia è anche presente come coproduttore di *Operai, contadini* di Daniele Huillet e Jean-Marie Straub. Tra i 21 film scelti per la «Quinzaine», undici sono opere prime. Tra gli altri, *Chelsea hotel*, l'esordio da regista dell'attore Ethan Hawke interpretato dalla moglie Uma Thurman.

etnica

TARIF, I TRAVOLGENTI NONNETTI DELLA MUSICA RUMENA

Silvia Boscherò

Vengono dal cuore della Romania e si fanno chiamare «briganti», haidouks nella loro lingua. Ma non briganti qualsiasi, piuttosto dei Robyn Hood delle montagne che rubano ai ricchi per dare ai poveri. Anche Adriano Celentano si è accorto di loro tanto che li ha fortemente voluti nella prima puntata della sua nuova trasmissione. Ma l'unicità dei Taraf de haidouks non è da ricercare unicamente nel fatto che sono un grandioso gruppo gitano capace di racchiudere in una sola esplosiva big band tre generazioni di musicisti. I Taraf sono innanzitutto uomini che hanno conservato viva la grande tradizione rom dell'Europa dell'est resistendo ad un regime, quello di Ceausescu, che li ha tenuti ai margini per troppi anni. Durante quel periodo oscuro la musica dei nonni

Briganti (i quattro cantanti del gruppo sono degli arzilli ultra settantenni, una specie di risposta zigrana ai Buena Vista), ha continuato a vivere nei sotterranei di Clejani, il villaggio desolato dove sono nati, ma a sorprendere alla luce del sole il resto del mondo. Sia con la complicità lungimirante del Womad di Peter Gabriel, che ha cominciato a parlare di loro ben dieci anni fa, sia grazie a «L'uomo che pianse» di Sally Potter (per il quale il gruppo ha firmato la colonna sonora), oltre che per l'apparizione nello splendido documentario di Toni Gatlif «Latcho drom». Dopo dieci anni la loro musica continua ad essere figlia del nomadismo e della contaminazione, del klezmer come delle melodie arabo andaluse, e oggi

con l'uscita del nuovo disco «Band of gypsies», ancora di più. Il live è infatti la testimonianza di uno straordinario concerto tenuto al teatro Arcube di Bucarest alla fine dello scorso anno, il primo che la band ha potuto realizzare in patria, dove, in nome di ogni abbattimento delle frontiere musicali e geografiche, i Taraf hanno deciso di coinvolgere i virtuosi macedoni della Kocani Orkestar tanto amati dal nostro Vinicio Capossela, ma anche il clarinetista bulgaro Filip Simeonov e il percussionista turco Tarik Tuysuzoglu, in un vero e proprio confronto con i rappresentanti della musica balcanica. Un disco dal vivo che è una grande festa, come nella loro promiscua tradizione, dove si comunica in rom

e dove, soprattutto, si riafferma ancora una volta e con orgoglio il proprio meticcio dna. Sarà forse la volta buona perché i Taraf vengano finalmente accettati come degli incredibili musicisti, e non semplicemente come dei «gipsy». In patria infatti, nonostante i dieci anni di successi internazionali, stentano ad attribuirgli la dignità e l'importanza che meritano, reticenti come sono ad accostare l'immagine del proprio paese con quella di un gruppo di zingari. Ma se non arriverà la musica ad abbattere questa ennesima barriera, sarà sicuramente un video a provarci, dal momento in cui l'evento è stato filmato da una signorina che porta il nome di Elsa Dahmani. È la figlia di Tony Gatlif. Come a dire: buon sangue non mente.

Il cinema tornerà sui muri?

Al via un concorso per rilanciare le locandine illustrate dei film di Piccioni e Soldini. E gli esperti danno l'ok

Bruno Vecchi

MILANO Forse, come dice il produttore Domenico Proccacci, non si può fare diversamente: «Ogni manifesto è l'espressione culturale e artistica che si vive in quel momento nel paese che l'ha concepito. Soltanto i manifesti bellissimi che diventano quasi oggetti d'arte sfuggono alla regola». O forse, si può provare a sperimentare qualcosa di nuovo. È la proposta di Albachiaro, che per illustrare i nuovi film di Giuseppe Piccioni (*Luce dei miei occhi*) e Silvio Soldini (*Jerì*) ha bandito, in collaborazione con l'Associazione illustratori, un concorso: Illustracinema, al quale possono partecipare studenti d'arte o di corsi di illustrazione e professionisti (le opere devono pervenire entro il 21 maggio, per informazioni chiamare lo 02/8322840). E così magari si potrà riportare in vita la storica locandina (illustrata, non fotografata) che sui muri delle nostre città ha per decenni anticipato il «dramma» che sta sempre nel titolo di un film.

«L'idea è riuscire a mobilitare e coinvolgere figure professionali che portino al cinema una creatività fresca e nuova», spiega il produttore Lionello Cerri, patron di Albachiaro. «Dall'altro, pensiamo che l'illustrazione grafica, più della semplice fotografia, possa non passare inosservata e distinguersi dall'enorme quantità di immagini che vediamo ogni giorno». Basterà per far tornare la locandina al centro dell'attenzione? Difficile dirlo. Ma è un tentativo.

Del resto è una pagina di storia che gira da un muro all'altro. In formato lenzuolo o piccola piccola, come un graffio alla parete. Racconta di chi eravamo, di cosa andavamo a vedere, delle tante immagini che passavano per i cinema paradisi dello Stivale e di come siamo cambiati. Eppure, anche appartenendo ad un'arte, la settimana, il manifesto cinematografico arte non è mai stata. Non almeno nell'accezione più comune del termine. «Nel dopoguerra i manifesti, qualche volta, servivano per coprire le rovine», ricorda il torinese Luigi Paratella, il più importante collezionista di manifesti italiani. «Altre volte, però, hanno finito per raccontare delle storie. Penso in particolare al periodo neore-

alista. Allora, il manifesto cinematografico rispecchiava veramente la realtà che si viveva nel paese».

Negli anni a seguire, è accaduto sempre meno. Salvo forse nei «mitici» Sessanta. Quando la commedia all'italiana portava sullo schermo e nelle affissioni frammenti di quotidianità. «All'elenco, come ricordo personale, aggiungerei anche quelli delle commedie scollacciate degli anni Settanta, che erano ammiccanti e, in qualche modo, sessualmente educativi», interviene il massmediologo Klaus Davi. «Il vero problema è che i manifesti hanno smesso di raccontare il paese reale, perché il cinema ha smesso di fare film come *Riso amaro*. Adesso si punta esclusivamente sulla comunicazione scritta. E ce n'è troppa. Mentre manca assolutamente una coerenza grafica». Così, senza mai essere stata un'arte, l'affiche italiana non è riuscita neppure fino in fondo a diventare strumento di pubblicità. «Per quanti discorsi possiamo fare, non credo che il manifesto incida granché nell'esito commerciale di un film», è il giudizio sincero del produttore Domenico Proccacci, che comunque all'immagine da consegnare alla locandina presta una certa attenzione. «Non incide nell'esito, perché non è mai stato concepito come un capitolo della pubblicità», aggiunge Klaus Davi. E anche perché, è il giudizio di Luigi Paratella: «C'è una ignoranza spaventosa in chi si avvicina ai manifesti del cinema».

Morale, tolti gli esempi del passato (quello di *Gilda* con Rita Hayworth veniva staccato la mattina presto dai parroci dei paesi), l'affiche e la locandina hanno smesso di evocare fantasie o emozioni. «Oggi la tendenza è un marketing imposto dalle majors americane, che adattano un po' l'idea di base alle esigenze della nazione in cui esportano il



prodotto», dice Klaus Davi. Ma a quelli dei film italiani, cosa accade, una volta superate le Alpi? «Ci chiedono di cambiarli», risponde Domenico Proccacci. Certo, i tempi in cui le locandine venivano affisse anche nei negozi di generi alimentari è un ricordo lontano. Una storia come un'altra da raccontare nelle sere d'inverno. Per ricordare un'Italia che non c'è più. Insieme ai suoi tanti cinema

pieni di fumo, di gente e di freddo - d'inverno -. E del manifesto, nel tempo che ci attende, cosa ne sarà come semplice strumento pubblicitario? «Un po' lo si sta riscoprendo», conclude Klaus Davi. «Ma resterà marginale, in una realtà nella quale i 2/3 degli investimenti pubblicitari sono monopolizzati dalle televisioni pubbliche e private».



Due manifesti d'epoca

Felice debutto su Raiuno del megashow «125 milioni di caz...te». Bellissima la scenografia. Monologo di condanna dell'eutanasia. Sul palco la dignità delle prostitute

Celentano, sono io il leùn più forte della televisiùn

Maria Novella Oppo

MILANO Tutto cominciò con un bicchiere d'acqua levato verso il pubblico. Poi le note e la voce di Celentano in «Per averti», in play back. La prima «caz...ta» dei 125 milioni promessi? No, solo una necessità tecnica, visto che Adriano è influenzato da qualche giorno.

Il primo atteso monologo ha affrontato il tema dell'eutanasia, considerata come «libertà di uccidere» e ovviamente respinta al mittente olandese. Un tesi, quella di Celentano, per niente scandalosa, anzi piuttosto generalizzata, almeno da noi, ma da lui usata per attaccare Bush e la sua politica che uccide la Terra. Poi Adriano ha giocato con la congiuntura elettorale, quasi minacciando di fare una dichiarazione di voto. Ma si è limitato a dire di non essere «né di destra, né di sinistra, né, sia ben chiaro, di centro».

E il programma ha preso la sua strada, crescendo di ritmo e di qualità narrativa. Ricchissimo il cast, che questa volta era già noto. A partire da Giorgio Gaber, che proprio con Celentano ha cominciato una carriera artistica diventata tanto diversa. Così come non potrebbe essere più lontano da Adriano il macroscopico Giuliano Ferrara «manipolato geneticamente» nella fiction gialla di Carlo Lucarelli (e forse anche nella vita). Per arriva-

re ad Antonio Albanese, straordinario sia nel dialogo che nel suo classico Alex Drastico. E Asia Argento, improbabile ma poetica benziaina con pancione trionfale.

Lo «scandalo» era atteso, quasi auspicato dalla stampa.

Dopo la bagarre sul titolo si è creata quella sui monologhi e, dopo quella sui monologhi, è nata l'attesa sulle canzoni. Quella di Gaber in particolare, che contiene il famoso verso «la mia generazione ha perso», ma anche riferimenti abbastanza precisi a «chi si inventa un partito per il nostro bene», e «sembra destinato a diventare un buffone». E chi ha orecchie per intendere, intenda. Ma ancora più forte è, nella

stessa canzone, il riferimento alla Chiesa: «Vorrei che sprofondasse con tutti i papi e i giubilei». Cosa che effettivamente non era mai stata detta (o cantata) su Raiuno.

Ma Michele Serra (coautore con Linus, Lucarelli e principalmente Celentano) ha detto che la preoccupazione di non toccare temi politici non ha sfiorato né lui né gli altri, se non per rispetto della par condicio elettorale. «Ci siamo fatti

delle matte risate mentre lavoravamo al programma sulle dichiarazioni rese da alcuni esponenti di partito. Appartiene alla presunzione della politica credere che si parli sempre di lei».

Altro motivo di scandalo presunto è la partecipazione alla trasmissione di alcune cosiddette donne di strada, per le quali Adriano ha cantato la sua «L'emozione non ha voce».

Un gesto poetico che è stato molto gradito dal Comitato per i diritti delle prostitute e speriamo non dia punto per qualche dichiarazione incivile da parte dei soliti moralisti della domenica, reazionari di tutti i giorni. Quanto alla stessa canzone, il riferimento alla Chiesa: «Vorrei che sprofondasse con tutti i papi e i giubilei». Cosa che effettivamente non era mai stata detta (o cantata) su Raiuno.

nografia, di cui si è già scritto tutto il male possibile per i costi che sarebbero esorbitanti, va detto tutto il bene possibile quanto a bellezza, profondità e varietà di prospettive. Si tratta di 3000 metri quadrati nei quali si incontrano uno scorcio di castello, un pezzo di vecchia Milano con Naviglio, una pompa di benzina, un bar (ovviamente il Caffè degli ignoranti), lo spazio per l'orchestra e un piccolo de-



Celentano e Asia Argento ieri sera col nuovo programma «125 milioni di caz...te» Bruno App

serto da film di Sergio Leone, fatto di sabbia rosata che in realtà è marmo sfarinato. Camminando in questi spazi che sono tutti set cinematografici e insieme costituiscono (sembra) lo studio televisivo più grande del mondo, Celentano rac-

conta visivamente le sue tesi sul mondo. La metafora più clamorosa è quella del pubblico, sul quale cala una grata, allusione fin troppo evidente alla prigione televisiva, che risparmia solo gli artisti, liberi di spaziare. Insomma, gli spetta-

tori sono prigionieri e quasi ostaggio di quel che passa il convento. Il modo di uscire dalla prigione è... starnare fuori, con ferrea logica tipicamente celentanesca, visto che l'unico che davvero riesce a imporre alla tv le sue leggi è proprio lui, Adriano Celentano.

A partire dalla fin troppo vexata questione del titolo, «125 milioni di caz...te», sul quale ancora l'altra sera si accaniva monsignor Tonini da Bruno Vespa in una puntata di «Porta a porta» molto viziata dall'invidia. Invidia, ovviamente, dello stesso Vespa nei confronti di un artista al quale è concesso di sfiorare e di dire quello che pensa, forse perché ha talento per cantare la sua canzone e non solo per accompagnare quella dei potenti di turno.

Al conduttore di «Porta a porta», che ha definito Celentano «peggio della Wehrmacht» in quanto a invadenza e occupazione del palinsesto, il direttore di Raiuno Maurizio Beretta ha risposto: «Rispetto la qualità autorale del programma di Celentano, così come non mi sono mai sognato di controllare i testi di Vespa».

In conclusione, la Rai ha fatto quadrato attorno a uno spettacolo che rappresenta la sua più dispendiosa offensiva di stagione e che solo il pubblico potrà promuovere o bocciare. Ma che, secondo noi, meritava di essere sferrata.