

venerdì 15 giugno 2001

in scena

rUnità 19

dialoghi

SOFRI E DE LUNA A RADIO 3

Il colloquio filmato tra due intellettuali che appartengono entrambi a Lotta Continua, uno da militante, l'altro da leader, Giovanni De Luna e Adriano Sofri, sui temi del carcere, che sarà presentato nella Sala B di via Asiago a Roma, alla presenza del pubblico, sarà trasmesso in diretta stasera, a partire dalle 20.30 su Radio 3. Il video, realizzato dal regista Michelangelo Dotta, è stato prodotto dall'Associazione torinese «Il libro ritrovato» e dal Piccolo Teatro Perempuner di Grugliasco. Al termine del colloquio De Luna - Sofri, Lucia Annunziata coordinerà un dibattito sulla condizione carceraria oggi, al quale parteciperanno numerosi ospiti.

il festival

PESARO, TUTTO MONICELLI, MOLTO NUOVO CINEMA GIAPPONESE

Michele Anselmi

Nella gelida sala di proiezione dell'Istituto giapponese di cultura a Roma (gelida per via dell'aria condizionata sparata al massimo) Mario Monicelli riscalda l'atmosfera con una delle sue battute da vecchio scettico. Alla retrospettiva che gli dedica la Mostra internazionale del Nuovo cinema di Pesaro (22-30 giugno) ci saranno tutti i suoi film, 58 più i 3 fatti per la televisione, tranne uno: Pioggia d'estate, del 1937, andato perduto. «Meglio così», sorride il regista dei Soliti ignoti, «peccato che non ne siano andati smarriti anche altri. Avrei preferito». Ecco qui il famoso understatement del cineasta toscano. In ottima forma nonostante gli 80 anni passati da un pezzo, pronto a tornare sul set con un film ancora tutto da scrivere sull'Italia complessa e impaurita del moderno melting-pot (titolo possibile:

L'omonero), Monicelli sostiene che «il cinema è un gioco collettivo attraverso il quale si riesce a dare, ma raramente, emozioni profonde». A chiedergli quale dei suoi film preferisce, tentenna un po': «Anche nei migliori c'è sempre qualcosa che non mi piace, che mi dà un brivido di ribrezzo. Ma vediamo... Salvarei Guardie e ladri. I compagni. La grande guerra. L'armata Brancaleone, Temporale Rosy, che purtroppo non ha visto nessuno. Parenti serpenti, soprattutto Speriamo che sia femmina». E proprio quest'ultimo è stato scelto dal direttore del festival, Giovanni Spagnoletti, per chiudere sabato 30, in Piazza del Popolo, la 37esima edizione della Mostra pesarese. «Una signora di una certa età», la definisce, scherzando un po', il presidente del Sindacato critici, Bruno Torri. Ma ancora giovanile nel look

e con l'ambizione di lasciare un segno nell'affollato panorama dei festival estivi. Il tentativo, insomma, è di rinnovarsi senza disperdere quella vocazione originale, poco incline al menù turistico e alla chiacchiera modaiola, che ne fece un luogo proficuo di confronto culturale e di scoperta/rilettura critica. Quasi naturale allora l'idea, per l'edizione 2001, di puntare sul nuovo cinema giapponese, partendo da una data simbolicamente importante, il 1997, anno nel quale Shohei Imamura (con L'anguilla) e Takeshi Kitano (con Hana-bi) si imposero nei rispettivi festival di Cannes e Venezia. Largo, dunque, a cineasti poco conosciuti (o del tutto sconosciuti in Italia) come Jun Ichikawa, Tomoyuki Furuyama o Kiyoshi Kurosawa, i cui nomi non vanno confusi con quelli di illustri maestri del

passato. È lo stesso Spagnoletti a riconoscere il rischio di alcune delle proposte in calendario, specie le più sperimentali, ma sennò che Pesaro sarebbe? E che Pesaro sarebbe senza l'omaggio ai Cahiers du cinéma, la prestigiosa rivista francese che ha appena compiuto 50 anni, con ricco contorno di dibattiti, proiezioni, antepremie italiane (L'elogio de l'amour di Jean-Luc Godard) e curiosità varie (il tedesco Edgar Reitz parlerà del tribolato progetto di Heimat III, finalmente sbloccatosi)? Il tutto al costo di circa 800 milioni, provenienti in massima parte dal Dipartimento dello Spettacolo, oltre che dagli enti locali e da una serie di sponsor (Canal Jimmy, Kataweb, Tonelli, Scuola nazionale di cinema, Banca popolare dell'Adriatico). Gratuito l'ingresso alle proiezioni: il che - ammetterete - non guasta.

Madonna, questo sì è teatro!

*Il concerto di madame Ciccone? Un'opera musicale in 4 atti
La via del pop trionfa su una scena che inghiotte la musica*



Alcune immagini del fanta-tecnologico pop-concerto di Madonna che si è svolto a Verona



VERONA Forse non finiremo mai di sottovalutare l'entità del pop, la potenza del suo impatto su miliardi di individui in attesa. Forse non finiremo mai di temerlo o di disprezzarlo in virtù del così clamoroso strappo con ciò che un tempo - secoli fa - era la spettacolarità fatta a immagine e somiglianza delle élites che dominavano il mondo. Rispetto a quel passato, la diversità del pop, la sua identità che modella ed è modellata sull'immaginario di miliardi di persone, esprime una distanza immensa, radicale, che mette i brividi e ci fa toccare con mano la metamorfosi del mondo moderno. Madonna è un'enciclopedia del pop nella quale possiamo leggere questo mutamento. Enciclopedia che rimane inesorabilmente indecifrabile e chiusa se la si legge con i vecchi armamentari interpretativi, quando musica, arte, genio erano appannaggio di un ceto privilegiato che lo elargiva dall'alto al resto degli uomini. Oggi, piaccia o no, Madonna incarna l'idea di un "sublime di massa" che i destinatari sentono come tale, profondamente e visceralmente.

Dopo qualche chilometro di cammino per raggiungere il mio settore, sbucco finalmente nell'enorme ventre del Filaforum. Il palco è davanti a me, immenso. È un monumento spaventoso e meraviglioso insieme. La fantasia degli scenografi di *Blade Runner*, *Guerre stellari* o *Matrix* non si era spinta fino all'apoteosi fantascientifica di questa astronave indoor. A venti, trenta metri d'altezza di metri un centinaio di casse acustiche riunite in quattro enormi blocchi, si incurvano come corpi di giganteschi crostacei neri di plastica e metallo. Sospeso sul palco incombe un groviglio imponente di 500 metri quadrati, un mostro elettronico fatto di acciaio, tralicci, cavi, bracci meccanici, automatismi, miriadi di spot, punteggiate di bagliori, lampadine, led, decine di schermi a cristalli liquidi. Una barriera semicircolare in tubi d'acciaio occupa il palco per tutta la sua ampiezza. Un arbusto d'acciaio lucente campeggia sul fondo e sventta verso l'alto. Di strumenti musicali neanche l'ombra. Sul lato del palco due mixer da almeno sessanta canali ciascuno esibiscono un migliaio e passa di potenziometri. In attesa.

Quando si spengono le luci l'urlo dei diecimila raggiunge la soglia del dolore e la fantascienza diventa realtà. Nell'oscurità si staglia il labirinto delle sagome nere, occhi elettronici brillano a centinaia, raggi bluastri puntano verso il terreno, il fumo si propaga e la grande barriera di tubi si solleva, lentissima e poderosa scoprendo la scena. Dal fondo, su una piattaforma semovente avanza Madonna. Dalle viscere del palco emergono gli uomini con i loro strumenti: è *Drowned World*, Mondo sommerso, il primo numero. All'improvviso divampano i megaschermi, una luce metallica inonda l'ambiente. Il suono è imponente. Penso a cosa devono provare le budella delle centinaia che stanno assiepati a un paio di metri dalle batterie dei

subwoofer alti come un uomo.

Impressive instant, il secondo pezzo. L'effetto della voce trattata col vocoder si perde in parte, ma è un dettaglio di poco conto, perché di colpo la scena viene squarciata da sciabolate abbaglianti, eruzioni, esplosioni di acciaio luminoso sui megaschermi, mentre grandi tubi flessibili (Momix docet) vomitano sul palco creature aliene, nere, con luci al posto degli occhi, che inscenano un

Giordano Montecchi

rico. Ogni canzone è la tessera di un mosaico che illustra i diversi volti di Madonna, volti nei quali - fittizia o reale, chi può dirlo? - si riflette una condizione umana. Così, nelle invenzioni sceniche, le coreografie, le immagini sugli schermi, la tecnologia, prende corpo una immaginazione imprevedibile, il cui peso sovrasta e mette ai margini la musica; o meglio la trasforma in salvagente, appiglio, unico luogo familiare e amato all'interno di

lanca sugli schermi mentre si dipinge le labbra di un rosso conturbante. Dal basso sale finalmente la geisha: le sue maniche tese abbracciano tutto il palcoscenico, «You're frozen» canta la voce, e mentre la musica di una cyber-orchestra d'archi profonde languore, dal cielo scendono quattro corpi nudi appesi a testa in giù. La donna lotta con un samurai armato di spada, volano in aria esseri umani, scagliati in alto da sottoterra, poi sullo schermo ritorna quel volto bianchissimo, ma sfatto, disperato.

Cartoons manga sugli schermi e sound hyper-techno sono l'interludio che conduce al III atto: è la Cowgirl. Il cyber arretra e la Human Nature ritorna protagonista: chitarre acustiche, cavalli Vidal al galoppo, Stephen Foster remembered (Oh! Susanna che occhieggia in *The Funny Song*). L'arringa ai fans sono frattaglie di pop («ciao Italia», «ti voglio tanto bene, tutti quanti, vi bacio tutti quanti!»). Infine *Gone*, una delle più toccanti fra le canzoni recenti: dedica a Gianni Versace, accendini che ondeggiavano sugli spalti... L'epilogo è affidato alla *Spanish Girl*. *Don't Cry for Me Argentina* echeggia in versione strumentale electro-ambient (con i fi di techno-men William Orbit e Mirwais Ahmadzai invitati a nozze, si direbbe), ma la fisicità latina preme. In *Lo que sente la mujer* (cover di *What it Feels Like for a Girl*) Madonna danza con una donna-macho e risuona un convinto lesbo-applauso, finché scocca il momento de *La Isla Bonita*. Il proscenio si anima, chitarra, Caraibi, percussioni, palmas, cajon, flamenco, tutto. Siamo in

Uno storico, e critico, della musica sotto l'immenso palco delle meraviglie dove Madonna incarna il sublime di massa

sabba indiatolato: «I'm in a trance, I'm in a trance» ripete la vocina del vocoder. Sembra già un non plus ultra, ma è solo l'inizio di uno spettacolo che una regia magistrale riesce a condurre in porto in un crescendo di colpi di scena. Ciò che accade al Filaforum non è un concerto, è una rappresentazione di teatro musicale del XXI secolo. Non c'è una narrazione vera e propria, ma c'è un soggetto, un linguaggio intimamente metafo-

rico. Ogni canzone è la tessera di un mosaico che illustra i diversi volti di Madonna, volti nei quali - fittizia o reale, chi può dirlo? - si riflette una condizione umana. Così, nelle invenzioni sceniche, le coreografie, le immagini sugli schermi, la tecnologia, prende corpo una immaginazione imprevedibile, il cui peso sovrasta e mette ai margini la musica; o meglio la trasforma in salvagente, appiglio, unico luogo familiare e amato all'interno di

un universo sconosciuto e visionario, dove anche lei, Madonna tende inesorabilmente a scomparire come presenza scenica.

L'opera è in quattro atti. Il primo si incentra sul rock: Madonna suona la chitarra, solleva l'icona col manico verso l'alto e la masturba, freneticamente. Ma il cuore dell'opera è forse nel secondo atto: la geisha. Attacca *Paradise (Not for Me)*: Madonna non c'è, ma il suo volto bianchissimo si spa-

strada, il pot pourri latino riporta in primo piano i musicisti in carne ed ossa. Sembra unplugged, ma la sensazione - mi sbaglierò - è che intanto la drum machine continui imperterrita il suo lavoro. La performance scatena l'ovazione più fragorosa di tutte. Con un colpo da maestro, in un clima organico, ecco allora Holiday, con quello hook

che nessuno ha più dimenticato: "Holiday Celebrate!". È un salto indietro nel tempo, a Madonna ancora vergine. Il buio che segue trasuda tensione: è finita? No. Sull'astronave, per un attimo dimenticata, si scatena un finimondo abbagliante e fumigante. Con Music si ritorna al presente - «Hey Mr. DJ!» - e sugli schermi scorre la vorticosa carrellata dei mille volti di Madonna, dalle origini a oggi. Di nuovo il buio. Ma questa volta ecco scendere lenta la grande struttura d'acciaio. Il palco si chiude, la gente capisce: l'opera è finita. I bis sono archeologia.

Forse è troppo in una volta sola. Il flusso delle visioni - dai videogames ai rotoli del mar Morto, dai manga ai dervisci, al muro del pianto, al fiume Gange, da Alien a Calamity Jane - è una scansione accelerata del mondo dove sacro e triviale, esistenza e fiction, estasi e spazzatura si misano vertiginosamente. Madonna si assegna il ruolo di coscienza di un'epoca, di emblema che ambisce a spingersi molto in là e molto in alto. E questo proprio mentre lei, in quanto cantante, performer, donna, sex symbol e quant'altro, tende a dileguarsi.

La si cerca con gli occhi, a volte non c'è proprio, e i momenti forse più suggestivi (più veri?) sono quando c'è solo il suo volto a riempire gli schermi. Questo mentre nel mondo vero Madonna affronta la sfida per conservare intatto il suo ascendente mediatico sul pianeta. Madonna: ovvero non una donna di genio, bensì quello straordinario staff aziendale di cui Mrs. Ciccone è il testimonial, una sorta di Nasa dello show business che potrebbe forse spedire un equipaggio sulla luna se solo lo decidesse. Credo sia meglio non sottovalutarlo il pop: in fondo, siamo solo all'inizio.

A Milano uno spazio espositivo dedicato a uno dei miti cinematografici. Dalle locandine ai gadget, tutto quello che riguarda 007

Un museo chiamato Bond. James Bond

Marco Lombardi

A Milano si è inaugurato da pochi giorni il primo museo italiano su James Bond, uno fra i miti cinematografici che maggiormente resistono all'usura del tempo. In un salone grande come un appartamento (cento metri quadri) c'è quasi di tutto: venti grandi cornici con le illustrazioni delle scene di tutti i film (si chiamano foto buste); copertine (alcune in originale) di fumetti, libri, dischi; ed ancora moltissime immagini delle location di molti film. Non potevano mancare i gadget: questi però - dice il presidente del Club James Bond, Edward Dell'Orto - sono visibili altrove, per evitare "sottrazioni" indesiderate. Si tratta per lo più di pupazzetti e macchinine e modellini di moto: tutti rigorosamente "antichi" ed originali. E poi alcune pistole usate dai vari James Bond sui set: tutte rigorosamente finte.

James Bond morirà?
Lo dicono molti registi, attori: per favore, non fate nei festival una personale dedicata a me perché questo vuol dire che mi vedete con un piede nella tomba. Ed allora, se è nato questo museo su James Bond, vuol forse dire che

il personaggio simbolo più invidiato al mondo (dai maschi) sta per morire? La mitologia al proposito è nutrita. L'ultimo interprete di James Bond, Pierce Brosnan, avrebbe fra le mani un contratto che prevede un ulteriore film nei panni di Bond. *Beyond the ice*, è il titolo provvisorio, e dovrebbe uscire in Inghilterra il prossimo anno. Ma da Londra non arrivano né conferme, né smentite. Ed allora prendono piede le altre mitologie, secondo le quali il prossimo James Bond porterà la gonna. Non nel senso che sarà uno scozzese (un "amarcord" del grande Sean Connery), bensì un esponente del gentil sesso.

Del resto il buon Bond, già negli ultimi tre film, aveva perso molto del suo "machismo": il suo capo ora è una donna (anche un po' matronale); le "Bond Girl" - che gli cascano ai piedi - sono meno numerose di una volta (basta coi rapporti occasionali, c'è il fantasma dell'aids anche per lui...); le sue stesze azioni ai limiti dell'impossibile sono mescolate a momenti di totale normalità, in cui Bond può anche sembrare un po' imbranato.

James Bond vive nel cuore dei manager
La cosa più interessante di questo museo dedicato a James Bond è che si trova in un albergo di Milano, l'hotel

Admiral. Per allietare il soggiorno dei clienti? Per fare un po' di sana pubblicità, ed un po' di sano marketing? Niente di tutto questo: il salone di cento metri quadri di cui sopra è sì aperto al pubblico, ma è soprattutto una sala congressi a disposizione delle aziende. Che potranno affittarla per fare convention con il personale, incontri fra dirigenti, formazione manageriale di ogni genere e qualità. Insomma, un luogo ideale per coltivare le manie di onnipotenza di certe aziende. Sotto questo punto di vista la scelta dell'albergo risulta tanto vincente quanto inquietante: quelle immagini alle pareti sembrerebbero quasi degli "eccitanti" per imprenditori, manager e semplici collaboratori (tutti rigorosamente uomini). Soprattutto per le persone più timide, quelle che a sentire la parola "successo" o l'aggettivo "vincente" sentono un brivido correre lungo la schiena.

Pensate un po' quali reazioni potrà scatenare nel partecipante di turno il vedersi alle pareti James Bond intento in un'azione spericolata - oppure mentre bacia una donna stile Jessica Rabbit - nello stesso momento in cui qualcuno lo incita ad incrementare il fatturato, acquisire nuovi clienti, gestire meglio le proprie risorse. Anche umane, e magari di sesso femminile...