

domenica 24 giugno 2001

in scena

rUnità 19

cinema

È uno dei film a più alto budget realizzati nel nostro paese il **Pinocchio** di **Roberto Benigni** le cui riprese cominceranno lunedì sul set allestito nell'ex stabilimento chimico di Papigno a Terni. Il film uscirà a fine 2002. Oltre a Benigni nei panni di Pinocchio, ci saranno Nicoletta Braschi in quelli della Fata Turchina, Carlo Giuffrè come Geppetto, Peppe Barra è il Grillo Parlante, Max Cavallari e Bruno Arena rispettivamente il Gatto e La volpe, Lando Buzzanca, Mangiafuoco. Il direttore della fotografia è Dante Spinotti, i costumi e le scenografie sono di Danilo Donati e le musiche di Nicola Piovani.

vertenze

SET FERMI, ASSEMBLEA DOMANI. CECCHI GORI TRATTA: CI RIUSCIRÀ?

Michele Anselmi

Troupe ferme dallo scorso venerdì mattina. Benché promessi per giovedì 21, tramite accorata lettera di Vittorio Cecchi Gori, i soldi destinati ai pagamenti degli stipendi (tre settimane arretrate) non sono arrivati. A questo punto, dunque, set chiusi per My name is Tanino di Paolo Virzi, Volesse il cielo di Vincenzo Salemme, Streghe verso nord di Giovanni Veronesi e L'anima gemella di Sergio Rubini. Non basta: salta, per ora, anche La vita come viene di Stefano Incerti, il cui primo ciak era previsto proprio per domani a Ferrara. La crisi del gruppo appare davvero drammatica, ma i dirigenti, dal quartier generale di via Valadier, non rinunciano a mandare segnali distensivi. Propongono un pagamento a rate delle retribuzioni dovute (due «settimanali» subito, altri due

entro il 2 luglio), annunciano che da un giorno all'altro si sbloccheranno i 35 miliardi promessi dalla Banca Nazionale del Lavoro. Ma i sindacati di categoria (Slc-Cgil, Fistel-Cisl e Uilsc-Uil) non si fidano: senza impegni chiari - ci sono subito 400 assegni da firmare - non si gira neanche una scena.

È probabile che dall'assemblea sindacale di domani mattina, lunedì, indetta «per valutare la grave situazione che si è determinata e procedere alle opportune iniziative», scaturirà una posizione ferma, battagliera, del tipo: «Non si tratta». Anche se nessuno - né i lavoratori né Cecchi Gori - può permettersi ora di «rompere». Troppa avanti è andata, specie nel caso di My name is Tanino (sei settimane in Canada, a costi raddoppiati per via della diaria), la lavorazione dei

film per pensare a uno stop definitivo. Infatti Virzi spera ancora di poter volare in settimana a Palermo con la sua troupe per completare le riprese. A Lecce, dove Rubini sta girando L'anima gemella, tutti sono rintanati in albergo in attesa di novità; blocco totale anche per Giovanni Veronesi, impegnato a Roma con la sua commedia «soprannaturale» Streghe verso nord interpretata da Teo Mammucari, Emmanuelle Séigner, Paul Sorvino (interpreta un produttore italo-americano, Gallo, che allude a Galliano Jusò) e Gérard Depardieu (nei panni di se stesso). «Sono un regista in equilibrio, ma senza rete: sotto di me c'è un bel pezzo di vuoto», filosofeggia Veronesi, dicendosi tuttavia sicuro che alla fine Cecchi Gori salverà la situazione. «Ho parlato ieri sera con Vittorio, mi ha

rassicurato. Dice che l'operazione bancaria sta andando in porto. Gli credo. Si possono nutrire perplessità su altri rami della sua attività. Ma sul cinema, no. Ci tiene davvero, è la cosa che sa fare davvero». Vero è che, nonostante l'impegno profuso dai manager Cecchi Gori nel tentativo di svelenire la situazione (gira un verbale di riunione siglato anche dalle Segreterie regionali dei sindacati nel quale il Gruppo promette «che al più presto verrà predisposto un piano di ristrutturazione aziendale»), nessuno può dire al momento quando le quattro troupe torneranno in azione. Intanto si apprende che anche Tinto Brass, col suo ambizioso Angelo nero, ispirato a Senso, protagonista Anna Galiena, è fermo da due settimane. Ma in questo caso, a onor del vero, Cecchi Gori non c'entra.

Una iniziativa che, a differenza di Berlino e Zurigo, non ha incassato né sponsor né finanziamenti pubblici

Vito Di Marco

BOLOGNA Intorno alle sette di sera un'ondata di suoni e una moltitudine danzante di ventimila persone irrompe nel centro storico di Bologna, lo attraversa, sosta alcune ore in piazza Maggiore e continuando a danzare raggiunge un parco cittadino per concludere le danze nella mattina di Domenica.

È lo Street Rave Parade al suo quinto anno di vita, più di 20 ore di musica che invitano a «uscire dalle case, scendere lungo le strade» e fare rave, cioè, delirio, divertirsi senza inibizioni.

Ventisei sound system mobili, una potenza di 250mila watt per diverse crew e dj session, una folla in maschera che balla, si diverte e rivendica il diritto al consumo consapevole delle droghe leggere. Un po' carnevale tecnologico, un po' manifestazione politica, lo Street Rave versione bolognese è entrambe le cose.

Promosso dal Livello 57, centro sociale cittadino, e dal MDMA, il movimento antiproibizionista di massa, si differenzia dalle Rave Parade delle altre città europee, Berlino e Zurigo in testa, non solo per le dimensioni più ridotte, ma per la totale assenza di sponsor e finanziamenti pubblici.

Apra la parata un rinoceronte meccanico, costruito con materiali di riciclo, ferro e plastica, da artisti del collettivo Mutoid Wast Company; segue in posizione d'onore un enorme tir a due piani, con tanto di installazioni video, del Teatro Polivalente Occupato.

Quest'anno il tema scelto dai ragazzi del teatro, che dell'indipendenza e improvvisazione artistica hanno fatto una bandiera, è in stile techno-giapponese.

A seguire gli Psyconauti con un enorme fungo, non velata allusione a



Antiproibizionisti in musica

Bologna attraversata dal corteo festoso dei ventimila dello Street Rave

scenari allucinogeni; il camion rock di radio Fujiko e diversi centri sociali del Veneto, Roma e Torino, per la prima volta giunti a Bologna con un treno speciale.

Ma lo Street Rave è soprattutto musica. Non solo musica elettronica, come solitamente avviene, a Bologna non ci sono distinzioni e limitazioni di genere, ai suoni sintetici (techno, jungle, break beat) si mescolano reggae, crossover e punk.

La Street Parade di Bologna è la legalizzazione per un giorno di un evento che normalmente avviene in incognito e in condizioni di illegalità. È la versione diurno, pubblica, aperta a tutti e itinerante di un Rave classico.

Un evento che coinvolge e diverte tutti, in una città, Bologna, che ne ha viste tante e non prova più stupore per nulla.

Così la parata di corpi mascherati attraverso la parte nobile del centro storico bolognese, sfilata in piazza Maggiore davanti a sedi universitarie e centri studi prestigiosi, sotto gli sguardi interessati del popolo dell'aperitivo che a



La parata di corpi mascherati attraverso il centro storico sotto gli sguardi del popolo dell'aperitivo

Due momenti della Street Rave Parade che si è svolta ieri per le strade di Bologna

sera riempie il centro della città.

In una edizione passata si ricorda ancora uno spettatore illustre, Romano Prodi, che a passeggio sotto i portici della città incrociò la carovana dei ravers.

La Rave Parade bolognese è, innanzitutto, l'evento antiproibizionista nazionale più importante per numero di partecipanti. Il vademecum distribuito dagli organizzatori recita: «Usa il buon senso con le sostanze, ricordati che i cocktail psichedelici vanno saputi dosare, e non fare mix pericolosi», e poi segue, «se stai male o hai bisogno di appoggio, rivolgiti alle strutture qui presenti». Paolo, uno degli operatori della Biozone Drop in, un camper e un'area di decompressione con musica rilassante, racconta che il nuovo fenomeno a cui dover far fronte è il miscuglio delle sostanze usate sia contemporaneamente sia durante la durata del rave. Una decina di operatori seguono tutta la durata dell'evento per dare assistenza, distribuire acqua e soprattutto promuovere una corretta informazione per un uso consapevole delle sostanze.

Lo scopo della manifestazione è quello di portare nel tessuto urbano una produzione artistica, la creatività, che spesso rimane chiusa tra le mura degli spazi autogestiti che la promuovono, un diritto al divertimento che trasformi i luoghi d'incontro e di cultura delle nostre città.

Una manifestazione che chiede una nuova politica sulle droghe che superi le drammatiche conseguenze sociali del proibizionismo e avvii una seria politica di riduzione del danno che non può prescindere dalla corretta informazione e dall'uso consapevole delle droghe leggere.

LE RUGHE DI JULIO E DI VENEZIA

Toni Jop

Grande Iglesias. Fossero vere le cose che raccontano di lui le agenzie di stampa, vorremmo averlo a cena, coi bambini e tutto il resto, questo magnifico mattacchione. Ieri sera, l'eroe della musica latina nel mondo - ha venduto 120 milioni di dischi - si è esibito in Piazza San Marco a Venezia, di fronte a un sacco di gente felice di farsi cullare dai tormenti del suo corazon. Un successo giusto, meritato, scontato: come sa coccolare lui i cuori di milioni di donne scontente di solitudini e partner fasulli, non lo sa fare nessuno. Poi - dicono - è bello come il sole. Insomma, più che un uomo è una profilassi sociale, una tisana che cura senza medicalizzare. Pura avanguardia. Si è fatto anticipare da una milionata di manifesti pubblicitari in cui il suo meraviglioso sorriso viene inchiodato a vent'anni fa, giusto per toglierli quella fastidiosa patina del tempo dalle guance e dalla fronte. Eccolo: liscio, rassicurante, birichino, very romantic, che pare il Grande Fratello della dentiera di Berlusconi. Lo interrogano sulla città che lo ospita, Venezia, e lui con amorevole rammarico sospira: «Ci torno dopo 24 anni, la trovo un po' invecchiata». Invecchiata? La signora ha, anno più anno meno, 13-14 secoli e lui la trova un po' invecchiata. Ma che fa? Vede rughe dappertutto? Nota bene che negli ultimi 30 anni Venezia è stata restaurata (spesso più male, rinnovando alle strutture qui presenti». Paolo, uno degli operatori della Biozone Drop in, un camper e un'area di decompressione con musica rilassante, racconta che il nuovo fenomeno a cui dover far fronte è il miscuglio delle sostanze usate sia contemporaneamente sia durante la durata del rave. Una decina di operatori seguono tutta la durata dell'evento per dare assistenza, distribuire acqua e soprattutto promuovere una corretta informazione per un uso consapevole delle sostanze.

Lo scopo della manifestazione è quello di portare nel tessuto urbano una produzione artistica, la creatività, che spesso rimane chiusa tra le mura degli spazi autogestiti che la promuovono, un diritto al divertimento che trasformi i luoghi d'incontro e di cultura delle nostre città.

Una manifestazione che chiede una nuova politica sulle droghe che superi le drammatiche conseguenze sociali del proibizionismo e avvii una seria politica di riduzione del danno che non può prescindere dalla corretta informazione e dall'uso consapevole delle droghe leggere.

all'idolo delle signore non dicono niente di niente di quel che accade - e cioè che in piazza non era un magnifico solitario, ma un turnista annegato in una avvilente coda - per non turbarlo e così poi non sorride più e son dolori per la casa discografica con la quale, com'è noto, non si scherza. Son cose di soldi, tanti soldi. Insomma, un simpaticone irresistibile, lo zio che tutti i bimbi vorrebbero avere accanto nelle giornate di pioggia, quando tutto è perduto e ti vien da pensare che il sole non tornerà mai più. A proposito: viva i Pink Floyd in quella piazza.

Si è chiusa la kermesse mondiale che giudica e premia la pubblicità. Vincono gli Usa: normale. Agli italiani poco o niente: normale e meritato, come sempre

Cannes, le notti bianche di un pubblicitario tra feste e spot

Roberto Gorla

CANNES Del caos che solo un mese fa, durante il Festival del Cinema, ne faceva una sorta di enorme autobus affollato, fermo in riva al mare, da cui risultava problematico non solo salire e scendere, ma persino spostarsi di pochi metri, non c'è più traccia qui a Cannes se non nel ricordo dei residenti i quali, finalmente, sono tornati a passeggiare lungo la Croisette, fare la spesa, parcheggiare l'auto e mettersi le dita nel naso senza dover sgomitare col vicino di marciapiede.

Nonostante l'immane ricerca di stagione sostenga che la gente sia talmente avvezza alla Pubblicità da non poter fare a meno, è proprio la gente il Godot della situazione, il protagonista assente che segna il punto di differenza più spettacolare fra i due festival. Non c'è curiosità di pubblico intorno ai performer dei trentasecondi, e nei pressi della montée che ha visto i gradini calpestati dai più celebri piedi del mondo s'agglomera solo la folla degli stessi addetti ai lavori. Sono il Popolo dell'Advertising giunto qui a competere per quei Leoni

d'oro, che ogni anno le giurie composte da creativi di rango, appartenenti a nazioni diverse, assegnano alle campagne pubblicitarie più belle. Dai manifesti alla stampa fino agli spot, è questa l'Olimpiade della creatività, quella che chi vince iscrive il proprio nome negli annali della storia della Pubblicità.

Vincere è fondamentale qui a Cannes, perché, grazie alle regole del business, partecipare è consentito a chiunque sia disposto a versare una cifra non modesta all'organizzazione del festival. E vincere significa arrivare primi perché anche qui, come altrove, il podio poco conta e ai secondi e ai terzi non sono destinati che Leoni d'argento e di bronzo senza nemmeno l'accompagnamento di quei pochi momenti di gloria riservati a quelli che salgono sul pako a ritirare insieme agli ori, agli applausi del pubblico.

Mentre i giurati decidono, i pubblicitari

passano il tempo dividendosi fra la spiaggia al mattino, la visione delle campagne in concorso nel pomeriggio e, fai in fretta prima che chiuda, gli acquisti da Facomabile, il negozio di abbigliamento più in di Cannes dove per una cravatta ti serve un leasing. Poi, c'è la notte, la notte che a Cannes non finisce mai. Comincia con l'aperitivo al Martinez, prosegue con l'aperitivo al Carlton e perché non ci facciamo un aperitivo al Gray d'Albion? L'ora di cena varia a seconda dell'appetito e della distanza del ristorante che con più è fuori Cannes con più fa figo. Ma quelli furbi si appostano fin dal pomeriggio intorno ad Astoux/Brun, il ristorante di pesce e crostacei con il più alto rapporto qualità/prezzo del mondo dove, ça va sans dire, non si accettano prenotazioni. Intanto si parla di Pubblicità e fra un argomento e l'altro di Pubblicità: i creativi degli spostamenti dei creativi, i clienti e

In spiaggia al mattino, acquisti di pomeriggio, crostacei a cena. E le feste. Alba scialba se non rimorchi...

gli account degli spostamenti dei budget e i giornalisti che hanno la mentalità più dinamica degli spostamenti in genere. E se nel frattempo ti sei spostato nel modo e nel momento giusto, dopo cena, sei nella festa giusta la quale comincia sempre quando il tasso alcolico è tale che il giorno dopo non sarai mai in grado di dire se fosse pari alle attese o meno. A Cannes le feste le danno i filmmaker che producono gli spot e le agenzie che gli spot se li fanno fare dai filmmaker. Nella gara a chi fa la festa più originale e creativa di tutte, le feste arrivano sempre tutte prime a pari merito. Sarà perché tutti ci hanno messo le stesse luci, le stesse bolle di sapone, la stessa musica, lo stesso spettacolo di ballerini etnici, sarà soprattutto perché ci hanno messo la stessa gente: quella che hai incontrato nella festa di prima e che rivedrai nella festa di durante e in quella di dopo. L'alba è sempre una brutta alba

a Cannes. Sei lì che ti dai dello scemo perché hai tirato così tardi e sai benissimo che il perché è che non ti è riuscito di rimorchiare nessuna che adesso ti sarebbe utilissima, se non è nelle tue stesse condizioni, ad aiutarti a ricordare in che albergo sei e come ti chiami se vuoi la chiave della camera. Ma non sia mai che prima ti faccia scappare un altro salto al Martinez a farti l'ultimo goccio di birra, anche tu come gli altri, con bottiglia e bicchiere appoggiati su qualche macchina in sosta che solo quando stai per andartene scopri che, cazzol, era la tua. Il giorno della premiazione è un bel giorno a Cannes, anzi è una bella sera: finalmente anche tu sai i nomi dei vincitori che tutti sapevano fin dal mattino, ma non si potevano dire e infatti a te non li avevano detti. Tanto per non cambiare, hanno vinto gli U.S.A. che si sono aggiudicati il Palmare grazie ad una campagna demenzial-surreal a

Stampa e poster: palmarès alla Diesel che però si è fatta servire da un'agenzia svedese Chissà perché...

belli: finalmente anche tu sai i nomi dei vincitori che tutti sapevano fin dal mattino, ma non si potevano dire e infatti a te non li avevano detti. Tanto per non cambiare, hanno vinto gli U.S.A. che si sono aggiudicati il Palmare grazie ad una campagna demenzial-surreal a

belli: finalmente anche tu sai i nomi dei vincitori che tutti sapevano fin dal mattino, ma non si potevano dire e infatti a te non li avevano detti. Tanto per non cambiare, hanno vinto gli U.S.A. che si sono aggiudicati il Palmare grazie ad una campagna demenzial-surreal a

belli: finalmente anche tu sai i nomi dei vincitori che tutti sapevano fin dal mattino, ma non si potevano dire e infatti a te non li avevano detti. Tanto per non cambiare, hanno vinto gli U.S.A. che si sono aggiudicati il Palmare grazie ad una campagna demenzial-surreal a

belli: finalmente anche tu sai i nomi dei vincitori che tutti sapevano fin dal mattino, ma non si potevano dire e infatti a te non li avevano detti. Tanto per non cambiare, hanno vinto gli U.S.A. che si sono aggiudicati il Palmare grazie ad una campagna demenzial-surreal a