

giovedì 12 luglio 2001

in scena

rUnità 19

festival

Il cinema italiano sarà alla ribalta fino a 11 settembre a Lilla, nel nord della Francia. La rassegna è promossa da Plan Sequence, associazione regionale per la promozione del cinema, in collaborazione con l'Istituto Italiano di Cultura di Lilla. Già in dicembre 2000 era stata realizzata una retrospettiva di film di Francesco Rosi. Tra i 56 film sottotitolati in francese, provenienti dalla cineteca nazionale francese, un ampio panorama della cinematografia italiana, dai classici come *Obsessione* di Visconti del 1998 sino al più recente *Scarlet diva* di Asia Argento.

pol-spot

IL TELEFONO, LA SUA VOCE

Roberto Gorla

Guardate le fragole, o i pomodori, una volta bastava il tempo di portarli a casa per ritrovarsi già così ammaccati che se non si era lesti a cucinarli li si doveva buttare. Oggi, fateci caso, escono da un mese di frigorifero come un minatore da un mese di vacanza. Un pomodoro ha più resistenza agli urti di una pallina da golf e le fragole sembrano aver scovato la formula dell'eterna giovinezza. In questo mondo che cambia più velocemente della nostra percezione l'Anima del Commercio non poteva fare eccezione. Se il consumatore è sempre più refrattario al bombardamento di messaggi cui viene quotidianamente sottoposto, la Pubblicità cambia le tecniche di bombardamento e, insieme alle tecniche, cambia i mezzi con cui bombardarlo. Bello quel film!, ma siamo sicuri di non aver assistito

invece e a pagamento, ad uno spot di due ore e mezzo a favore di quel certo orologio, che guardachecaso!, era disseminato nel film come prezzemolo in cucina? Persino la Pubblicità che non fa pubblicità va guardata con sospetto: George Clooney si presta a fare da testimone per una campagna contro le malattie cardiovascolari! Bravo George!, ma dici perché indossi quella giacca prodotta dall'azienda che finanzia l'operazione? Costretto fra bombe intelligenti e bombe commoventi, il consumatore non ha scampo. Ogni mezzo di comunicazione diventa un mezzo per la comunicazione e nella corsa a scoprirne di nuovi, ognuno si fa pioniere. Il telefono ha finito di essere la tua voce, ma è diventata quella di una seducente sirena che ti suggerisce di ascoltare un piccolo spot e la telefonata sarà gratis. E il

cellulare è diventato un ricettacolo di sms pubblicitari. Che fare per tutti quelli la cui sensibilità non è in grado di tollerare la Pubblicità se non in dosi moderati? Potranno sempre leggerci un libro in santa pace? Illusi, la Pubblicità è lì che li aspetta a pagine spalancate, fra un capitolo e l'altro di un saggio o di un romanzo d'avventura. Dall'America è arrivata la notizia che la BMW ha lanciato su Internet una campagna fatta di cinque cortometraggi d'avventura dove, non solo nessuno t'imbonesce sulle qualità della macchina e nessuno t'invita a comprarla, ma non compare nemmeno il marchio. Potrà anche essere interpretata come la forma di condizionamento più raffinata, quella che del prodotto non cita nemmeno il marchio, ma come non apprezzare l'atteggiamento di chi invece di sequestrare

proditoriamente il tuo tempo e la tua attenzione ad ogni angolo di strada t'invita invece gentilmente a casa sua perché ha delle cose da dirti? C'è stato un tempo in cui la pubblicità veniva attesa ogni sera come uno spettacolo da non perdere. L'aspettavano gli adulti e l'agognavano i bambini che con gli adulti avevano stretto il patto che, dopo, sarebbero andati a letto senza protestare. Erano i tempi di Carosello, tre minuti di spettacolo, che le tecniche di persuasione di oggi condannano senza appello. Ma è stata la sola pubblicità che la gente abbia mai desiderato spontaneamente. Chi vuole vedere i corti BMW deve decidere di farlo andando a cercarsi su Internet. Cinque minuti di Pubblicità d'avanguardia che in qualche modo ricordano Carosello. Tutto cambia, niente cambia.

Age & Scarpelli, geni e monelli

Le loro sceneggiature sono l'anima del nostro cinema e la traccia di una vera storia d'Italia

Alberto Crespi

Ci sono sceneggiatori di valigia che sanno scrivere anche da soli. Spesso sono anche registi: Woody Allen è l'esempio più clamoroso. C'è da domandarsi come facciano: debbono essere incredibilmente sicuri di se stessi. Il 99% degli scrittori di cinema vi direbbero che la sceneggiatura è una partita a ping-pong: uno tira la pallina e l'altro la restituisce con un effetto diverso. È una regola che vale soprattutto per la commedia: nessuno (tranne, forse, il citato Woody) può prevedere nel chiuso della propria stanzetta quando e dove arriverà la risata. Il tuo partner è il primo spettatore: se ride lui, c'è speranza che ridano anche gli altri.

Se un giorno troveremo la famosa lampada di Aladino, e avremo a disposizione i fatidici tre desideri, prima sistemeremo le finanze di familiari & amici, poi assicuriamo salute imperitura a noi e ai nostri cari, e infine ci giocheremo il jolly: chiederemo di viaggiare nel tempo e nello spazio per arrivare, invisibili, ad una seduta di sceneggiatura di Age & Scarpelli. Chissà le risate che si sono fatti, nello scrivere *La grande guerra*, *Totò a colori*, *I soliti ignoti*, *I mostri*, *Tutti a casa*, *L'armata Brancaleone*, *Totò e Carolina*, *La banda degli onesti*, *Totò sceicco*, *Il medico e lo stregone*, *Il mattatore*, *Straziarmi ma di baci saziarmi*, *La marcia su Roma*, *Il buono il brutto il cattivo*, *Riusciranno i nostri eroi*, *Dramma della gelosia*, *C'eravamo tanto amanti*.

Ci fermiamo qui: abbiamo citato 17 titoli, alla faccia della scaramanzia, senza nemmeno aprire l'enciclopedia. Basta la memoria, o meglio, la Memoria, con la «m» maiuscola: e non semplicemente quella del cinema, ma la memoria del nostro paese, che Age & Scarpelli incarnano meglio di chiunque altro. Per decenni hanno lavorato in coppia, studiando gli italiani e mettendoli nero su bianco. Come altre coppie celebri della commedia italiana (Scola & Maccari, Benvenuti & De Bernardi) hanno fatto un magnifico gioco di squadra. Sono stati loro, i primi a ridere per quei film: che Dio li benedica. Ma trovarsi invisibili, nel momento in cui regalano le prime battute a Brancaleone da Norcia o a Peppe «er pantera», non ci servirebbe solo a farci due risate con loro. Potremmo soddisfare quella curiosità perversa e voyeuristica che ci ha sempre colto di fronte ai loro capolavori. Sapremmo finalmente chi ha scritto le seguenti battute: «sarai mondo se monderai lo mondo» (il monaco Zenone/Enrico Maria Salerno in *Brancaleone*), «sportivo!» (Capannelle nei *Soliti ignoti*), «all'ospedale c'ero già stato tanti anni fa, quand'ero vecchio» (sempre Capannelle, ma nel seguito *Audace colpo*), «dia retta a me: sua sorella fa trombone» (*Totò in Totò a colori*), «sto a dieta, nun posso magnà gli idrocarburi» (Giovanna Ralli in *C'eravamo tanto amanti*), «sono tornato come il conte di Montecristo: ricco e spiatato» (Manfredi in *Straziarmi*), «aritanga romba coiota» (sempre Manfredi, da sciamano, in *Riusciranno i nostri eroi*), «levati la pistola e mettili le mutande» (Clint Eastwood in *Il buono il brutto il cattivo*), «voi magna? Magna!» (Gasman a Tognazzi nel finale dei *Mostri*), fino a quella che migliaia di anni fa, da bambini, durante un ciclo di film alla Rai, ci fece scoprire il romanesco, quindi il cinema



«La Grande Guerra», «C'eravamo tanto amanti», «I Mostri»: ne basterebbe uno, invece li hanno fatti tutti

italiano, quindi l'Italia: «semo l'anima de li mortacci tua! Prima spari e poi dici chi va là?» (Sordi nella *Grande guerra*). Certo, è probabile che attori/autori come Sordi e Totò ci mettessero del loro, è sicuro che registi come Monicelli, Risi, Scola e Comencini contribuirono con idee fulminanti. Ma dietro questo distillato d'italianità ci sono loro, Age & Scarpelli, che quando glielo chiedete (chi l'ha scritta quella? E dai, confessate) giustamente nicchiano, e difendono il segreto professionale, l'interesse di bottega. Sia chiaro: la suddetta parola, «bottega», è usata nel senso migliore che possiate immaginare, quello rinascimentale, michelangeloesco. Age & Scarpelli hanno gestito la miglior bottega di quel rinascimento filmico che fu il

cinema italiano dal dopoguerra fino all'inizio degli anni '70. Iniziando nel '49, da trentenni (sono entrambi del '19) al servizio di Totò, non hanno incrociato il neorealismo, semmai l'hanno riciclato in film come *Totò e Carolina* e *I soliti ignoti* che hanno saputo raccontare l'Italia popolare come i capolavori di De Sica e Rossellini. Il tramite fra loro e il cinema dei grandi autori è stata Suso Cecchi D'Amico, che con la mano destra inventava le tragicomiche avventure dei *Soliti ignoti* e con la sinistra (o viceversa, fate voi) vergava *Rocco e i suoi fratelli* per Visconti. Sono i grandi romanzi dell'Italia del dopoguerra, superiori a (quasi) tutti i romanzi su carta, e se oggi gli eredi non sono all'altezza, non diamo la colpa ai vecchi. Piuttosto, ribadiamo che la bottega è fondamentale e che pensare di sostituirla con botteghe virtuali in stile internet è una fesseria. Per scrivere grande cinema bisogna frequentare gli autobus, gli stadi, le bische, le osterie, le fabbriche, in una parola: gli uomini (e le donne). Quella era la ricetta, e non ce ne sarà mai un'altra.

libri e consigli

Scarpelli: la commedia è politica, usatela per raccontare questa Italia

Cinquant'anni di storia d'Italia ricostruita attraverso i film di Age & Scarpelli. Lo ha fatto Alessio Accardo con *Age & Scarpelli. La storia si fa commedia*, tesi di laurea diventata un libro per le edizioni Ancci (l'associazione dei circoli cinematografici italiani), presentato l'altra sera a Roma, insieme alla coppia di grandi sceneggiatori e a Mario Monicelli, grande vecchio del cinema italiano. Col quale Age & Scarpelli hanno cominciato la loro straordinaria carriera nel lontano '49 con *Totò cerca casa*.

«Certo che nei loro film - dice Monicelli - c'è la storia del nostro paese. E non solo in quelli fatti insieme a me. Ma se per Rosi e Petri questa scelta era cosciente, per noi no. A noi ci piaceva semplicemente raccontare delle storie. Poi siccome avevamo una profonda coscienza politica e morale ed eravamo coscienti delle cose che ci avvenivano intorno, tutto questo

entrava nelle nostre storie in modo naturale». Come dire, insomma, non solo il Neorealismo è stato lo specchio del Paese. Ma a anche la Commedia all'italiana ha avuto la sua parte nel raccontare la nostra storia, nonostante la critica, soprattutto quella militante di una volta, ha tardato a riconoscerle questo merito. «In quegli anni - intervienne Furio Scarpelli - c'erano due anime nel cinema di casa nostra: quella impegnata di Visconti, Rossellini, del Neorealismo e l'altra, meno schierata, della quale abbiamo fatto parte noi.

Quella che ancora non era stata battezzata come commedia all'italiana. E poi, al centro tra le due, c'era Cesare Zavattini, che col suo lavoro straordinario ha saputo mettere insieme i due opposti».

Ed è questo che oggi dovrebbe tornare a fare il cinema, dice Scarpelli. «Anzi, i giovani autori di oggi hanno già ricominciato a farlo. Il cinema del resto nella sua

specificità di narrazione popolare ha il dovere di narrare il suo paese. Lo fanno anche gli americani. Certo, per noi allora era un intento politico». Oggi, invece, secondo Scarpelli la sola definizione, «politico», fa storcere la bocca a molti. «Purtroppo - prosegue lo sceneggiatore - ormai nel nostro paese è avvenuto un grave processo di spolticizzazione. L'Italia è un paese oscuro che è riuscito a creare il fascismo e quindi il nazismo, la mafia e il qualunque. Ecco, gli antipolitici e gli apolitici sono i personaggi più esecrabili. Quelli cioè che non provano sufficiente indignazione di fronte alla mafia, alle ingiustizie, alle disuguaglianze sociali. E l'ho ha preso il posto del noi anche a sinistra».

Lo stesso fatto di voler raccontare la realtà, perciò, conclude Scarpelli è di per se un approccio «politico». «Purtroppo però i giovani oggi non sanno che essere politici è un punto di merito. Proprio in questi ultimi tempi abbiamo visto dei film di giovani autori che hanno saputo raccontare la realtà che ci circonda e che hanno avuto successo. Ma se dovessimo andare a dire loro che c'è un intento politico ci risponderebbero sicuramente: oh-bò!».

Gabriella Gallozzi



Una scena de «Brancaleone alle crociate» di Mario Monicelli. Nella foto grande Agenore Incrocci e Furio Scarpelli, in arte Age & Scarpelli

Un grande regista, Monicelli, una giovane sceneggiatrice, Heidrun Schleff («La stanza del figlio»): tutti d'accordo...

Commedia o dramma? Conta la realtà

ROMA «Age & Scarpelli hanno raccontato la realtà italiana come nessun altro ha saputo fare. Ma oggi è il momento buono per ricominciare. Ci sono dei momenti e dei personaggi della politica che offrono talmente tanti spunti... Noi, con la Dc al potere, siamo stati per cinquant'anni all'opposizione. Oggi col governo della destra si può ritornare a fare della bella commedia all'italiana». Per Mario Monicelli, insomma, è il momento buono per i giovani, registi e sceneggiatori. Per i «nipotini» di Age & Scarpelli.

Nel momento in cui si parla ovunque di «primavera» del cinema italiano, stiamo assistendo, infatti, all'affermarsi di nuovi talenti tra gli scrittori di cinema. Heidrun Schleff, per esempio. Sceneggiatrice insieme a Linda Ferri e allo stesso Nanni Moretti di *La stanza del figlio*, Palma d'oro all'ultimo festival di Cannes. Tedesca «trapiantata» a Roma da molti anni - parla perfettamente «romanesco» - Heidrun ha firmato una lunga serie di pellicole che, per dirla con Furio Scarpelli, - vedi pezzo in alto - raccontano la realtà con sguardo «politico»: *La seconda volta* di Mimmo Calopresti, riflessione molto «moretiana» sul terrorismo; *Animali che attraversano la strada* di Isabella Sandri che punta l'obiettivo sull'universo delle periferie romane e *Giro di lune tra terra e mare*, straordinario affresco d'autore (lo firma Beppe Gaudino) su splendori e miserie di Pozzuoli, raccontate tra passato e presente e dialoghi in napoletano e latino.

«Non so - dice la sceneggiatrice - se quella di oggi sia veramente una tendenza. Certo è che in Italia il cinema ha sempre raccontato la realtà. Poi ad alcuni si aggiunge anche il senso politico. E io, da parte mia, ho sempre scelto questo genere di film perché mi interessa particolarmente».

Però non è detto che l'approccio «politico» debba per forza avere un genere privilegiato, conferma Heidrun: «Dipende dal tipo di sguardo. Poi se è una commedia o un dramma non importa. Guardate il cinema di Virzi, per esempio...».

E proprio dalla «scuderia» di Virzi, infatti, viene un altro nome emergente tra gli sceneggiatori di oggi: Francesco Bruni che dello stesso regista ha sceneggiato *La bella vita*, *Ovosodo* e sta firmando la fortunata serie televisiva di *Montalbano*. Un esempio, perciò, di «racconto popolare» che incrocia anche temi di valenza sociale. Chi, invece, non è d'accordo con l'idea che il racconto della realtà sia già un sinonimo, in qualche modo, di «impegno» è Vincenzo Cerami, affermato scrittore «prestato» al cinema al fianco di Roberto Benigni. «La realtà - dice - è un mito. È il realismo è una scuola fondamentale dell'arte e tanto più per il cinema che si nutre di realtà. Già gli uomini primitivi disegnavano le fiere sulle pareti delle loro caverne. Un po' per esorcizzarne il pericolo, un po' per educare i bambini a temerle. D'allora l'uomo ha sempre rappresentato la realtà. Ma il cinema, però, si nutre anche

di reveries e di esotismo. Il Neorealismo aveva fatto impressione perché aveva eliminato la finzione e il pubblico poteva riconoscere le sue case i suoi luoghi». Però, prosegue Cerami, «non è sufficiente prendere un fatto di cronaca per raccontare l'Italia quella vera e che non si vede. Del resto se prendiamo certi film degli anni Sessanta e Settanta, quelli cosiddetti «impegnati», rivedendoli oggi ci accorgiamo che sono brutti, demagogici e i personaggi sono piegati all'ideologia. Quando un film è bello si può dire che è impegnato, altrimenti resta un brutto film. Come diceva Proust «il messaggio è come il prezzo lasciato su un regalo»».

ga.g.

Cerami contesta: il cinema si nutre anche di esotismo, molti film impegnati degli anni '60 erano ideologici

»