

lunedì 26 novembre 2001

in scena

l'Unità 23

attrici al Medfilm

Non c'è stata la consegna del premio per la pace al Medfilm Festival. Il Medfilm, che si sta svolgendo a Roma fino al 29 novembre, presenta il cinema dei paesi del Mediterraneo. Anche Israele e molti paesi arabi, quindi. A riceverlo il premio dovevano essere la scrittrice israeliana Judith Rotem e il regista palestinese Elia Suleiman, entrambi presenti in giuria. Secondo la direttrice del festival, Ginella Vocca, la giuria avrebbe lavorato in armonia e la consegna del premio sarebbe solo rimandata a causa della situazione politica internazionale. Ma Suleiman, durante la premiazione del film in concorso, ha evitato accuratamente di trovarsi a fianco della scrittrice israeliana.

UNA «GINA» MELODRAMMATICA PER RICORDARE CILEA

Erasmus Valente

Si è registrata, in questi giorni, a Roma, un'intesa esemplare tra istituzioni e persone diverse, nel ricordare (con un po' di ritardo) Francesco Cilea nei cinquant'anni della scomparsa (1866-1950). Il Teatro dell'Opera, il Teatro «Alfonso Rendano» di Cosenza e il Conservatorio di Santa Cecilia hanno riesumato e rappresentato al Teatro Brancaccio, la sconosciuta, giovanile opera, Gina, che Cilea presentò, quale saggio di diploma, e che il Conservatorio di Napoli, rappresentò poi in un suo teatrino nel 1889. Fu un «melodramma idillico», addirittura in tre atti, su libretto ricavato da Enrico Golisciani (1848-1918) da una commedia di Mèlèsville, non però, nominata. Si trattava della Catherine ou La croix d'or, rappresentata a Parigi nel 1835. Due

giovani si amano, ma l'innamorato deve andare sotto le armi. La sorella della fidanzata cerca qualcuno che voglia rimpiazzare il giovane nel servizio militare. Lo trova e gli dà una croce d'oro, come pegno d'amore. C'è la guerra, parte anche il giovane che era rimasto a casa, ma ritorneranno ambedue a far felici le due sorelle.

A noi sembra più probabile che il Golisciani impasticiasse un po' questa Gina, prendendola dall'opera Das goldene Kreuz (La croce d'oro) di Ignaz Brüll (1846-1907), rappresentata nel 1875, nel clima d'un «melodramma romantico», derivante dalla lontana commedia di Mèlèsville. Il Golisciani mutò il titolo e suddivise la vicenda in tre anziché in due atti. L'ignaro Cilea (e fu stupito di avere il

libretto in vari momenti e di dover da ultimo aggiungere anche un terzo atto) andò avanti nella composizione, la perfezionò durante le prove e giunse al successo dovuto anche ad un bel gesto di benevolenza del Conservatorio stesso che poi ottenne dall'editore Sonzogno, rivale di Ricordi, una commissione per il giovane autore.

Non ebbe tempo Cilea di decidere qualcosa per suo conto. Frastornato dalla Gina, fu presto avviato sulla «scelerosa» strada della Cavalleria rusticana (1890), cui nel 1892 si aggiunsero Pagliacci, di Leoncavallo e una Tilda, altra veristica variante sulla metamorfosi dell'amore in morte, approntatagli da Angelo Zanardini, collaboratore di Ricordi, che, per l'occasione, firmò il libretto con lo pseudonimo di

Anello Graziani. Non fu fortunato, Cilea, con i due primi librettisti, e ancora in un probabile pasticcio incapò - dopo L'Arlesiana e Adriana Lecouvreur - con l'ultima sua opera. Diciamo di Gloria (1907) che riporta la presenza di quel Brüll, autore anche lui d'una Gloria (1896) su libretto del nostro Guido Menasci.

Solo per un caso ci siamo imbattuti in queste curiose coincidenze tra analoghe opere di Cilea e di Brüll, che nessuno ha rilevato in occasione di questa Gina (ben suonata e cantata, peraltro, come ben movimentata dalla regia di Italo Nunziata), delle quali s'è data notizia, perché possa verificarsi una qualche più diretta incidenza sull'«Gina» e l'«Omèga» (Gloria) del nostro tormentato compositore.

opera

Pubblicità come oppio dei popoli

Esce «Lire 26.900», racconto autobiografico di un creativo pentito in fuga dal cinismo

Roberto Gorla

Speriamo che l'altra sera a Milano, alla libreria Feltrinelli, nel corso della presentazione del romanzo dell'ex pubblicitario francese Frédéric Beigbeder sulla, o meglio, contro la pubblicità, sia stato presente anche qualcuno di quei ricercatori che insistono nel rilevare una smisurata affezione del pubblico nei confronti della medesima. La pubblicità, se non ci fosse ci mancherebbe, concludeva un sondaggio di qualche mese fa, ma a giudicare dal favore con cui sono stati accolti, seguiti e congedati l'autore del libro e Beppe Grillo che gli ha fatto da padrino, ci sarebbe di che dubitare: testimoni, una piccola folla, agglomerata in piedi fra pile di libri e le oltre trecentomila copie vendute in Francia. Allampanato, con un viso il cui profilo ricorda certi disegni leonardeschi, Beigbeder ha tentato di presentare il proprio lavoro nei ritagli di spazio che gli ha concesso l'esuberante presenza di un Grillo che alla sua maniera, fatta di verità mescolate a battute, si è scatenato contro l'anima del commercio, descritta come la più raffinata forma di schiavitù della storia. «È vero, anch'io ho fatto il pubblicitario da piccolo - è stato l'esordio - e grazie alla Yomo mi sono fatto il mio primo appartamento». Ma in seguito e con notevole anticipo sull'ex pubblicitario gallico, Grillo ha imboccato la via di Damasco, la stessa via di Beigbeder, che lanciato in carriera, ma disgustato dalle nefandezze di un mestiere che gli chiedeva di essere bravo a far sbavare la gente per cose di cui non ha nessun bisogno, ha deciso di mollare di colpo. «Si trattava di scegliere fra il diventare cinico, in cambio di una situazione economicamente dorata o uscire» ha detto il francese che nel suo libro scrive: «L'uomo è un prodotto con una data di scadenza. Ecco perché ho deciso di andare in pensione all'età di trentatré anni. Pare che sia l'età migliore per resuscitare». Non ne poteva più Frédéric di far finta di non sapere che un dentifricio serve al massimo a rinfrescare l'alito e che il costo di una scarpa Nike è composto al 90% dalle spese di comunicazione.

Gli inganni della pubblicità

«La pubblicità è un potere forte dal nome ingannevole», dice Grillo - Un nome buono che fa sembrare pubblico, cioè di tutti, qualcosa che in realtà è nelle mani di pochi e che per questo dovrebbe essere chiamato "privatità". Un potere allucinogeno, secondo Grillo gestito da menomati mentali, che illude miliardi di persone che la felicità risieda nel possesso di un prodotto. «La pubblicità, in realtà, non ha nessun interesse a rendere felici», precisa Beigbeder. - Perché la gente felice non consuma». Con la pubblicità si può comprare tutto, anche il potere politico, come insegnano Berlusconi in Italia ed il neo eletto sindaco di New York Bloomberg. Grillo ricorda che, Amedeo Nigra - uno che dopo aver fatto il boy scout e dodici anni alla



Rinascete come capo delle vendite - è diventato l'ideologo di Forza Italia e raccomanda l'utilizzo del marketing sociale ed il condizionamento dei cittadini attraverso gli spot.

La pubblicità condiziona ogni cosa, dai programmi televisivi, alla libertà di stampa. Non può esserci libertà in un giornale la cui sopravvivenza dipende dagli introiti pubblicitari. Grillo lancia una sfida: vendere i giornali e la pubblicità che contengono, separatamente e a due costi diversi, per dare alla gente la libertà di scegliere che cosa leggere. Grillo ne ha per tutti, da Buttiglione che grazie all'ignoranza sostenuta e diffusa dalla pubblicità è più noto di Maometto (eppure Buttiglione ha fatto molto più danno di Maometto, commenta) fino ad Agnelli che ha dichiarato, proprio lui, che il nemico da combattere è l'egoismo. Mentre Frédéric Beigbeder, da parte sua, dice di aver volu-

Con la pubblicità si può comprare tutto, anche il potere politico, come insegnano Berlusconi in Italia e Bloomberg, nuovo sindaco di N.Y.

to indicare la possibilità di poter vivere diversamente dai modelli di consumo imposti dalla pubblicità.

Octave, il grande pentito

Il romanzo, autobiografico, ruota sulla crisi esistenziale di Octave, un pubblicitario che conduce una vita rutilante tra lusso, riunioni demenziali, femmine e droga. «Io sono quello che vi vende tutta quella merda. Io vi drogo di novità e il vantaggio della novità è che non resta mai nuova. Farvi sbavare è la mia missione» scrive. Octave, - secondo Grillo - è uno di quelli che fanno della nostra vita una somma di desideri irrealizzabili, per esaudire i quali mettiamo in gioco la nostra unica esistenza, il nostro unico tempo. Uno di quelli che ci fanno comprare un'auto da 200 cavalli, piena di accessori, per stare fermi ore in mezzo al traffico. Un giorno, alle prese con una campagna più stupida delle altre ed i commenti di un cliente più imbecille della sua sopportazione, decide di farsi licenziare per costringersi a cambiare vita. Ma nel frattempo è costretto seguire la realizzazione dello spot da lui creato che si gira in Florida. Là fra sesso, droga e rock and roll, si perderà in un delirio di esaltazione che lo porterà a diventare sempre più violento fino all'esplosione finale che non vogliamo rivelare. Il libro scorre avvicinando il lettore dall'inizio alla fine, scoprendo il sipario su di un mondo vacuo, arroccato dentro la sua stupidità, popolato da zombie il cui unico sprazzo di luce deriva dal riflesso della



Una qualunque immagine pubblicitaria. Sotto, Frédéric Beigbeder, autore del racconto «Lire 26.900»

propria carta di credito». Beigbeder sembra essere invece di tutt'altra stoffa dei suoi ex colleghi. Il libro è pieno di vita, informato, ricco di citazioni: «Questo è il Sistema peggiore. A eccezione di tutti gli altri»: Churchill. «Si possono fare scoperte tanto preziose nei pensieri di Pascal, quanto nella pubblicità di un sapone»: Proust.

Spesso illuminante, talvolta inquietante il libro induce alla riflessione su di un Sistema economico che non distingue i prodotti dagli uomini se non perché questi ultimi servono a consumare i primi.

Felicità appartiene alla Nestlé

Lo sapevate che la parola «felicità» è stata depositata dalla Nestlé e che la Pepsi vorrebbe fare altrettanto con la parola «blu»? «Che fare?» è l'eterna domanda. Ognuno può dare il suo contributo che, seppur piccolo, può essere utile ad indicare una volontà di cambiare. In fondo sono i micro comportamenti quelli che determinano i cambiamenti. Beigbeder, da bordo di un aereo del Sistema è entrato nella cabina di pilotaggio per dirottarlo, ma ha scoperto che i piloti non c'erano, perché nemmeno il Sistema sa dove sta andando. Il fatto è che a bordo ci siamo anche noi, perciò dicono Grillo e Beigbeder ad un auditorio sempre più attento, dobbiamo fare qualcosa. Il che non significa che se si sceglie di essere contro questo Sistema si debba necessariamente cadere nel suo antagonista, il comunismo. Così come se si è contro la guerra non si è necessariamente con il terrorismo. Ci può e ci deve essere una via alternativa. Tutto sommato anche la pubblicità potrebbe dare il suo contributo tornando ad essere quella disciplina che impartisce informazioni oneste veritiere e corrette, come si legge nel codice di autodisciplina pubblicitaria, invece che persistere nel tentativo di rincoglimento del consumatore a colpi d'idiozie. In un romanzo di fantascienza degli anni cinquanta è descritto un mondo totalmente controllato e governato dalla pubblicità in cui gli uomini più potenti sono i pubblicitari.

Che ancora una volta la fantascienza non sia stata che un'anticipazione della realtà? A leggere il libro di Beigbeder ne sorge il sospetto. In fondo qui da noi in Italia, chi abbiamo al governo? Il libro, edito nei Canguri di Feltrinelli s'intitola Lire 26.900 e costa, indovinate un po', Lire 26.900! Divertente il giochino, come resistere dal comprarlo? 'Sti pubblicitari, riescono sempre a infiocchiarci!

La pubblicità - dice lo scrittore Beigbeder - non ha alcun interesse a rendere felici, perché la gente felice non consuma

Luis Cabasés

Fred Buscaglione, il cantante eroe di una generazione, avrebbe compiuto 80 anni. Escono un film («Fred») e un libro («Il grande Fred»)

«E pensare che eri piccola, piccola, piccola...così»

In questi giorni autunnali Ferdinando Buscaglione spegnerebbe con un soffio le candeline della sua torta di compleanno. Nando per gli amici, Fred per i suoi fans, nato il 23 novembre del 1931, Buscaglione avrebbe compiuto ottant'anni, se la sua Ford Thunderbird color rosa-shocking non avesse terminato la corsa contro un camion carico di blocchi di tufo.

Secondo le cronache del tempo è una fredda alba romana il 3 febbraio del '60. L'auto viaggia sulla strada che va ai Parioli, verso l'albergo Rivoli, camera doppia uso singola al secondo piano, residenza solitaria nella capitale dopo la separazione dolorosa da Fatima, sua moglie. Fred e gli Aternovas, a Roma, sono ormai di casa, la notte, in giro con la sua auto o nei locali dove si fa musica, è l'ambiente nel quale Fred si calca soddisfatto, come dentro ad una giacca comoda. Gli impegni musicali, il cinema, la

pubblicità. Tutto è lì, concentrato.

Da tempo ha lasciato definitivamente Torino, anche se il legame con la sua città, dentro, rimane forte. Passano gli

Era nato il 23 novembre 1931. Torinese, trasferito a Roma sull'onda del successo. Finì con la sua Thunderbird addosso a un camion a 29 anni

anni, ma i torinesi non dimenticano. Con un libro, un film-documentario e un brindisi con gli amici di allora e tanti giovani estimatori di adesso, nell'ambito dell'edizione 2001 del Torino Film Festival, nei giorni scorsi gli hanno dedicato un vero e proprio tributo. Torino no, non si è dimenticata. Ha mantenuto ben caldo l'affetto che aveva regalato a questo giovane timido e riservato, che gli amici romani, spesso senza riuscirci, cercavano di trascinare in Via Veneto per uno struscio o un drink, ben diverso dal cliché gangster-pupe-whisky facile a cui il grande pubblico si era abituato.

Fred dallo sguardo ironico, quasi beffardo. Fred dal ciuffo ribelle, rilucenze di brillantina, e dalla sigaretta penzo-

lante all'angolo della bocca o stretta fra le dita impegnate in una rincorsa delle mani sui tasti del pianoforte. E torinesi, infatti, sono Pit Formento, regista del film Fred (prod. Stefilm International), e Maurizio Ternavasio, giornalista ed autore della biografia Il grande Fred (ed. Lindau), presentati alla rassegna cinematografica appena terminata.

Il libro e il documentario in fondo si assomigliano. Il primo è denso di aneddoti, trasuda amore per un cantante e musicista che rappresentava con Domenico Modugno - naturalmente su un altro versante - il momento di rottura tra la canzone italiana dell'immediato dopoguerra e la nuova modernità delle sette note italice. C'è tutto: la vita, gli

inizi, l'orgoglio di mamma Ernestina, pianista autodidatta, che lo accompagna per la prima volta sul portone del Conservatorio Bodoni, il culto del jazz,

Fred dallo sguardo ironico, dal ciuffo ribelle, dalla sigaretta appesa alle labbra; tutto gangster-pupe-whisky facile

le serate nei dancing torinesi a farsi le ossa, gli Aternovas, la discografia e la filmografia complete, la corsa verso la celebrità. Due anni soli però, perché così poco è durata la stagione del vero successo, terminata repentinamente tra le lamiere colorate della decapottabile americana.

Nel film, costruito con un montaggio ben ritmato di testimonianze e di materiale d'archivio, un ritratto denso di emozione con le parole e i ricordi della moglie Fatima Robbins, di «Rigo» Arrigotti e «Dedi» Rovero, il pianoforte e la batteria degli Aternovas, e la presenza costante, come avvenne durante la carriera di Buscaglione, di Leo Chiosso, paroliere e amico di sempre. «Viaggiando sulle memorie di persone che sembrano ragazzi anche se hanno magari settanta o ottant'anni e sulle immagini d'allora - spiega il regista - ritroviamo quel mondo, irripetibile, inspiegabilmente suscitatore di nostalgia persino in chi non l'ha vissuto». Happy birthday, Fred!