

cinema

OMAGGIO A VOLONTÉ AL FESTIVAL DELL'AVANA

Ha preso il via ieri all'Avana il Festival del cinema italiano a Cuba, giunto alla terza edizione, che prevede tra l'altro un omaggio a Gian Maria Volonté. L'evento - che si protrarrà fino all'1 giugno e si estenderà anche alle province di Matanzas, Ciego de Avila e Sancti Spiritus - è organizzato dalla Cineteca di Cuba, dall'ambasciata d'Italia all'Avana e dai Circoli giovanili socioculturali. Oltre all'omaggio all'attore scomparso nel 1994, il Festival prevede un'anteprima per Cuba del film / cento passi, di Marco Tullio Giordana.

pol spot

DIPLOMATO IN PUBBLICITÀ? BRAVO, VALI QUANTO UN FAZZOLETTO DI CARTA

Roberto Gorla

Se creativi si nasce, creativi pubblicitari si diventa. A cominciare con il dare un nome nobilitante alla propria professione che, da redattore pubblicitario si trasforma in copywriter e da grafico assume all'altisonante epiteto di art director. Il significato è lo stesso, ma volete mettere? La lingua italiana è meno adatta alla pubblicità di quanto lo sia alla musica rock. Così che nel rutilante mondo dell'advertising è tutto un fiorire di inglesismi: account, headline, strategic planner, product manager, layout, pay-off etc. Creativi si nasce, ringraziando il capriccio della sorte che, nella lotteria del concepimento, ci ha impastato con i geni adatti, ma per diventare copywriter e art director bisogna andare a scuola. Fino agli anni ottanta erano le agenzie a formare i creativi. Ci si andava come si va

a bottega, facendo la gavetta rigorosamente gratis. Si andava a rubare il mestiere a quelli che lo conoscevano e che non avevano il tempo d'insegnarlo. Si andava ad imparare un clima e un metodo di lavoro forse unici. Per chi aveva forze, carattere, talento e disponibilità economiche bastanti, per avventurarsi in un tirocinio tutt'altro che morbido, era un continuo esame, un cimentarsi su di un campo di battaglia che non faceva prigionieri. A sopravvivere erano i più tenaci e talentosi, quelli che dopo mesi e mesi di manovalanza, al servizio dei creativi già affermati, fatta di notti in bianco, festività lavorate, amori perduti, idee rubate, frustrazioni, rinunce, umiliazioni arrivavano a guadagnarsi, insieme al contratto d'assunzione, la carica di assistente o, meglio, assistant-copy o

assistant-art, come si dice in pubblicità. È in questo modo che si sono formati i più noti creativi italiani, i cosiddetti guru della comunicazione. Un metodo estremamente selettivo ma leale, fatto più di pratica che di grammatica, di tanto dai e tanto (se ce la fai) ricevi. Oggi, per fare il creativo pubblicitario, non si comincia più dall'agenzia. Si va a scuola. Con l'espandersi a dismisura della massa di denaro mossa dalla pubblicità, il numero di agenzie si è decuplicato e, con esso, i posti di lavoro. La formazione è diventata un business rilevante ed appetibile sostenuto dalla domanda di centinaia di giovani, sedotti dallo scintillio patinato di una delle professioni più remunerata del mondo. Le scuole per art director e copywriter conferiscono master e diplomi, ma ciò che una volta si poteva

apprendere in agenzia, duramente ma gratuitamente, oggi costa anni di studio e fior di quattrini. E, una volta entrato in agenzia, il neodiplomato viene guardato con lo stesso disincanto con cui un maestro di sci guarda chi ha preso lezioni dall'amico. È difficile che un'agenzia sia disposta ad assumere un neodiplomato senza averlo prima provato e costruito a suo modo. Così, dopo anni di formazione scolastica specifica, il futuro persuasore occulto si ritrova a confrontarsi con un "qui si parra la tua nobilitate" nelle vesti di stagista: non remunerato, licenziabile su due piedi, usa e getta come un klinek. Forse in nessun altro ambito lavorativo, come in pubblicità, un diploma è davvero niente' altro che un pezzo di carta (robertogorla@libero.it)

L'americano ideale? Un Uomo Ragno

Polverizza il box office, frantuma i record, piace e convince. L'America oggi è lui

Francesca Gentile

LOS ANGELES Centoquattordici milioni di dollari incassati solo nel primo fine settimana di programmazione. *Spiderman*, il film che trae ispirazione dal famoso personaggio dei fumetti della Marvel nato dalla penna di Stan Lee nel 1962, ha conquistato il record assoluto di incassi all'esordio mai raggiunto nella storia del cinema commerciale nordamericano. Il debutto era previsto per lo scorso autunno ma dopo l'11 settembre era stato rinviato a questa primavera. Le società che a beneficio delle scelte dei proprietari delle sale cinematografiche si occupano delle previsioni circa l'andamento del mercato questa volta sapevano di rischiare poco e predicavano incassi da record per il colossal della Sony. «Contavamo su un'ottima apertura - fanno sapere dalla ReelSource, specializzata in questo genere di previsioni - poi il film è destinato ad andare molto bene anche nelle settimane successive ed a restare ai vertici della classifica del botteghino per molto e molto tempo».

Insomma: è già un successo questo Uomo Ragno sui generis, interpretato dall'antidivo per eccellenza, quel Tobey Maguire di film come *Le regole della casa del sidro* e *Pleasantville*, un fisico non certo adatto ad interpretare la parte del supereroe. «Desideravo che *Superman* fosse uno di noi, una qualsiasi persona normale» ha detto il regista, Sam Raimi. È stato proprio lui a volere a tutti i costi Maguire per il ruolo. «L'Uomo Ragno è un supereroe particolare, non viene da un altro pianeta, non è ricco né bello, è un ragazzo appartenente alla classe media, è orfano, vive nel Queens, non piace alle ragazze, ma un giorno si trova a dover fare i conti con i suoi superpoteri a causa del morso di un ragno radioattivo. Per questo Tobey era perfetto». La caparbieta di Saimi l'ha avuta vinta sulle perplessità della casa di produzione, la Columbia-Sony, che avrebbe voluto uno dei tanti belli e muscolosi che popolano Hollywood e sull'iniziale reticenza dello stesso Maguire, non del tutto convinto, almeno in un primo tempo, di voler partecipare alla megaproduzione. «Non è stato facile dover affrontare mesi e mesi di preparazione fisica - ha detto l'attore in una recente intervista - e anche dal punto di vista psicologico mi è costato fatica abbandonare i ruoli che mi sono congeniali per un terreno sconosciuto ma ora mi si apriranno altre porte». E così sarà, dal momento che sono previste altre due avventure del supereroe, a beneficio della sua popolarità e del suo portafoglio. Se infatti per il primo film Maguire ha



potuto contare su un cachet di quattro milioni di dollari, altri dodici gli arriveranno per i sequel. *Spiderman* d'altra parte è una di quelle produzioni in cui non si bada a spese. Un esempio: la tuta dell'uomo ragno, prodotta in 23 esemplari, è costata più di centomila dollari a pezzo, circa 120 mila euro. Creata in uno speciale tessuto, ricoperta da una ragnatela di lattice, sembra un guanto ma ha in più il potere di far risaltare le doti fisiche e nascondere i difetti di chi vi è dentro. Ha anche una maschera fatta con materiali tali da far sì che il profilo non si modifichi, che la indossi il vero attore o uno dei tanti stuntman che lo sostituiscono nelle scene più acrobatiche.

È la prima volta che l'uomo ragno debutta sul grande schermo. Hollywood, da sempre innamorata degli eroi dei fumetti, ha dato fino ad ora molto spazio a *Superman*, di cui si contano una ventina di film e a *Batman*, l'uomo pipistrello protagonista di quattro produzioni (una quinta è prevista per il 2003), nulla, sino ad oggi sull'*Uomo Ragno*. «Era difficile pensa-

re prima alla produzione di un film su questo supereroe - ha detto la produttrice Laura Ziskin - perché solo dieci anni fa la tecnologia necessaria per la creazione degli effetti speciali della pellicola non esisteva». A proposito di effetti speciali: prima dell'11 settembre una delle scene più spettacolari vedeva l'uomo ragno scalare le Torri Gemelle. Quella scena è stata cancellata, come tutte quelle nelle quali era possibile ammirare il bel profilo del World Trade Center. «La tragedia dell'attacco terroristico mi ha colpito profondamente - ha detto il regista - ero devastato da quanto era accaduto ma ero anche orgoglioso della reazione degli americani, di quegli eroi che hanno rischiato e dato la vita per salvare altre persone. Nel film alcuni dialoghi esprimono questi sentimenti, inoltre ho voluto aggiungere una scena nella quale sventola la bandiera americana».

Gli ingredienti per la riuscita del film ci sono dunque tutti: c'è un eroe, anzi un supereroe, ci sono gli effetti speciali, c'è il patriottismo, c'è anche l'amore. Fra le sequenze più attese vi è infatti quella del bacio fra *Spiderman* e la protagonista femminile della pellicola, Kirsten Dunst, che per un attimo riesce a sfilare la maschera del nostro supereroe e a baciarlo.

Le previsioni che indicano *Spiderman* come un successo da blockbuster sono quindi facili, anche perché possono contare su quelle operazioni di marketing che

l'industria cinematografica americana riserva ai suoi colossal, *Spiderman* ormai è dappertutto, sui cartelloni pubblicitari e sulle scatole dei cereali, sulle figurine e sui quaderni di scuola. C'è uno spot, trameso dai maggiori network americani, che mostra l'Uomo Ragno impadronirsi di un hamburger con il gesto che tutti i bambini e tutti gli appassionati di fumetti conoscono: la ragnatela lanciata dal polso. *Spiderman* insomma riuscirà facilmente ad intrappolare nella sua rete di ragno il grande pubblico, negli Stati Uniti e nel mondo, ad iniziare dalla Malesia dove, qualche giorno prima dell'uscita americana, il 29 aprile, ci sarà un'anteprima a scopo benefico: tre proiezioni il cui ricavato andrà alla nazionale associazione che aiuta i bambini autistici. *Spiderman*, supereroe dal cuore d'oro.

Dice il regista: ha successo perché è un uomo medio, uno qualunque. Lo ha morso un ragno, è super solo per caso...



Una scena di «Spiderman» campione d'incassi in Usa. Sopra il nuovo episodio di «Guerre stellari»

prequel-sequel

Jedi, Potter e Hobbit: il fantasy cura gli Usa

Per tutti gli inguaribili appassionati di *Guerre stellari* il conto alla rovescia è cominciato. L'uscita in tutta la galassia di *Star Wars: Episodio II. L'attacco dei cloni* è fissata per il 16 maggio. E i fans sono già in fibrillazione: giorni fa a Indianapolis si sono radunati 25mila jedi, ewoks e wookies in festa. Da New York a Philadelphia i negozi con i gadget del film sono stati letteralmente assediati di clienti pronti a riempire i carrelli di astronavi e tazze commemorative discutendo dei trailer e delle proprie aspettative. E, ancora, secondo una stima dei sindacati Usa saranno oltre due milioni i lavoratori americani che il 16 si assenteranno dal lavoro per andare al cinema. Tanto che si parla già di una epidemia, battezzata «Darth virus». Da noi, invece, sarà il Fai (il Fondo italiano per l'ambiente) ad aprire le danze con un'anteprima benefica (il 15 alle 21 al cinema Orfeo di Milano), visto che l'istituzione ha offerto per le riprese del film la villa di Balbianello sul lago di Como.

Intanto l'altro giorno a San Francisco, nel famoso Skywalker Ranch di George Lucas, la pellicola è stata presentata alla stampa mondiale. Si pensava a una dolce e romantica storia d'amore tra i due protagonisti, Anakin Skywalker, (Hayden Christensen) e la principessa Padme (Natalie Portman) ma la love story non è che un aspetto di questo ricco secondo episodio che vive soprattutto della mutazione di Anakin, che presto passerà al lato Oscuro della Forza per indossare i panni del noto Darth Vader, protagonista in negativo dei tre episodi originali. Un'esplosione, dopo i consueti titoli alla «guerre stellari», dà inizio alla pellicola: si tratta di un attentato a Padme che costringe il consiglio degli Jedi ad assegnarle protezione, in un momento della storia della Repubblica dove le forze separatiste e antidemocratiche guidate in segreto dal presidente Palpatine mirano a sovvertire l'ordine dell'universo di *Guerre Stellari*. A scortare Anakin e lo stesso Anakin, nel quale la Forza, l'entità che governa il mondo creato da Lucas, scorre in abbondanza. Ed è proprio il giovane cavaliere Jedi, magistralmente interpretato da Christensen, ad essere il vero protagonista dell'episodio. Quello che dieci anni prima era un ragazzo sorridente e felice oggi è un giovane uomo che a causa dei malintesi con il suo maestro, la morte della madre e l'iniziale rifiuto da parte della sua amata Padme si avvicina al lato oscuro della Forza, commettendo una serie di omicidi e di errori che ne segneranno il destino. La pellicola vive su due storie parallele: una segue le vicende investigative che vedono protagonista Obi Wan Kenoby, il quale scopre che qualcuno, a insaputa del Senato, ha dato l'ordine di creare un esercito di Cloni (si scoprirà poi che dietro alla vicenda c'è il «cattivo» Palpatine). Questa fase della storia è ricca di combattimenti ed emozioni, il tutto ambientato in scenografie digitali veramente spettacolari. Quindi c'è la storia d'amore, arricchita dagli scenari tutti italiani del Lago di Como e della Reggia di Caserta, tra Anakin e Padme. Il giovane Jedi è innamorato della Portman, che inizialmente lo rifiuta. I due, proprio nella sequenza finale, si sposeranno in segreto sulle rive del Lago di Como. E poi? Come tutti sanno arriverà l'episodio numero III. Ma anche altre fantasy sono molto attese. Dal nuovo *Harry Potter* al secondo *Signore degli anelli*.

Fantastica conferenza stampa. L'autorevole rappresentante del governo ignora che la madre di Gilda è morta. Però vende l'allestimento a Saigon

Sgarbi dirigerà il Rigoletto. Appena finisce di leggerlo

Giovanni Fratello

Verdi e Sgarbi, anzi Sgarbi e Verdi: ecco l'assoluta novità della stagione operistica nazionale, e ieri abbiamo avuto un assaggio di quello che sarà la regia di Rigoletto curata dal sottosegretario alla cultura. La conferenza stampa per la presentazione dello spettacolo, che si è svolta a Roma organizzata dalla Fondazione Toscanini che produce lo spettacolo, non ha sciolto il quesito: che accadrà a Busseto, alla prima del 22 maggio? Vulcanico a dir poco, Sgarbi esordisce all'attacco dicendo che la polemica sul presunto conflitto di interessi tra la sua carica al ministero della cultura e il suo ruolo di regista è colpa dei soliti giornalisti comunisti. Perciò durante il suo ultimo viaggio ufficiale in estremo oriente questo Rigoletto è stato venduto a Saigon e a Singapore: nessun conflitto, nessun interesse. Poi sotto-

tono, dice che si sente debordante nel ruolo non suo di regista. Subito dopo si rimangia la modestia e chiama in causa Pasolini che ha fatto tante cose: il romanziere, il regista, il saggista, il giornalista: resta il dubbio se si tratta di un paragone o di una citazione. E di citazioni ne ha fatte una caterva: Canetti, Bruno Walter, Giulio Romano e Mantegna, i due pittori a cui sarà ispirata la scenografia dell'opera che, svolgendosi alla corte di Mantova nel XVI secolo, come si fa a non saccheggiarli? Al momento di passare dalla scenografia alla trama, la tragedia del povero Rigoletto si trasforma in commedia. Vittorio scintilla della sua gloria, della sua fortuna e della sua cultura quando afferma che la trama dell'opera gli sembra confusa e poco lineare. A un pubblico di giornalisti attentissimi chiede: «Ma dove è stata fino a quel momento Gilda, visto che non sa che Rigoletto è suo padre?». In realtà Gilda sa benissimo di chi è figlia: la prima parola che canta nell'opera è appunto

Padre, rivolta al giullare gobbo (scena 9, inizio), solo che non ne conosce il nome perché Rigoletto si vergogna di essere un buffone. È confuso il sottosegretario alla cultura e si confonde ancora allorché chiede: «E la madre... dov'è la madre di Gilda?». Per fortuna - di Sgarbi - un giornalista si premura di informarlo che la madre di Gilda è morta. Vittorio sembra non sentire, fino a che il direttore che guiderà l'Orchestra Toscanini in questo Rigoletto, Ker-Lynn Wilson non gli mette sotto il naso il libretto. Allora il sottosegretario esclama «Ah si ecco qui Rigoletto, dice "Deh non parlar al misero del suo perduto bene... moria le zolle coprono lievi quel capo amato" (ancora scena 9)». Ma c'è ancora qualcosa che non funziona in questa trama: «Com'è possibile - si domanda il sottosegretario alla cultura - che Sparafucile, pagato da Rigoletto per uccidere il Duca di Mantova si sbaglia e uccida Gilda. Insomma confondere un uomo con una donna...». A

questo punto la conferenza stampa prende una piega surreale. Subito uno dei giornalisti, quello colto, lo rende edotto che è stata Gilda stessa a pagare un soprassoldo a Sparafucile, per di salvare il Duca. Aggiunge anche che per capire bene la trama bisogna leggere l'originale di Hugo, cioè *Le Roi s'amuse*. Fingendo di ricordare Sgarbi conclude «... eh, sì, di fronte al doppio dei soldi, certo Sparafucile si è convinto...». Si confonde Vittorio, e con lui il giornalista colto che forse conosce Hugo, ma non il libretto di Piave su cui, si voglia o no, Verdi ha scritto l'opera. È Maddalena, la sorella di Sparafucile, che convince quest'ultimo ad accoppiare il primo che capita, perché si è innamorata del Duca. Il resto della vicenda è noto, speriamo. Fra tre giorni iniziano le prove in teatro di questo Rigoletto: auguri a Sgarbi e molti di più a tutto il cast, cantanti, musicisti, tecnici ecc. Ne avranno bisogno con un regista così colto.

IN EDICOLA DAL 3 MAGGIO

DUCA

Cionani dalla natura

Aspetto, personalità, malattia: è davvero tutto scritto nei geni?

Quark. Il piacere di saperlo

solo 2.000