

tv e impegno

APPELLO ALLA RAI: RIVOGLIAMO «LA NOTTE DELLA REPUBBLICA»
Con una lettera aperta un gruppo di artisti e intellettuali, dalla Montalcini a Pontecorvo chiede alla Rai di ritrasmettere «La Notte della Repubblica» di Sergio Zavoli, «inchiesta di grande profilo civile e culturale - che diede alla televisione di Stato uno dei momenti più alti e coinvolgenti» e che in un momento come questo, sconvolto da nuovi omicidi di stampo terroristico, offrirebbe al Paese la possibilità di una grande riflessione.

HO UNA NOTIZIA PAZZESCA: HO VISTO UN GRAN BEL SPOT. CHE NON PARE NEMMENO ITALIANO

Roberto Gorla

pol spot

La stupidità cade a pioggia, dal mondo degli spot, sul mondo della nostra vita e noi lì senza nemmeno un ombrello, sperando in uno squarcio d'intelligenza, un bagliore di creatività. Ma il cielo è grigio e la pioggia è continua, insistente, inesorabile. Piove sul nostro gusto, sulla nostra educazione, sulla nostra cultura, sui nostri valori. È una pioggia frivola, vacua, frita e rifratta e il cielo sempre così disperatamente oscuro che, a volte, persino un guizzo d'imbecillità pare un lampo. Siamo tanto avvezzi a questo clima, che quando fra le nuvole si fa largo un raggio di sole, rimaniamo sconcertati, attoniti e, prima di credere che sia vero, vogliamo toccarlo, accarezzarlo come fanno i bambini quando s'intrufola fra le persiane nella stanza buia. Lo spot, cui alludiamo, è di quelli di cui

saremmo disposti a scommettere la nostra credibilità che sia «Made in England»: albinico nel clima e nei personaggi, anglosassone nello humor, britannico nel pensiero che più laterale di così, si vince a Cannes! Invece, meraviglia, lo spot è italiano e che spot! Giocato in rara coerenza con il prodotto, e che prodotto!, e soprattutto che ambito merceologico! Un ambito che, per anni, ha rincitrullito milioni di Signoremaria a furia di scempiaggini a nastro, considerandone le facoltà cerebrali inadeguate al sorriso, alla metafora, al gioco di parole, all'analogia e a tutte quelle figure del pensiero che costituiscono l'impalcatura dell'intelligenza. Si dice che in una grande azienda di detersivi circolò un motto: «Non trattate la gente da stupida, ma non dimenticate mai che lo è». Detersivi! Chi

altri ha nuociono alla creatività pubblicitaria più dei Signori del pulito, con prove finestra e duelli all'ultimo bianco, confortati da indagini di mercato che pesano la creatività come si pesa un tonchino? Lo spot prende le mosse da un giovanotto che sta per attraversare la strada con un sacchetto della spesa. La strada è deserta ma, fatti pochi passi, il rumore di una frenata lo costringe ad un balzo indietro. Stupefatto, si guarda intorno: la strada è deserta. Circospetto, il nostro eroe ritenta, ma l'eco di una nuova frenata, nella strada vuota, gli raggela il gesto sul nascere. Ecco svelato l'arcano: dietro una finestra che s'affaccia sulla scena, una massaia, stregando il pollice sui piatti, per accertarsi che siano davvero sgrassati, produce il caratteristico «skreek!» da piatto pulito e da

colpo di freni. Pochi soldi e tanta intelligenza creativa, per trasformare una dimostrazione pubblicitaria, fra le più viste e banali, in un esempio di come dovrebbe essere la pubblicità. Giusto il contrario dello spot con Sean Connery, ricco di soldi e povero di creatività, di nuovo in circolazione, con il mitico attore scozzese che, da agente segreto al servizio di Sua Maestà, si è fatto agente palese al servizio della Ras. Se si vive solo due volte, speriamo che la riedizione di questo bislacco spot, di cui già parlammo, indegno di tanto personaggio, sia davvero l'ultima. Ma, mai dire mai! Sia lode invece a Svelto, coraggioso agente puliscipatti, per aver regalato quest'insperata occhiata di sereno, al grigiore della creatività italiana. (robertogorla@libero.it)

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

in scena

teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

Alberto Crespi

FESTIVAL E POLITICA

“ La proposta degli ebrei Usa di remare contro lascia perplessi: non sanno di Jakob, di Allen e dei Coen

Le Pen Cannes

CANNES Lo sport di quest'anno è: trovate Le Pen. Come in quello stupidissimo giochetto, composto di tavole disegnate con una moltitudine di minuscoli personaggi, in cui bisogna trovare un ragazzino occhialuto di nome Wally. La tavola, da oggi, è il Festival di Cannes e chi riconosce nel marasma un fascista vince un orba e un manganello.

Che la Francia sia ancora sotto botta, è un fatto. Che stia velocemente smaltendo la sbornia, è un altro fatto: su tutte le riviste e i giornali campeggiano foto di Chirac, per la serie «scampato pericolo». L'esordio di Cannes fa sì che solo David Lynch (presidente della giuria) contenda al presidente le prime pagine e non si sa quale incubo sia peggiore, se il doverci affidare a Chirac per salvare la democrazia o il tentare per l'ennesima volta di decifrare l'enigma di *Mulholland Drive* (la bionda è lepenista e la mora è gollista o viceversa, o sono entrambe trozkiste? chi risponde esattamente vince un pupazzo di Laura Palmer).

Volete sapere la verità? Cannes sembra sempre la stessa. Per due motivi. Il primo è che Cannes e la Costa Azzurra tutta quanta sono sempre state lepeniste. Qui la destra ha un sicuro serbatoio di voti. Il secondo è che una cosa è Cannes, un'altra cosa è il Festival di Cannes. Per capirlo basterebbe aprire il numero speciale di «Le Monde» sul Festival e leggere la tavola rotonda nella quale il giornale più temuto da Berlusconi ha coinvolto cinque cineasti maghrebini e l'israeliano Amos Gitai, che sarà al Festival con il film in concorso *Kedma*. È un pezzo di giornalismo vero, fuori dai denti, in cui a un certo punto il libanese Ghassan Salhab (presenterà a «Un Certain Regard» il suo film *Terra incognita*) dice a Gitai: «Tu lo sai che solo parlando con te io metto in pericolo la mia incolumità a causa degli integralisti del mio paese?», e Gitai gli risponde che lo sa benissimo e che apprezza moltissimo il gesto del collega. La pagina è curata da Jacques Mandelbaum: se vi sembra un nome ebreo probabilmente avete ragione. Di fronte a un simile approccio, la proposta di boicottaggio di Cannes da parte di alcuni ebrei americani sembra un clamoroso autogol dovuto forse alla totale ignoranza di che cosa sia davvero questo Festival. Forse quei signori non si sono accorti che il ventennale direttore, ora presidente, si chiama Jakob? O che oggi, in apertura, passa un film di Woody Allen? O che la Croisette è praticamente la seconda casa dei fratelli Coen?

Per noi italiani, il contrasto con ciò che succede nel nostro paese è quest'anno doppiamente stridente. Ve lo dimostriamo con un parallelo geografico. Il nostro avvicinamento a Cannes è iniziato, ieri, da Genova. Prima di immettermi sull'autostrada, siamo passati da quella piazza maledetta dove nei giorni del G8 fu ucciso Carlo Giuliani. Il luogo è segnato da un altare laico fatto di fiori, di sciarpe, di magliette, di biglietti, sovrastati da uno striscione che recita «Carlo vive». Ebbene, Carlo Giuliani, ragazzo è il titolo di uno straziante documentario di Francesca Comencini in cui viene data la parola alla mamma di Carlo, la signora Heidi, una donna piccolina, tenace, indistruttibile che sta tentando in tutti i modi di rendere giustizia alla memoria di suo figlio. Perché ne parliamo? Perché Carlo Giuliani, ragazzo è un film che passerà qui a Cannes e non si sa ancora se e quando sarà visibile in Italia. Voi pensate che la nuova Rai possa mandare in onda, di questi tempi, un film in cui si dice a chiare lettere che un poliziotto ha ucciso un dimostrante a sangue freddo? Sarebbe bello, ma è piuttosto difficile.

Lasciando Genova ed entrando in Francia, c'è una cosa che forse farebbe piacere a Le Pen, ma prendetela come una notazione di becero colore: vedere i francesi alle prese con l'euro è veramente



Niente boicottaggio: la Francia è frastornata, la città vota l'odioso fascista ma il Festival resiste
Con Allen e Carlo Giuliani

una barzelletta. Un po' bisogna capirli, per loro il cambio rispetto alla vecchia moneta è ancora più astruso che per noi: un franco valeva 295 lire, qui ci vorrebbe un convertitore atomico. Per prima cosa i cugini hanno tolto la segnalazione dei pedaggi autostradali: prima vi ordinavano di preparare 6, o 10, o 12 franchi

La locandina di Cannes 2002. Nelle foto grandi, Jean Marie Le Pen e Woody Allen sul set di «Hollywood Ending»

chilometri e chilometri prima del casello, ora vi lasciano al vostro destino e quando arrivate al gabbiotto, c'è la sorpresa. Una volta a Cannes, le insegne in euro spuntano ovviamente dovunque, ma è evidente, e quasi tenero, che i francesi odiano la nuova valuta e la storpiano voluttuosamente pronunciandola «euro». È però l'unico segnale visibile di euroscetticismo. Per il resto, Cannes è sempre piena di immigrati; clochards e vendi-

tori di paccottiglie stazionano sulla Croisette anche se tutti verranno rimossi in vista dell'apertura del Festival (come ogni anno, da sempre); i sexy shop sono sempre aperti (qui li chiamano «eros-center»), insomma Cannes è il solito suk, il solito casino in cui il vostro inviato-monnezzaro si prepara a sguaizzare con gioia. Le tracce della reazione ancora non si vedono, anche se staremo all'erta: se le troviamo sarete i primi a saperlo.

Per quanto invece concerne il Festival, stamane andiamo a omaggiare Woody Allen e poi ci prepariamo all'abbuffata. Sarà un piatto per certi versi indigesto, ma ricco di sapori: il fatto stesso che in un unico pentolone vengano mescolati Carlo Giuliani, ragazzo e il nuovo *Guerre Stellari* fa capire come Cannes sia un evento che racconta la diversità, la molteplicità, la multietnicità del cinema. Quindi non è un festival lepenista. Anche perché, e ci dispiace per i nostri governanti, un cineasta lepenista dobbiamo ancora conoscerlo.

l'inchiesta

Per i francesi la Croisette è troppo americana...

DALL'INVIATA

Gabriella Gallozzi

CANNES Se l'anno scorso era Laura Morante - altro stile, altro fascino - a dominare le copertine dei magazine francesi, quest'anno è Monica Bellucci la diva made in Italy più gettonata del festival. «Scandale a Cannes!» titola Studio, immortalando l'attrice in prima pagina con vestitino bagnato e rotondità al vento. Lo scandalo annunciato, infatti, è quello «pro-

messo» da *Irréversible*, film in concorso del francese Gaspar Noé, dove l'attrice è interprete di una delle sequenze più crude e violente - così assicurano tutti - della recente storia del cinema: quasi dieci minuti di stupro e brutalità varie subite dalla Bellucci nei panni della bella protagonista. Immagini così violente, pensate un po', che lo stesso Gilles Jacob, presidente del festival, confessò di non aver guardato. «Ho messo le mani davanti agli occhi», rivela in un'intervista a tutta pagina al giornale locale Nice Matin.

Cannes. Oggi presidente del festival, di cui per 23 anni è stato delegato generale e selezionatore, sarà proprio lui ad aprire le danze di questa edizione 2002 con un filmato di montaggio per celebrare il cinquantacinquesimo anniversario della kermesse. Un corto-ricordo che, stasera, accompagnerà la cerimonia d'apertura equamente spartita tra due eventi di segno opposto: l'anteprima planetaria del nuovo *Star Wars episodio 2* e l'atteso *Hollywood Ending* che riporterà sulla Croisette, dopo anni di assenza, Woo-

dy Allen. Nei confronti del quale, dopo le polemiche tutte italiane sul suo presunto tradimento del festival di Venezia, si sono scagliate anche quelle degli ebrei Usa decisi a boicottare Cannes in seguito agli incidenti antisemiti che si sono verificati nella Francia di Le Pen. Polemiche e scandali, o presunti tali, del resto sono da sempre il sale dei festival. Tanto più per Cannes. E se *Studio* dedica un lungo sondaggio dal titolo «A cosa serve Cannes?», traendo come conclusione che è meno interessante di prima, troppo americano, ma resta comunque un avvenimento atteso dai francesi, *Le Monde* fa di più. Dedicando un intero speciale sottolineando che «come ogni anno lo stesso fenomeno si riproduce: per due settimane tutti gli occhi del pianeta cinema sono puntati sulla Croisette». Come a dire che il festival dei festival ha le sue leggi: impossibile tirarsi in dietro.

frattaglie

— Bellocchio / 1: il tifo di Sgarbi «È così equilibrato...»
«Siamo ben rappresentati a Cannes da un regista autorevole, di grande sottigliezza, equilibrio, misura e forte sensibilità a tematiche psichiatriche». A parlare, alla vigilia del Festival di Cannes, è Vittorio Sgarbi, sottosegretario ai Beni Culturali, «estimatore» di Marco Bellocchio, il regista piacentino autore de *L'ora di religione* unico film italiano in concorso per la Palma d'oro. «Apprezzo l'opera di Bellocchio, autore che non cerca mai il consenso o il compiacimento del pubblico - aggiunge Sgarbi - per i temi che propone e che tratta con grande equilibrio e misura».

— Bellocchio / 2: il tifo di Montaldo «Mette in mora l'ipocrisia»
«Spero che per il film di Bellocchio ci sia tutta l'attenzione ed il successo che merita e lo stesso per quel grande attore che è Sergio Castellitto». Lo dice il presidente di Rai-Cinema, Giuliano Montaldo, alla vigilia del Festival di Cannes dove «la pattuglia italiana sarà agguerrita e dove - aggiunge - il nostro cinema sarà al centro dell'attenzione». Unico rammarico, per Montaldo, l'assenza nella giuria, presieduta da David Lynch, di italiani. «L'ora di religione mi è piaciuto assai - spiega Montaldo - per la storia, per la fotografia, per l'ambientazione: un film che fa discutere, riflettere, pensare è già di valore e Marco ci è riuscito». Non solo: a Montaldo è piaciuta «la messa in mora dell'ipocrisia comune di approfittare di certe situazioni e all'opposto la grande coerenza di Ernesto, il protagonista, nel rivendicare la sua laicità».

— Chi vincerà la palma? Tutti i giorni un exit poll
In occasione del Festival di Cannes, Mediametrie lancia «La rumeur de Cannes», una sorta di «exit poll», un'inchiesta per misurare il gradimento del pubblico del Festival sui film in concorso, e avanzare previsioni su quale potrà ottenere la Palma d'oro. Ogni giorno, dal 15 al 26 maggio, saranno scelte 200 persone, alle quali verrà chiesto quale sarà, secondo loro, il film scelto dalla giuria. I risultati saranno pubblicati quotidianamente dalla rivista specializzata «Film Française».

