cinema export

«EL ALAMEIN» E SALVATORES ALLA CONQUISTA DELL'ORIENTE
El Alamein di Enzo Monteleone è stato acquistato dagli Emirati Arabi e dai giapponesi che hanno preso anche il nuovo film di Salvatores, *Io non ho paura*; gli argentini vedranno invece *Un viaggio chiamato amore* di Michele Placido e *Il più bel giorno della mia vita* di Cristina Comencini. Sono alcuni dei contratti firmati all'American film market di Santa Monica. In un'edizione giudicata di basso profilo per la «latitanza» degli europei, la «prudenza» degli asiatici, e la scarsa disponibilità hollywoodiana, l'industria del cinema italiana ha chiuso con un bilancio positivo ad un appuntamento che è tra i più importanti del mercato mondiale.

pol spot

ALTRO CHE SESSO. RAGAZZI, PROVATE UN PO' AD ANNUSARE QUESTA PUBBLICITÀ...

Roberto Gorla

Dopo essere stato dato per morto anzitempo, il cinema si è invece dimostrato, oltre che vivo e vegeto, in continua evoluzione. Non solo nella produzione di opere di qualità artistica rilevante, ma anche nella loro realizzazione tecnica che oggi, grazie all'apporto del digitale, è capace di proporre allo spettatore situazioni così verosimili da risultare quasi palpabili. Tant'è che, nell'attesa dell'avvento della realtà virtuale, sembra essere il cinema il luogo ove entrare in contatto con la «materia di cui sono fatti i sogni» di cui parla Shakespeare. Farci vivere il cinema con tutti i sensi è l'obiettivo dichiarato del progresso cinematografico che, dopo aver portato vista ed udito ai massimi livelli, già pensa all'olfatto. Da qualche tempo è allo studio un sistema che diffonderà in sala odori e profumi coerenti con quanto scorre sullo schermo. Così che, almeno stavolta, per raggiungere la perfetta simulazione della realtà, non dovremo spingerci più in là del nostro naso. Ma ciò che per il cinema sembra essere l'ultima frontiera, per la pubblicità è già una realtà tangibile anzi annusabile. Il che, senza nemmeno gli artifici della tecnologia, bensì grazie alle suggestioni di un'abile regia e di un'idea creativa che, per conquistare il ricordo del telespettatore, non esita a prenderlo per il naso. Lo spot è infatti di quelli che sembrano studiati a tavolino per sollevare polemiche. E che cosa c'è di meglio in un paese dove la sessualità riesce ancora a creare imbarazzo, se non utilizzarla a scopo provocatorio? Funzionerà, c'è da scommetterci. Ci troviamo all'interno di un cinema e, da quel che denunciano le immagini, si direbbe nel Meridione, fra gli anni Cinquanta e Sessanta. La sala è buia e affollata. Molti spettatori seguono il film in piedi. Fra questi, un giovanotto decisamente più attratto dall'avvenente fanciulla mescolata, poco lontano, tra la folla degli spettatori, che dalle immagini sullo schermo. Il giovanotto le si avvicina da dietro ed approfittando dell'oscurità e della calca, le infila una mano sotto l'abito. La ragazza, complice, lascia fare. Nell'oscurità balenano un reggicalze ed un guizzo di pelle chiara. Sul viso della ragazza, un sussulto di piacere. È un attimo e la bella si allontana lasciando il corteggiare ad annusare, rapito, ciò di cui gli olezza la mano, furtiva come una lacrima malandrina. Compare il prodotto ed ecco che scopriamo trattarsi di un profumo firmato Dolce e Gabbana. Quale eufemismo ci aiuterà a descriverne il sentore? Nel migliore dei casi, prendendo a prestito il titolo di un bel film di Dino Risi, parleremo «profumo di donna», nel peggiore ci sarà utile attingere ad un famoso intervento televisivo di un Roberto Benigni scatenato nell'enumerare i nomi che si danno a quella certa ambita cosa che sta fra le gambe dell'altra metà del cielo. Siamo curiosi di sapere con quali alate parole saranno state descritte, sull'immancabile foglietto all'interno della confezione, le note di tal sedicente profumo. Anche se, assistendo a questo olezzante spot, sarà impossibile non sentirlo nell'aria o avere dubbi. E senza l'ausilio di alcun artifizio tecnologico. Chi vuol mettersene una goccia? (robertogorla@libero.it)

Passioni
uniti si vince
Per il lavoro. Per la pace. Per la giustizia
Un film di opposizione
in edicola con l'Unità a € 4,10 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

I grandi protagonisti della musica cubana
in edicola con l'Unità a € 5,90 in più

TV E POLITICA

Costanzo Fa' qualcosa di sinistra!

Caro Maurizio, pare che ci sia la resa dei conti in casa Mediaset: Piersilvio ti snobba, il giornaletto di Dell'Utri ti insulta e tu ti offri come mediatore tra Baudo e Sgarbi... dici di essere un progressista, allora mandali a quel paese

Fulvio Abbate

Ora che la resa dei conti fra l'uomo (del talk-show) e l'azienda (di Berlusconi) sembra imminente, ci piace immaginare il primo, perché no, come la spina nel fianco di Mediaset, esattamente alla maniera di Cuba con gli Usa. Titolo dell'intero *affaire*: «Maurizio Costanzo ovvero le contraddizioni in seno all'impero mediatico del presidente del Consiglio». Lo so, lo so, stiamo esagerando. Eppure gli basterebbe appena un cenno, a se stesso e ai suoi collaboratori, un «machissenefrega» definitivo, ma sì, gli basterebbe decidere in tutta coscienza che la misura è ormai colma, e dunque non c'è più ragione di «concedere» il proprio show tardo-serale agli «ingrati» di Canale 5. La domanda successiva riguarda, semmai, se vorrà portare fino in fondo, quel gesto estremo, eppure, visto lo stato dell'informazione, assolutamente necessario. Il gesto che spiazzerebbe i suoi detrattori, gli stessi che gli rinfacciano ora e sempre l'iscrizione alla P2 di Gelli o anche, come gli scriveva Sergio Saviane qualche anno fa su *Playboy*, d'essere «spietato con i deboli, docile con i potenti».

D'altronde, a guardare con attenzione i fatti, non è stato lui stesso a parlare espressamente di «regime» strisciante, o giù di lì? E ancora, non molte settimane fa, come l'implacabile *Blob* non ha mancato di mostrare e ancora mostrare, sempre lui, Costanzo, persona da sempre attenta a frenare la voglia di virile turpiloquio nazionale dei suoi ospiti in platea e perfino sul palco, se n'è uscito con un lapidario «e mo' so' c...». Un'espressione che, al di là del contesto dov'è stata pronunciata, cioè nel grottino-tavernetta di *Buona domenica*, suonava quasi come una dichiarazione di guerra, tanto che perfino il sottoscritto non ci ha messo niente a immaginare il conduttore nei panni del giusto-vendicatore William Holden del *Mucchio Selvaggio*. Ripartiamo dunque da quel «e mo' so' c...!». Dettaglio tutt'altro che secondario. L'uomo non ama sbracare, commettere errori, l'uomo conosce la strategia, l'uomo sa attendere, mediare, temporeggiare, studiare l'avversario, l'uomo sa dunque molto bene quando è il momento di tirare fuori l'artiglieria pesante o inviare un fonogramma al genio-pontieri.

Chi se lo sarebbe mai aspettato un Costanzo ai ferri corti con l'azienda di Berlusconi? Pochi, pochissimi. Ma ora procediamo con ordine. Il gran bordello ha avuto inizio con una lettera del giornalista Filippo Facci a *Il Domenicale*, non un giornale qualunque bensì la testata di Marcello Dell'Utri, poche settimane fa. Facci, mette nero su bianco che «21 anni di Maurizio Costanzo Truman Show denotano quantomeno una dittatura (Mussolini durò di meno)». Parole grosse che fanno supporre una resa dei conti.

Tipo? Tipo che qualcuno s'è stufato *tout court* del potere di Costanzo nei palinsesti Mediaset. Tipo che qualcuno pretende la fascia serale, e dunque immagina di insediarsi armi e bagagli al posto dello show del Parioli. Tipo implacabile resa dei conti punto e basta. A maggior ragione se si tratta di colpire chi ha ripetutamente sottolineato la propria adesione alle ragioni della Sinistra. Una scelta che Facci così parodiava nella sua lettera: «In sintesi dice: certi forzaitalioti mi vogliono cacciare, ricordatevi che voto Pds, ho fatto asse con Mentana e Ricci (la più divertente di tutte) e comunque Berlusconi m'imbarazza, mica sono Bruno Vespa, e poi mia moglie non è una raccomandata, e faccio buoni ascolti». Qualche giorno dopo, Dell'Utri, giusto per dimostrare che dietro le parole apparse sul suo giornale non c'è malevolenza, scrive una lettera a *la Repubblica* ribadendo la sua stima per il conduttore. Ma Facci, non pago, insiste: «In Italia, è tra le poche cose condivise da tutto l'Arco Costituzionale, brutti e volgari significa Maurizio Costanzo e Maria De Filippi: che poi i loro programmi abbiano successo, perché ammiccano al ventre molle dell'italiano mediocre e stravaccato in tuta da ginnastica, col bicchiere di limoncello, che dire: a me fa intimamente orrore ma anche realisticamente piacere, perché in questo modo ha successo anche la geniale azienda per cui pure lavoro, che è Mediaset».

Nella lettera viene anche citata «l'orribile Platinette». Se le cose stanno così, al di là della possibilità di sognare o meno Platinette testa in giù a piazzale Loreto, non resta che provare a tirare le somme del problema complessivo. Magari, rinunciando ai cavoli altrui, leggi i problema delle lotte di potere in seno all'azienda Mediaset. Molto meglio scommettere sulle prossime sortite di Costanzo. Già, cosa seguirà a quel semplice «e mo' so' c...»? Ricanterà, come aveva promesso (e fatto) dopo l'estromissione di Enzo Biagi e Michele Santoro dagli schermi Rai, *Contessa*, la canzone-inno di lotta scritta da Paolo Pietrangeli? Se sì, questa volta, al di là del fatto di poter confidare sul buon senso di Fedele Confalonieri per sbrogliare la matassa dei suoi rapporti con l'azienda, come lui stesso ha dichiarato, ci piacerebbe che scegliesse le strofe più esplicitamente «politiche», vorremmo che andasse giù duro con «se il vento fischiava, ora fischia più forte, le idee di rivolta non sono mai morte, se c'è chi lo afferma sputategli addosso...».

Il minimo, davvero il minimo, quando c'è di mezzo una guerra imminente e una volontà di normalizzazione inenarrabile, mai vista. Con questo, non riteniamo di chiedergli troppo, l'uomo, accanto alla colpa della scoperta di Platinette, ha comunque da rivendicare dell'altro, campagne «civili», che non è certo roba da buttare via, cose che non puoi liquidare in tre parole. Il ricordo di Giovanni Falcone sul palco del teatro Parioli, l'impegno ecologista dichiarato a più riprese accanto alla Legambiente di Ermete Realacci, e poi le campagne contro le mine anti-uomo, l'impegno per la difesa dei diritti e la dignità delle persone omosessuali, l'attenzione al progetto di Emergency di Gino Strada...

Sia pure nel girmi del suo show, metà *Satyricon* (nel senso di Petronio, non di Luttazzi) metà fiera nazionale (Fellini in *Ginger e Fred* non fa altro che citare lo show) un'esperienza assoluta che compreso il sottoscritto che la prima volta che mise piede come ospite al teatro Parioli associò ai tre giorni dell'arruolamento al distretto, Costanzo è riuscito ad affermare una propria carta dei diritti, e questo non è poco. Insomma, il momento è propizio, fra il sogno-bisogno della cacciata di Baldassarre e Saccà dai vertici Rai e l'agenda di lotta per la pace e, già che siamo lì, per cambiare direttamente la vita, chissà che la primavera imminente non porti anche la riscossa, di più, la trasfigurazione di Costanzo, l'uomo costretto talvolta a mostrarsi peggiore di quel che è.

Forse, nonostante le smentite di Piersilvio, il problema resta, c'è solo da capire chi vincerà la battaglia finale. Il conduttore o chi sostiene che «non c'è nessun regime a Mediaset: è per questo che io, pur lavorandoci, posso scrivere che Maurizio Costanzo è il peggio del peggio di questo Paese»? Quanto a Piersilvio, ora che ha preso il potere lì in azienda, non ha davvero bisogno di chi gli ricorda la di «prima repubblica di Mediaset», di un Costanzo che a tempo perso potrebbe perfino cazziarlo, molto meglio circondarsi di trentenni yes-man, e poi, se c'è da investire in pubblicità, puntare tutto sulle masse giovanili di tendenza, che sono già venute e che verranno, altro che i vecchi consumatori stanchi della terza serata. Sarà forse questa la ragione che lo porta a vestire i panni del mediatore in quest'ultima penosa questione di Sgarbi e del trans Bugatty al Dopofestival di Sanremo? Sarà solo un problema di sfida a Vespa o piuttosto la cosa svela il paradosso di una sempre più evidente Rainvest? Se il vento fischiava, ora che sono sempre più cavoli amari, fischia più forte...

Chi se lo sarebbe mai aspettato un Costanzo ai ferri corti con l'azienda di Berlusconi? Dove ora, scorrazzano solo gli yes-man

Maurizio è stufo: è forse giunta l'ora di rivendicare le battaglie civili per i diritti, le campagne anti-mine e l'impegno ecologista...

Film per la pace: ecco «Sotto il cielo di Bagdad»

ROMA È un manifesto per la pace il documentario *Sotto il cielo di Bagdad* realizzato da Mario Balsamo e Stefano Scialotti coordinati da Citto Maselli per la Fondazione Cinema del Presente. Presentato al cinema Nuovo Olimpia di Roma il documentario è stato girato a Baghdad dal 3 al 13 novembre 2002. Prodotto da Mauro Berardi, il film è stato realizzato nell'ambito della missione di pace organizzata dall'Associazione di Volontariato e Solidarietà «Aiutiamoli a vivere». I due giovani registi sono andati in Iraq insieme ad un gruppo di 20 musicisti italiani e hanno filmato la quotidianità degli abitanti di Baghdad, nei mercati, per strada, in famiglia, durante un matrimonio. «Siamo andati in Iraq con un gruppo di musicisti, loro per fare concerti contro la guerra. Noi per verificare se gli iracheni esistevano davvero o erano un'invenzione dei media occidentali. Siamo tornati in Italia per testimoniare che esistono e hanno facce, occhi e sorrisi esattamente come noi e per dire che vogliamo tornare a rivedere quelle facce». Il titolo prende spunto da un doppio significato che il cielo ha per gli iracheni; il cielo è emblema di positività, è sede di Allah, è l'origine della vita ma è anche il cielo che si fa scuro e si riempie di bombe, o verde di esplosioni come lo ricordiamo negli schermi della Cnn durante la Guerra del Golfo. Quel periodo ritorna spesso nei discorsi degli abitanti di Baghdad e i ricordi si alternano alle dichiarazioni di paura e a quella di coraggio che i due registi hanno raccolto nelle tante interviste. Ma i visi e le voci che rimarranno più impresse sono quelle dei bambini iracheni, i bambini ricoverati negli ospedali perchè colpiti da casi di leucemia che si sono sestuplicati dopo la Guerra del Golfo, i bambini che i medici non sanno come curare poichè mancano i farmaci bloccati dall' embargo, ma anche i bambini nelle scuole, dove il regime dittatoriale si fa più visibile nel rigido indottrinamento degli alunni, i bambini che cantano le canzoni che inneggiano a Saddam Hussein, i bambini che ridono e guardano nell'obiettivo della telecamera. Il documentario fa parte del progetto della Fondazione Cinema del Presente ideata da Citto Maselli dopo i tragici eventi di Genova.

LA LIBERTÀ, I DIRITTI, LA PERSONA
UN'ALTRA IDEA DELL'ITALIA
CONVENZIONE DEI DEMOCRATICI DI SINISTRA PER IL PROGRAMMA DE L'ULIVO

Consulta Ds Infanzia e Adolescenza "Gianni Rodari"

Il valore della persona
Handicap, bambini e diritti

Introduce
Anna Serafini

Conclude Prima sessione
Silvio Natoli

Conclusioni
Luigi Giacco

Intervengono:
Antezza, Barbieri, Baronciani, Baroni, Bassoli, Benzi, Borzani, Bollini, Burlando, Calzoni, Capitelli, Cavallo, Contardi, Conti, Daita, Dagna Bricarelli, Daniele, De Simone, Falcomatà, Federici, Frega, Guasto, Guglielmino, Intrieri, La Spisa, Lastri, Margini, Montefalcone, Monteverde, Moretti, Natoli, Pesenti, Pignaris, Piombo, Pozzi, Rambaudi, Ravera, Secchiaroli, Tullo, Veardo, Viglino.

Genova, 28 febbraio 2003 ore 9.30 alle 17.30
Auditorium Eugenio Montale
Galleria Cardinale Siri

Democratici di sinistra, Direzione nazionale
Gruppi Ds - L'Ulivo di Camera e Senato
Parlamento Europeo, Gruppo PSE Delegazione DS