

IL FESTIVAL DI VENEZIA RENDE OMAGGIO A KATHARINE HEPBURN. La 60/ma Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia (27 agosto-6 settembre) renderà omaggio a Katharine Hepburn con la copia restaurata di *Tempo d'estate* (*Summertime*). Il film diretto nel '55 da David Lean e ambientato appunto a Venezia, è la storia di un'americana di mezza età che si innamora di un antiquario italiano (Rossano Brazzi). Il film, che vide nel cast anche Isa Miranda, ottenne due candidature agli Oscar del '56 per l'interpretazione della stessa Hepburn e per la regia di David Lean. La Mostra di Venezia dedicherà l'evento speciale all'attrice con la visione della nuova copia restaurata.

promozioni

CALA IL PUBBLICO AL CINEMA? DOMANI, INTANTO, CI POTETE ANDARE CON DUE EURO (SENZA SCHERZI)

Gabriella Gallozzi

C'è grande agitazione sotto il cielo del cinema. L'altro giorno lo sciopero dei doppiatori per il rinnovo del contratto. Poi la mobilitazione degli attori - non solo di cinema - che chiedono tutele sociali per vincere il perenne stato di precariato in cui versa la categoria. E ancora, lo scorso 20 giugno, la serrata degli esercenti piemontesi e valdostani che dichiarano lo stato di crisi denunciando il raddoppio degli schermi a fronte di una riduzione del pubblico. Che fare? Intanto per domani si entrerà al cinema al costo di soli due euro. Questa, infatti, è l'iniziativa promossa dall'Anec, l'Associazione degli esercenti, che vuol suonare a mo' di grido d'allarme per sensibilizzare anche il pubblico sul problema. Il «dibattito», insomma, è aperto. E domani l'Associazione di categoria si riunirà

a Roma per gli Stati generali. «Una riflessione ampia - spiega Walter Vacchino, presidente dell'Anec - , in diretto colloquio con gli associati, sulla serie di problemi che rendono difficile il mestiere di esercente in modo spesso drammatico». Alla base della crisi, sostengono gli esercenti, sono i troppi schermi mal distribuiti e le poche copie di film disponibili per le strutture meno forti, ma anche pirateria audiovisiva, condizioni di noleggio, uscite di film per tutto l'anno, politiche promozionali. L'anno 2002, dati Siae sull'intero mercato, si chiude a 111 milioni e mezzo di spettatori contro i circa 110 dell'anno precedente, e anche il primo semestre del 2003 mostra una situazione invariata rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Insomma, il pubblico italiano «non cresce e non crepa», finendo all'ultimo posto nella

classifica per consumo di cinema dei grandi paesi europei. Fulvio Marcellino esercente di Torino, per esempio, che ha aderito alla serrata dei cinema piemontesi e valdostani - intervistato dal «Giornale dello spettacolo» - dichiara che «gli schermi sono raddoppiati ma gli spettatori sono diminuiti del 3%. La situazione è critica per tutti, nessuno escluso: monosale, multisale, ma anche multiplex. Va male per tutti di un motivo: non c'è un buon prodotto, non ci sono copie per tutti, non c'è un rapporto positivo con la distribuzione e non c'è razionalizzazione nell'apertura sale». Gli fa eco da Catania Alfio Patané, «troppe sale, troppi schermi troppa facilità nel dare licenze di apertura. Qui in Sicilia ancora non ci sono multiplex, ma si comincia a sentir parlare di pro-

getti per Palermo e Catania. Già siamo stretti adesso, figuriamoci dopo». Per Alberto Pedrazzini, esercente in provincia di Piacenza, uno dei problemi gravi è la carenza delle copie: «non sempre riesco ad avere il film in prima visione e quando mi arriva diverse settimane dopo la prima uscita nazionale devo scontrarmi con lo stesso titolo in videocassetta e in dvd». Così, dopo l'entusiasmo per i multiplex c'è chi, come Paolo Ferretti di Orvieto, propone di mettere un vincolo sul numero di copie da dare ad ogni multiplex: «esistono strutture che ricevono anche 3 o 4 copie dello stesso film, mentre i piccoli esercenti devono aspettare settimane per proiettarlo». E ancora c'è l'annosa questione del prolungamento della stagione cinematografica all'estate. Tanta carne al fuoco, dunque, che rischia di bruciarsi.

Hotel
Palostino
di Toni Fontana

Oggi in edicola
con l'Unità
a € 3,10 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Hotel
Palostino
di Toni Fontana

Oggi in edicola
con l'Unità
a € 3,10 in più

CINEMA

Charlie's Angels, trash in piazza

Francesca Gentile

LOS ANGELES *Hollywood Reporter*: «Vedere *Charlie's Angels Full Throttle* è come essere strapazzati in un flipper maneggiato da un bambino di sei anni con la sindrome da iperattività».

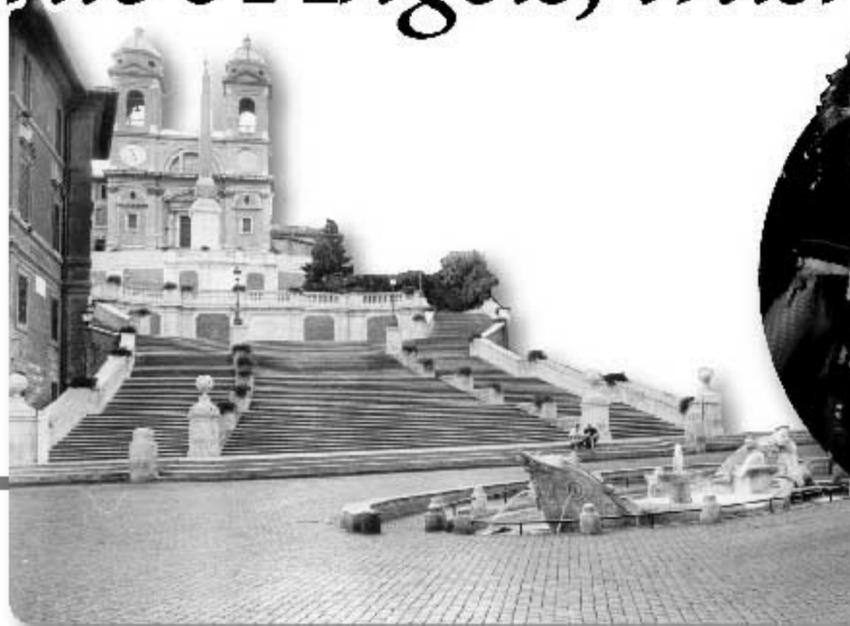
Chicago Tribune: «Quello che questo film rappresenta è la morte del cinema».

Rolling Stones: «Vedere questo film è come essere picchiati per ore con un piuinino, non ti lascia ferite, ma alla fine senti dolore».

Los Angeles Daily News: «Il peggior film dell'anno».

Quello che la stampa americana ha bollato come un'autentica schifezza ha raccolto nel primo weekend di proiezione negli Stati Uniti la considerevole cifra di 38 milioni di dollari ed è balzato al primo posto nella classifica dei film più visti. La solita incongruenza fra i gusti dei critici e quelli del pubblico? Non si direbbe. Ecco i commenti degli spettatori raccolti dal sito del cinema imdb.com: «Spaventosamente ridicolo», «Voglio i miei soldi e l'ora e mezza della mia vita indietro!», «È un porno o un action movie?», «Ci sono così tante scene d'azione da essere noiose oltre ogni aspettativa».

Allora qual è il segreto del successo di *Charlie's Angels Full Throttle*? Semplice: una fantasmagorica, roboante, iperbolica, mastodontica campagna pubblicitaria, una di quelle operazioni di marketing da capogiro, capace di far passare tutto il resto in secondo ordine: non serve più la qualità, non è necessario che ci sia una trama, non occorre che il regista sappia fare il suo mestiere o che i protagonisti sappiano recitare. Nulla di tutto questo, il film potrebbe addirittura non esserci e di fatto è così, il film praticamente non c'è, *Charlie's Angels Full Throttle* è una specie di truffa, è pagare per vedere un film e trovarsi seduto in poltrona a vedere un trailer, un trailer che dura



Piazza di Spagna a Roma e le tre star di «Charlie's Angels». Sotto, Demi Moore nello stesso film

Per il *Chicago Tribune* il film è «la morte del cinema» ma queste *Angels* hanno sbancato la classifica Usa. Puro marketing: metti uno schermo nel centro di Roma e circondalo di décolleté... come accadrà domani

l'evento (?)

Veltroni sposta lo show: in Piazza di Spagna no

Stefano Miliani

ROMA Bel colpo, sindaco. Assuefatti come siamo ai bombardamenti mediatico-commerciali, magari non ce ne accorgiamo più. Eppure qualcosa di strano c'è, nello sfruttamento senza remore di antichi spazi cittadini dove dietro la retorica della bellezza sta, nudo e crudo, il commercio e la conquista del mercato: soprattutto quello fatto da chi non conosce alternativa al modello modaiole-televisivo. I fatti: piazza di Spagna, frequente scenografia per le sfilate di moda, per la prima volta ha rischiato di far da quinta per una proiezione all'aperto del film d'azione *Charlie's Angels: più che mai* (*Full Throttle* in inglese). Per domani sera pareva tutto fatto, a cura della Columbia Sony Star, con un migliaio di posti a sedere sugli scalini ammorbiditi da cuscini «antiumidità». Il film, che vede Cameron Diaz, Lucy Liu e Drew Barrymore nei ruoli delle salvatrici del mondo, viene proiettato alla presenza delle tre attrici: elemento essenziale per il lancio italiano della pellicola per garantire l'«esclusività» della serata, parola magica che conferisce status, scatenata i media. Ma che spalma una patina di presunta eccezionalità su un avvenimento in fondo solo mercantile.

Sulla scalinata ogni giorno si assepano ragazzi e ragazze, con i primi che tentano ripetutamente di imbrogliare le seconde, meglio se straniere. Domani sera su quegli scalini dovevano appoggiarsi semplicemente abiti più costosi. Il grande schermo in piazza, l'immancabile corredo della beneficenza alla serata per un'etichetta di bontà, un tripudiar di flash, un film i cui ingredienti sono azione e belle ragazze, l'obiettivo è esplicito: far man bassa al botteghino. Per far ciò gli strateghi delle major del cinema puntano al famoso «evento», altra parola magica. Stavolta l'effetto «evento» lo doveva garantire il luogo. Invece, la macchina si è inceppata. Non uno stop totale, ma una manovra pulita motivata dalla cura nei confronti di pietre delicate: la festa di lancio si farà ma non con quello scenario alle spalle e - per decisione di Veltroni - trasloca di poco, quel tanto che basta a trasformarla in un appuntamento senza grandiosità, in piazza Mignanelli, a pochi passi dalla scena principale ma irrimediabilmente fuori. Festa aperta a pochi, preclusa ai più. Così il pubblico dei grandi numeri, sapendosi escluso, cercherà di sentirsi partecipe di un rito a cui non può partecipare seguendo le cronache mondane, cercando di intravedere a distanza siderale le star passare in mezzo a transenne e guardie del corpo.



un'ora e mezza.

Ecco perché c'è chi ha parlato di morte del cinema, perché in questa enorme operazione di spettacolo c'è tutto meno che il cinema. Ci sono tre belle ragazze seminude (Cameron Diaz, Drew Barrymore e Lucy Liu) che sculettano davanti alla cinepresa, ci sono tanti di quegli effetti speciali da rischiare la crisi epiletica, c'è una bella quarantenne, in passato anche in grado di fare film discreti (Demi Moore) che ha dato una grossa mano ai maghi del marketing presentandosi alla première losangelina del film (che la vede nel ruolo di angelo caduto e cattivo) accanto al nuovo fidanzato, il venticinquenne Ashton Kutcher, e al vecchio marito, Bruce Willis, e dando di che campare ai giornali scandalistici dell'intero globo terrestre per, almeno, i prossimi tre mesi. Ci sono poi le feste organizzate nelle capitali di tutto il mondo come quella accanto a Piazza di Spagna, c'è internet invasa da banner, corti d'animazione, poster ammiccanti e quant'altro, c'è il trio di «Angeli» che sta compiendo un autentico tour de force con apparizioni nelle trasmissioni di tutti i novecento e oltre canali televisivi americani (ad esclusione di quello dedicato alle ricette culinarie, ma non ci stupiremmo di vedere un giorno Cameron Diaz con addosso solo un piccolo grembiolino, intenta a prepararsi

l'autentica ricetta del «pudding alla *Charlie's Angels*»), c'è di tutto e di più.

Ecco dunque spiegato il segreto di questo film-non film. Chi ritiene che per fare cinema ci voglia ancora una storia da raccontare, la capacità di saperlo fare, degli attori con un minimo di talento e qualche sala cinematografica dove poter proiettare si sbaglia, per fare cinema, al giorno d'oggi ci vuole solo una squadra di agenti pubblicitari agguerriti e i soldi necessari per poter sostenere le spese delle loro iperboliche idee. Ma non era più facile fare il film?

parole di verità

L'importante è che non ci abbiano invitati

Alberto Crespi

Una volta in Piazza di Spagna abitavano i protagonisti di Roma città aperta. Oggi si è rischiato di proiettarci *Charlie's Angels 2*. Un segno dei tempi? Intanto, prendiamolo come un segno del cinema - e si sa che i segni del cinema ci dicono molte cose su noi stessi, sulla nostra storia, sui luoghi in cui viviamo. Rimanendo a Roma, quasi tutte le piazze della città eterna hanno avuto i loro momenti di gloria cinematografica. A Piazza Navona, ad esempio, vivevano i giovani bullelli di Poveri ma belli, e Marisa Allasio faceva la commessa in un negozio situato dove oggi ci sono dei lussuosi uffici dell'Ambasciata di Francia. Sì, avete capito bene: ci VIVEVANO, non ci passavano per fare shopping. Era un'altra Roma, un'altra Italia, un'altra epoca. I «poveri ma belli» di oggi possono andare in Piazza Navona al massimo per la Befana. Questo per dire che la memoria (cinema-

tografica, popolare, storica) legata ai luoghi di Roma è una cosa, l'attualità è un'altra. Piazza di Spagna è, da questo punto di vista, un luogo esemplare. Quando ci trasferimmo a Roma (da Milano) negli anni '80, infuriava la polemica sul McDonald's: fu uno dei primi luoghi romani che andammo a visitare, e scoprimmo quasi con disappunto che il famigerato fast-food stava in un angoletto defilato della piazza, era praticamente invisibile e francamente non rompeva le scatole a nessuno. La scalinata di Trinità dei Monti è

un luogo mitico per i turisti di tutto il mondo (gli americani la chiamano «the steps», i gradini), ma proprio questo andirivieni di turisti le ha tolto ogni sacralità. Ha un senso solo in quanto appartiene alla gente. Ed è molto bella la leggenda metropolitana - che pare sia proprio vera - secondo la quale ci ha suonato anche Bruce Springsteen, in incognito: stava passeggiando la sera prima di un concerto a Roma e si fermò a strimpellare qualche canzone con dei ragazzi che suonavano la chitarra, e potranno raccontare tale miracolo ai

nipotini. Per questo la cosa più fastidiosa della faccenda-Charlie's Angels non è che la piazza potesse essere «contaminata» dalla proiezione di un film quasi sicuramente insulto, ma che la proiezione sia ad inviti, come il concerto di Paul McCartney dentro il Colosseo. Fosse aperta, sarebbe più divertente. Ciò non toglie che la piazza non verrà ridotta peggio di quanto già facciano le periodiche sfilate di moda, altrettanto deprecabile di un film sugli angeli di Charlie, o di quanto sia successo nel Paziente inglese di Anthony

Minghella, che nella piazza ha piazzato - all'angolo con Via Condotti - un caffè con tavolini all'aperto che non è mai esistito. Gli unici che in situazioni del genere potrebbero rimetterci qualche ora di sonno sono i residenti che ci abitano, ma è giusto chiedersi: 1) quanta gente ha le finestre di casa che affacciano su Piazza di Spagna? 2) uno che abita in Piazza di Spagna ha il diritto di protestare? Chiamatelo pure odio di classe, però è un fatto che la piazza non è più quella del '44, dei tempi di Roma città aperta. Allora in

quelle case si lottava contro i nazisti, oggi al massimo si può lottare contro gli scontrini della sala da tè Babington o del Caffè Greco, luoghi dove un bicchiere d'acqua si può pagare con un comodo mutuo ventennale. Rimaniamo al cinema. Per quanto ci riguarda, facessero pure *Charlie's Angels*: l'importante è che NON ci abbiano invitati! Per redimersi, sarebbe sufficiente che sulla casa di Roma città aperta venisse affissa una lapide in ricordo di quel capolavoro; e che l'assessorato alla viabilità facesse dipingere due strisce sul pavé della piazza, con accanto la scritta: «Questi sono i segni dei pneumatici dell'Aurelia guidata da Vittorio Gassman nel Sorpasso». Sì, perché Bruno Cortona passava anche di lì, vedeva un tizio con due levrieri al guinzaglio e gli strillava «Schiaivo! Schiaivo! cani!!!». Sarebbe bello che passasse anche oggi, di schiaivi e di cani ne troverebbe ancora parecchi.