

ADDIO FRANCESCO LAUDADIO, «GIRÒ» L'ITALIA E I SUOI VIZI GROTTESCHI

È scomparso l'altra notte a Bologna a soli 55 anni il regista Francesco Laudadio, stroncato da una lunga malattia, nonostante la quale, però, è riuscito a portare a termine il suo ultimo lavoro: Signora. Nato a Mola di Bari (Ba) il 2 gennaio del 1950, il regista sarà cremato, senza alcun rito funebre, così come ha annunciato suo fratello Felice, già direttore della Mostra del cinema di Venezia. In molti lo ricorderanno per aver lanciato sul grande schermo l'ex top model Monica Bellucci con La ruffa (1991), ma la passione per il cinema di Francesco Laudadio è ben più «antica» e radicata in un'idea di tagliente satira sociale. A cominciare, infatti, dal suo film d'esordio Grog (1982) al quale arrivò dopo una «gavetta» come aiuto regista con Mario Monicelli, Ettore Scola e Alberto Sordi.

Qui la storia è quella di un sequestro trasformato in una diretta televisiva di successo con tanto di spot pubblicitari, a ribadire, insomma, la critica della società dello spettacolo, descritta in chiave di commedia grottesca. Il film vincerà il festival di San Sebastian e un David di Donatello. L'anno seguente è quello della morte di Enrico Berlinguer e del grande film collettivo di salute al dirigente comunista cui, tra i tanti, tantissimi registi e filmmaker, partecipa anche Francesco Laudadio. «Non dimenticheremo mai il suo "Addio Berlinguer" - ricorda Gianni Borgna, assessore alla cultura del comune di Roma - un film in cui Francesco testimonia con rigore e mano da grande cineasta uno dei momenti più commoventi e corali della storia italiana del dopoguerra». Una storia, quella d'Italia,



che Francesco continua a raccontare a suo modo, sempre nei toni del grottesco e spesso anticipando le tematiche del dibattito sociale. Così come fa nel suo film successivo, Fatto su misura con Ugo Tognazzi, incentrato sul tema della fecondazione artificiale. Del 1987 è poi la sua «incursione» nel nucleare. O meglio contro il nucleare. Nasce così Topo Galileo da un soggetto di Stefano Benni e sceneggiato con Beppe Grillo che ne è anche il protagonista, nei panni di un «cacciatore» di cavie trasformato a sua volta in cavia per esperimenti nucleari a fini militari. Abbandonate in qualche modo le corde dell'apologo grottesco e surreale affrontate con Beppe Grillo, Francesco Laudadio prosegue sulla via della satira sociale, stavolta fotografando la ricca borghesia del Sud. È la

riffa, il film che lanciò, appunto, l'allora modella Monica Bellucci ora divenuta star internazionale. Il racconto segue le sorti di una bella vedova che, lasciata piena di debiti dal marito, decide di «concedersi» come premio di una ruffa, appunto. Nel 1992 è poi la volta di Persone perbene, storia di un borghese rampante che si trasforma in killer con Massimo Ghini e Elena Sofia Ricci, e nel '96 partecipa al film collettivo Esercizi di stile. Ma tra i suoi impegni c'è stata anche la tv. A cominciare da L'ultimo Concerto, proseguendo con Il Mastino e, nel 2001, Inviati speciali. Il suo ultimo lavoro è stato Signora, uscito recentemente in sala e portato a termine quando la malattia lo aveva già aggredito.

g.ga.

CD MUSICA

Classica di classe

CASALS
Mozart

in edicola
il 10° Cd

con l'Unità a € 5,90 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

CD MUSICA

Classica di classe

CASALS
Mozart

in edicola
il 10° Cd

con l'Unità a € 5,90 in più

Alberto Crespi

CINEMA E NUOVA RESISTENZA

Mac, non avrai il mio stomaco

Dopo la lobby dei fabbricanti d'armi, dopo la Fox di Murdoch che fa il bello e il cattivo tempo nell'informazione, dopo la Ibm che fornì tutto il know how logistico alla macchina dell'Olocausto, dopo i petrolieri texani (capeggiati dai Bush) amici e soci in affari della famiglia Bin Laden, ora tocca a McDonald's: beccatevi 'sti documentari, multinazionali, e tremate!

Se il cinema di Hollywood, salvo sporadiche eccezioni, è tutto appiattito sulla logica del «politicamente corretto», il documentarismo americano è in questo momento una formidabile macchina di controinformazione e di propaganda politica. Michael Moore non è più solo, non lo è mai stato. Anzi, è stato superato a sinistra, ammesso che nella politica e nella società americane siano facilmente riproducibili i nostri concetti di destra & sinistra. Mentre il regista di *Bowling a Columbine* individuava nella Casa Bianca il proprio obiettivo polemico, e confezionava con *Fahrenheit 9/11* un pamphlet dichiaratamente destinato a far perdere le elezioni a Bush jr. (calcolo, purtroppo, sbagliato), altri autori decidevano che la vera battaglia politica, negli Usa, si svolge sul terreno dell'economia, dell'influenza che la grande industria ha sull'*american way of life*, sullo stile di vita del grande paese. Ecco quindi *The Corporation*, di Jennifer Abbott e Mark Achbar, ispirato al libro di Joel Bakan (dvd e libro sono stati pubblicati in un prezioso cofanetto dalla Fandango, la casa di produzione e distribuzione cinematografica, da poco attiva anche nell'editoria, che ha distribuito il film in Italia). Si tratta, forse, del documentario più complesso e anche stilisticamente più ricco, un'inchiesta nel concetto stesso di «multinazionale» e del suo ruolo nella storia americana e mondiale. Ecco *The Take*, il film di Naomi Klein (la scrittrice di *No Logo*) e Avi Lewis che racconta l'altra faccia della medaglia, il momento in cui le ditte argentine fallite a causa del crack del paese di Menem vengono riaperte e rilanciate dagli stessi operai. Tutti film che hanno trovato la via delle sale italiane: non c'è solo la Fandango, per fortuna, anche Bim, Lucky Red, Mikado e altre distribuzioni medio-piccole hanno deciso di provarci, forti del precedente di Michael Moore.

Il prossimo week-end vedrà l'arrivo nelle sale di due film che sono, per motivi diversi, diventati dei «casi». Uno è bellissimo: *Super Size Me*, di Morgan Spurlock. L'altro è meno bello ma per certi versi è un «caso» ancora più singolare: *Mondovino* di Jonathan Nossiter (si veda il box in questa stessa pagina). Sono accomunati da un dato fisico, anzi, biologico: riguardano il nostro apparato digerente, nonché le nostre papille gustative. Si occupano di ciò che mangiamo e beviamo, in ossequio alla filosofia di Feuerbach secondo la quale l'uomo è ciò che mangia (e beve). *Mondovino*, lo dice il titolo, parla di vino. *Super Size Me* parla di fast-food, e quindi in senso lato di salute, la nostra salute e quella dei nostri figli sedotti da *cheeseburgers* e *milk-shake*. Parliamo di quest'ultimo.

Morgan Spurlock è un giovane americano che, per amore del cinema e della verità - e anche, parliamoci chiaro, di una dose *super size* di narcisismo - ha condotto su di sé un agghiacciante esperimento. Prima si è fatto le analisi: una volta constatato di avere una salute di ferro, si è nutrito per 30 giorni solo ed esclusivamente da McDonald's. Colazione, pranzo, merenda e cena. Unica regola:

Dopo «Fahrenheit 9/11», «The corporation», «The Take», «Mondovino»: il potere delle multinazionali è messo a nudo



provare almeno una volta tutti i cibi sul menu. Regola aggiuntiva, visto che i 30 giorni sono coincisi con un viaggio *coast to coast*, da Los Angeles a New York: provare le specialità «locali», i piatti regionali con i quali McDonald's varia, si fa per dire, la propria offerta. Il risultato è impressionante: in un mese, Spurlock è ingrassato di 25 libbre, ha visto il proprio colesterolo salire alle stelle e ha compromesso le funzioni di svariati organi interni ed esterni, dal fegato all'apparato riproduttivo (dopo due settimane la sua fidanzata, vegetariana convinta, sostiene che a letto non è più lo stesso; dopo un mese non è più, punto e stop).

Ora, l'attendibilità scientifica di un simile esperimento kamikaze è ovviamente vicina allo zero: *in primis* il giovane Morgan potrebbe avere, che so, una particolare intolleranza alle patatine o al ketchup, *in secundis* McDonald's ha buon gioco nel rispondere che nessuno dovrebbe nutrirsi nei suoi fast-food tutti i giorni... e se ci pensate proprio questa saggia risposta della multinazionale racchiude il paradosso. Vogliamo dire, se mangiare tutti i giorni da McDonald's provoca assuefazione e morte, come si legge nelle istruzioni dei medicinali, ammetterete che qualcosa non



Morgan Spurlock regista e interprete del film anti fast-food «Super Size Me»

Controinformazione, compagni! Ci pensa il cinema, quello americano a mettere a nudo il potere delle multinazionali. Come nel caso di «Super Size Me», inchiesta sulla pericolosità della dieta McDonald's. Il regista si è sfamato lì per un mese e l'ha raccontato

Il gruppo in Gran Bretagna ha acquistato pagine di giornali per difendersi dall'accusa. Allarme in Italia: le multinazionali decideranno i nostri cibi

McDonald's replica: la ciccia non è colpa nostra

Gabriella Gallozzi

ROMA Certo per la MacDonald's è stato davvero un boccone amaro. Difficile da mandare giù. Infatti contro *Super Size Me*, il documentario anti fast-food di Morgan Spurlock - nelle nostre sale da domani - la multinazionale dell'hamburger ha tentato ogni strada. Per «attutire il colpo» s'intende. Già alla sua uscita in Gran Bretagna McDonald's ha acquistato intere pagine sui quotidiani più letti del paese per difendersi dall'inesorabile accusa lanciata dal film: essere la prima causa di obesità tra la popolazione oltre che il responsabile della distruzione dell'organismo se sottoposto ad «assunzioni» massicce dei cibi del suo marchio. «Siamo d'accordo con l'argomento centrale del film - ha ribattuto la multinazionale del *cheeseburger* dalle colonne dei giornali - se mangi troppo e ti muovi poco non è una buona cosa. Non siamo d'accordo

con l'idea che mangiare da McDonald's faccia male».

E sulla stessa linea è anche la «difesa» messa a punto dalla MacDonald's in Italia, dove, intorno a *Super Size Me*, si è tenuta l'altra sera una sorta di tavola rotonda tra le diverse scuole di pensiero: i fautori del fast food, cioè i rappresentanti della multinazionale americana e quelli dello «slow food», appunto, rappresentati da Silvio Barbero, segretario nazionale dell'associazione «del mangiar bene». «Questo film riflette una realtà che qui non c'è», si è difeso Alfredo Pratolongo direttore della comunicazione di McDonald's Italia. «Concordo che il tema è di massima considerazione - prosegue - ma non sul sensazionalismo del film perché non è utile all'educazione - spiega Pratolongo - in Italia ci sono 250 mila esercizi di ristorazione, 80 mila bar e i McDonald's sono solo 330. Stigmatizzare come esempio negativo solo McDonald's è sbagliato perché sembra che eliminandolo si risolverebbe il problema della cattiva alimentazione».

«Utile perché pone una serie di quesiti» è, invece, il giudizio sul film di Silvio Barbero segretario nazionale di Slow Food. «Vi si denuncia - spiega - uno stile di vita proposto come facile, economico, aperto a tutti che noi contestiamo per due motivi: perché è basato sull'idea che per alimentarsi bisogna spendere poco e perché annulla il rapporto tra cibo e territorio». Il segretario generale di Slow Food, infatti, ci tiene a precisare che quello della propria associazione nei confronti di McDonald non è uno scontro «di allegri gastronomi elitari. Noi cerchiamo di portare avanti un discorso di cultura alimentare che passa attraverso il rapporto tra prodotto cibo e territorio. Ogni giorno spariscono le piccole produzioni - ha concluso - se si continuerà così ci troveremo di fronte alle multinazionali del cibo che ci imporranno gli stili alimentari. Noi ci battiamo per la consapevolezza nell'alimentazione». Perché anche un altro modo di mangiare sia possibile.

va! Inoltre, Spurlock va in giro armato di videocamera a intervistare ragazzi americani di ogni estrazione ed etnia, e molti di loro confessano tranquillamente di bazzicare i fast-food con frequenza quotidiana. Del resto, nel film ci sono numerosi personaggi intervistati (scienziati, esperti di marketing, nutrizionisti) e il più strepitoso di loro, tale Don Gorske, viene presentato come Big Mac Enthusiast (il Big Mac è uno dei panini che compaiono nel menu di tutti i McDonald's del mondo). Gorske è il corrispettivo McDonald's dell'Uomo di Marmo di staliniana memoria: quello alzava muri di mattoni a velocità supersonica, nel nome di Stakhanov, e gli facevano la statua fuori dalla fabbrica; lui ha invece un'insegna in suo onore fuori del fast-food preferito, perché in vita sua ha superato i 19.000 Big Mac consumati. La racconta come se fosse una cosa normale: «Quando ho mangiato il mio primo Big Mac la mia vita è cambiata. Ne ho subito trangugiati sette, uno dopo l'altro. Poi mi son dato una calmata: non ne mangio mai più di due o tre al giorno». Ora, Gorske può anche essere un pazzo, o un fenomeno che donerà (speriamo) il suo corpo alla scienza, o un attore pagato dalla MacDonald's a scopi pubblicitari: ma che dire di tutti i bambini americani per i quali il clown della famosa ditta di sandwich è una presenza più popolare di Topolino o di Gesù? Che dire di tutti i menu con allegati giocattoli, e di tutte le offerte *super size* (da cui il titolo del film) finalizzate ad accalappiare il cliente e a non mollarlo mai più? Direte: è marketing, è marketing, e nel libero mercato tutto è lecito. Ma se scopriremo che, a causa di questo marketing, la salute dei nostri figli è in pericolo? E che il medesimo marketing è ciò che ha trasformato gli Stati Uniti nel paese più obeso del mondo? E che la somministrazione di grassi e zuccheri illimitati coinvolge anche un'azienda, la Sodexo, che è leader nel settore delle mense scolastiche su entrambi i lati dell'Atlantico, Italia com-

Occhio al vino Usa

Venerdì, oltre a *Super Size Me* di Morgan Spurlock (distribuzione Fandango), arriva nelle sale italiane anche *Mondovino* di Jonathan Nossiter, distribuito dalla Bim. È un film meno sofisticato e interessante di *Super Size Me*, ciò non di meno è diventato un vero e proprio «caso» in Francia, paese che l'ha letteralmente adottato. Nel 2004 è stato addirittura in concorso al festival di Cannes, come il vincitore della Palma d'oro *Fahrenheit 9/11*. Sebbene parli di tutt'altro, si può affermare che *Mondovino* è piaciuto ai francesi per gli stessi motivi: per il suo essere sfacciatamente partigiano, e in senso lato «anti-americano». Proviamo a spiegarci: *Mondovino* è un'inchiesta sui diversi modi di produrre il vino sui due lati dell'Atlantico. Soprattutto, è una denuncia sui metodi «imperialisti» attraverso i quali i produttori americani stanno cercando di monopolizzare il mercato, rilevando uno dopo l'altro i piccoli produttori europei e usando le loro uve per produrre, in sostanza, vini uguali in tutto il mondo. Intervistando da un lato i rampanti produttori californiani della Napa Valley, dall'altro i vecchi viticoltori d'Italia e soprattutto di Francia che ci raccontano quanto è bello produrre preziose bottiglie come si faceva una volta, il regista Nossiter prende posizione in modo netto: il film è un elogio della «difference», come direbbero i francesi, della diversità e dell'eccezione culturale. Un tema al quale la Francia è molto sensibile, in molti settori. È curioso come il cinema americano abbia usato il vino come metafora del gusto, della raffinatezza, forse addirittura della vita in ben due film nel corso del 2004: il narrativo *Sideways*, di Alexander Payne, candidato a svariati Oscar, e questo fortunatissimo documentario. Che però è prolisso, nobilmente noioso, e girato in modo fastidiosamente naïf, con macchina a mano perennemente traballante. Per enologi e sommelier, comunque, sarà una pacchia: il film della vita.

La cosa rinfrescante di *Super Size Me* è che fa nomi e cognomi, cosa che abbiamo potuto fare anche noi in questo articolo. Il film è polemico, spaventoso, inquietante e fragorosamente divertente. La buona notizia, alla fine, è che Morgan Spurlock è ancora vivo: non l'hanno ucciso né i 30 giorni a base di patatine e ketchup, né i combattivi avvocati della multinazionale. Ha anche perso le 25 libbre: ci ha messo 5 mesi, ma senza la fidanzata vegetariana...

Il regista Spurlock quasi si è ammazzato a forza di ingurgitare hamburger e patatine. Se è così, qualcosa non funziona in quella cucina

