

Ritorno

MIKE BONGIORNO PROMETTE:
TORNO IN RAI, BERLUSCONI PERMETTENDO

«Torna alla Rai è la tua casa», dice Alfredo Meocci, direttore generale di viale Mazzini. «Chiederò a Berlusconi cosa ne pensa, ma voglio chiudere la mia carriera qui», risponde Mike Bongiorno. Ecco a voi il nuovo «reality» messo in scena ieri a viale Mazzini per festeggiare i 50 anni di *Lascia o raddoppia?*. Celebrato come mito della televisione l'inossidabile Mike ha tenuto banco davanti ai flash dei fotografi, alla ressa dei giornalisti, alla dirigenza tutta dei vertici della tv di Stato e ad uno stuolo di volti del piccolo schermo: Arbore,



Baudo, Loretta Goggi, Enza Sampò, Carlo Conti, Luciano Rispoli, Fabrizio Frizzi, Luciano De Crescenzo. Tutti lì a festeggiare il «padre» del quiz in Italia, che ha avuto in regalo il microfono con cui mezzo secolo fa parlava a oltre 20 milioni di italiani che scoprivano la televisione. «Allegria!», ha esordito Mike e poi giù i ricordi, i racconti e gli aneddoti di tutta una carriera, compresa la prima telefonata di Berlusconi che lo «portò» alla Fininvest. Oggi, però, i vertici Rai lo «reclamano», perché secondo Meocci «lui è ottimismo ed equilibrio, due cose di cui la Rai ha bisogno e su cui dovremmo impostare il nostro lavoro». E Mike conferma: «tornerò molto presto, tra pochi mesi». Chissà, Berlusconi permettendo. (Nella foto Bongiorno con Sabina Ciuffini, la valletta di Rischiattuto)

Gabriella Gallozzi

SANTINI TV Anteprima in Vaticano della nuova fiction su papa Giovanni Paolo II e i papaboy applaudono il suo successore Ratzinger come una star. La proiezione davanti a un parterre piuttosto vario: da Pera a Prodi, da Letta a Fassino

di Roberto Brunelli
/ Città del Vaticano



Jon Voight nella fiction in veste di papa Wojtyla

Come un concerto rock. I papaboy, evidentemente, stanno ovunque. Entra il bianco pontefice e scatta l'applauso, «Be-ne-det-to, Be-ne-det-to», si spengono le luci e si accendono quelle di centinaia di videofoni. Un po' per lui, Ratzinger, un po' per Wojtyla superstar, le cui gesta stanno per essere cinematograficamente sintetizzate e rifrullate sul grande schermo. Vaticano, 17 novembre 2005, Sala Paolo VI: anteprima mondiale della nuova fiction (non è la prima né l'ultima, è solo la seconda, la terza è in fase di lavorazione) su «zio Lolek» Wojtyla, ossia *Giovanni Paolo II*. Prodotta dalla Lux Vide di Ettore Bernabei insieme alla Rai e una manciata di altre tv europee più l'ameri-

Papafiction, un santo videoclip

cana Cbs. Situazione un po' surreale, perché in mezzo alla folla di fedeli, a qualche centinaio di suore e preti, qualche decina di alti prelati e porporati, c'è un parterre formato da Vittorio Emanuele di Savoia con annessa consorte, il presidente del Senato Pera, e poi Andreotti, Gianni Letta, il presidente della Rai Petruccioli ed il fido Meocci, persino Curzi e, oltre al sindaco di Roma Veltroni, il capo dell'Unione Romano Prodi con il segretario dei Ds Piero Fassino, che hanno potuto incontrare così il bianco pontefice.

Curiosa situazione, con questa platea che faceva da contrappunto visivo ad un cast che pare quello di un «B-movie» d'altri tempi misto ad un classico degli anni '70: oltre «all'uomo da marciapiede» Jon Voight (ricordate lo straordinario film del '69?), famoso anche come papà di Angelina Jolie, nei panni di Karol, ci sono Giuliano Gemma (Navarro Valls con tanto di accento da matador), il sanguinario Dracula di tanti film Christopher Lee (il primato Glump), Ben Gazzarra che fa Casaroli e nientemeno che Andy Luotto nei

panni di un povero montanaro che incontra il Papa per caso durante una passeggiata. Potere della fiction, arte strapopolare, potere della tv. Perché *Giovanni Paolo II*, costato 22 milioni di dollari e diretto da John Kent Harrison, in onda su Rai1 il 20 e il 21 novembre (e poi sulla Cbs il 4 e il 6 dicembre) a coronamento di una stagione infinita mai così sagrestiale e biblica, sembrerebbe uscito direttamente dalle officine video

Il protagonista è Jon Voight, ma ci sono anche Christopher Lee, Gemma, Gazzarra. Andrà in onda su Rai1 il 20 e il 21 novembre

di Mtv. Un gigantesco «the best of», il «meglio del meglio» (come direbbero Elio e le Storie Tese) di Wojtyla superstar. L'inizio non è male. È l'attentato a San Pietro, montato appunto come un videoclip, con il Papa polacco che, ferito, ha dei flashback di quand'era bambino e sua madre gli insegnava a farsi la croce. Ma le invenzioni (almeno, noi crediamo che lo siano), finiscono qui. A ritmo sferzato torniamo al Papa che dice («se sbagliate mi corigerete»), per poi correre come dei matti attraverso la storia degli ultimi 25 anni: un blob in cui si affollano Walesa, Gorbaciov, Reagan, Ali Agca, le giornate mondiali della gioventù molto rock'n'roll, i viaggi pastorali, il Parkinson, le grandi frasi («totus tuus»), le battute («ha voluto la bicicletta? Pedala!»), le passeggiate in montagna, le profezie di Fatima, persino le Torri Gemelle. Un po' messo da parte, appena accennato, il pacifismo... Divertente l'incontro con il futuro successore, il teologo bavarese: «Caro Ratzinger...», ove si sottintende una tacita investitura. E

scatta l'applauso in sala. Sala emotiva, del resto, che quando il vecchio Karol cade e si rompe un femore, non trattiene un sofferto: «...oooohh!». Ma le parti più da «B-movie» sono sicuramente quelle dedicate alla terra natia di zio Lolek, la Polonia, e in generale ai sovietici. Ci sono le torbide riunioni del Politburo, con Breznev, Gromyko, Andropov eccetera che sono oltre il caricaturale: i comunisti viscido

Il film corre lungo la storia di Wojtyla come un gigantesco «il meglio del meglio» E i comunisti sono delle macchiette

infigdardi schiumano rabbia e tremano temendo la tempesta del Papa polacco. Il polacco Gierek, a sua volta, ricevuto in una stanza assai buia, trema dimanzato al compagno Breznev, mentre il povero Jaruzelski qui è mostrato mentre scatta in piedi ed entusiasticamente offre l'esercito per schiacciare il popolo che sciamano sulle strade per accogliere cantando il loro Papa.

Vabbè. Va detto, ad onore del vero, che il vecchio Jon Voight nei panni del vecchio Karol è strepitoso. Diavola, ne assume le sembianze, ne coglie i gesti più caratteristici con l'umiltà del grande attore. Piegato dalla malattia, «è» Wojtyla, ed è pure commovente la scena in cui, ormai quasi moribondo vuol parlare a piazza San Pietro gremita, non riesce e la bocca si contrae in una smorfia di immenso dolore. È storia recentissima, ed effettivamente ci mostra che Karol fu un Papa grande e carismatico... ma le guardie svizzere che ci indicano la via d'uscita con il loro accento teutonico ci ricordano che è un'era ormai lontana.

MODA Kate Moss, Jennifer Lopez, Gisele nelle foto sexy firmate Mert e Marcus: per il glamour è l'appuntamento dell'anno, per gli umani è un oggetto invisibile Belle & pupe nel calendario Pirelli più «trasgressivo che c'è» (ma ci faccia il piacere)



Gisele Bündchen nel calendario Pirelli

di Michele Sartori inviato a Parigi

Questa la passano come l'edizione «più trasgressiva», con sei modelle «nude, sexy and gorgeous». Dunque Parigi brucia, il centro stavolta, non la banlieu, con ottocento persone catapultatesi dal globo intero per la presentazione del calendario Pirelli 2006; sai mai che incontrino Jennifer Lopez (escluso), Kate Moss (difficile) e, a scendere, le bombe del momento, da Guinevere Van Seenus a Karen Elson, da Gisele Bündchen a Natalia Vodjanova (possibile). È un evento, per il mondo glamour è «l'evento».

Sul Pirelli in vigore, a dicembre c'è Naomi Campbell. In quello nuovo Naomi passa la mano a Jennifer Lopez: copertina, gennaio e febbraio. Che una cantante-attrice-imprenditrice del suo valore (tiene in banca suppergiù 500 miliardi di vecchie lire) posi per «The Call» la dice lunga sul potere del calendario. Più di tanto non si spoglia. Non esibisce, con licenza parlando, «il culo più bello del mondo», cioè il suo, debitamente assicurato. Forse perché il suo prossimo obiettivo è diventare la prima «presidentessa de-

gli Stati Uniti» - recenti dichiarazioni - con il primario obiettivo di «rifare l'arredamento della Casa Bianca». Ha perfino il volto meno rotondo, sapientemente allungato da trucco e ritocchi.

Vale meno, ma forse di più per il gossip, il secondo piatto forte: Kate Moss. È una strana coppia, J.Lo & Kate, la paffuta e la filiforme, un Prodi-Fassino della moda. Poi le analogie si ariano. Kate è una che si strafà, beve e sniffa, sfascia stanze d'hotel. Ogni tanto o la beccano, o entra e esce da cliniche di recupero. Ogni volta pare che la carriera sia finita, che le case di moda la mollino. Invece ricomincia alla grande. Anche adesso. Sorpresa e fotografata con la coca, abbandonata da Burberry e Chanel, si fa un messo in una clinica dell'Arizona, libera la stanza in tempo per l'arrivo di altri celeberrimi sniffatori dall'Italia, e riecchia protagonista: Pirelli, Longchamp, Cavalli... In calendario occupa luglio e agosto. Seminuda (ma con un micidiale basco di lana in testa), le mani che abbassano alusive i pantaloni, infine il massimo della trasgressività, di questi tempi: una sigaretta accesa in bocca. Però col filtro.

Kate va per i 32. J.Lo per i 36. L'avevano detto, l'anno scorso, quelli della Pirelli: il prossimo calendario sarebbe stato dedicato a signore «mature». Non è andata così, comunque hanno sbagliato di poco. Giovani sono le altre quattro. Avvolte in fruste, in costumi di pelle nera, in berretti di cuoio fra il nazista ed il Marlon Brando del Selvaggio, in short riflettenti. Con qualche momento di sexi-tenerzza, un gattino in braccio, un delfino che schizza in alto ad altezza di seni, del-fi-no-cu-rio-so.

Il vero protagonista dei Pirelli, naturalmente, è il fotografo. Quest'anno sono «i» fotografi, una coppia convivente nel lavoro e nella vita, Mert e Marcus, uno turco, l'altro gallese. Sono tra i nuovi mostri sacri della fotografia di moda, lavorano in digitale, rielaborano al computer, si proclamano figli artistici di Helmut Newton - uno dei due o tre grandissimi che non hanno mai fatto un calendario Pirelli. Usano, in questo caso, il bianco e nero, ed ambientazioni retrò. È davvero, questa, l'edizione più trasgressiva? Opinabile; anche paragonata ad altri Pirelli, calendari perfetti, mai all'avanguardia, e neanche alla retroguardia: fossero ciclisti, guiderebbero il gruppo

ne degli inseguitori, si aggiudicherebbero il giro senza vincere le singole tappe. Semplicemente, fissano ogni anno lo stato dell'arte nell'evoluzione media dei costumi. Per i più curiosi: neanche quest'anno siamo al nudo integrale.

Sono perfino riusciti a diventare un mito senza apparire. Chi ne ha mai visto uno dal vivo, appeso da qualche parte? Non li danno ai potenziali destinatari naturali: gommiti e meccanici. Ne stampano appena trentamila copie, escono come da una zecca, contate e blindate prima della consegna, riservate a vip e clienti di riguardo in tutto il mondo. Ma neanche loro l'appendono, o perché non si rovina un oggetto da collezione, o per scomodità intrinseche, le dimensioni, gli appunti che non si scrivono. Normalmente, «The Call» finisce vergine in libreria, rimpiazzato al muro di cucina dal calendariaccio bianco dell'idraulico. Eppure, l'operazione è magistrale. Questo calendario, come i precedenti, costa fra i due ed i tre milioni di dollari, incluso tutto: fotografi, modelle, J.Lo, stampa, presentazioni, feste. Ne rende, in attenzione mediatica, oltre 60. Altro che la sponsorizzazione dell'Inter, povera Inter.