

PRIMEFILM In «Casino Royale» la pubblicità legale di prodotti è davvero troppa, ma se ci passate su vedrete il miglior film degli ultimi anni sull'agente segreto di sua Maestà

di Alberto Crespi

I veicoli pesanti della Fiat utilizzati nella sequenza d'apertura hanno avuto addirittura l'onore di un servizio al Tg: va bene che bisogna sostenere l'industria nazionale e che il nuovo 007 è molto «italiano», ma dovrebbe esserci un limite. Anche chiedere alla sarda Caterina Murino se ha paura di essere «incasellata» nel ruolo di Bond-Girl appare come una forzatura nazionalista: il suo personaggio, Solange, muore dopo aver cornificato il marito con Bond per cui non c'è alcun pericolo di seguiti imbarazzanti! Il provincialismo dei media italiani e il *product-placement*, ovvero la pubblicità legale di prodotti e marchi nei film, stanno raggiungendo livelli imbarazzanti. Tra l'altro viene da chiedersi, in certi casi, chi glielo faccia fare: la Fiat pensa forse che adesso andremo tutti a comprarci una scavatrice grande come un palazzo? Ed è davvero conveniente far guidare a Bond una Rover se poi costui, in maniera a dir poco spudorata, sceglie di cambiarla «con quella stupenda Aston Martin che ho visto nel parcheggio»?

Non è facile sbarazzarsi del marketing e giudicare *Casino Royale* come film. Però lo sforzo va fatto,

Bond, James Bond, ritorno al passato



Daniel Craig, il nuovo 007 in azione in «Casino Royale»

perché alla fine c'è un premio: è di gran lunga il miglior 007 da molti anni. Il risultato è raggiunto grazie a un curioso equilibrio fra novità e tradizione. La novità è ovviamente l'inglese Daniel Craig, che non è solo il nuovo Bond, e non è solo il primo Bond inglese dai tempi di Roger Moore (Sean Connery è scozzese, Timothy Dalton è gallese, Pierce Brosnan è irlandese e George Lazenby è australiano: manca ancora, né forse ci sarà mai, un americano), ma è soprattutto un Bond diverso da tutti i precedenti: è biondo, ha gli occhi chiari e una faccia da hooligan più che da baronetto, in più è molto «fisico» e decisamente più «macho» di tut-

ti i predecessori a parte, forse, il primo Connery. La tradizione consiste nel ritorno, a distanza di 17 anni, alla fonte primaria, i libri di Ian Fleming: non accadeva dal remake di *Licenza di uccidere* interpretato da Dalton nel 1989. Naturalmente il romanzo viene amplia-

Meno effetti speciali e trama più realistica
Nei panni di 007 Daniel Craig se la cava bene

mente rimaneggiato perché l'ambientazione è moderna, non ci riporta agli anni della guerra fredda: ma certo la trama, rispetto agli ultimi 7-8 film, riacquista una sua centralità e gli effetti speciali lasciano il posto a un cinema d'azione iper-cinetico ma lievemente più realistico del solito. Il regista Martin Campbell e gli sceneggiatori Neal Purvis, Robert Wade e Paul Haggis (quello di *Crash*) hanno voluto tornare alle origini anche nella trama: il film racconta come il giovane James Bond diventa 007, acquisisce cioè il «doppio zero» che garantisce lo status di agente speciale con licenza di uccidere. Siamo agli inizi della saga, però ambien-

tati oggi, ed è un curioso paradosso temporale: è come se tutti i Bond precedenti non fossero giocolieri esistiti. Un senso di palinogenesi, di rinascita «ab ovo» aleggia quindi su tutto il film, che vede Bond impegnato nella missione di battere a poker il banchiere/criminale Le Chiffre per impedirgli di sostenere economicamente il terrorismo internazionale. C'è una scena clamorosa in cui viene distrutta mezza Venezia e, oltre alla suddetta Murino, ci sono altri due italiani con ruoli importanti: Giancarlo Giannini, agente dell'M16 in Montenegro, e Claudio Santamaria, che nella parte di un terrorista agisce molto e non parla mai.

ITALIANI Bell'esordio del regista Angelini, ottimi gli attori

«L'aria salata» è davvero buona

È un film che viene da lontano, *L'aria salata*. Viene dalla Festa di Roma, certo, dove il protagonista Giorgio Colangeli ha vinto il premio come miglior attore del concorso. Ma viene soprattutto dalle esperienze come volontario e assistente sociale che il giovane regista, l'esordiente Alessandro Angelini, ha vissuto nel carcere romano di Rebibbia. E viene dalla lunga carriera che Colangeli ha costruito con pazienza negli anni, frequentando il teatro sperimentale e la fiction tv e attendendo che anche il cinema si accorgesse di lui (lo avevamo visto in diversi film di Ettore Scola e nel recente *L'amico di famiglia* di Paolo Sorrentino, ma sempre in piccoli ruoli). *L'aria salata* mette a frutto queste esperienze di vita e d'arte per regalarci un ritratto umano di grande forza: quello di Sparti, un galeotto in galera da anni e destinato a rimanerci a lungo. Nella prima scena lo vediamo all'aperto, su un traghetto, durante un trasferimento da un carcere all'altro: chiacchiera con un bambino che solo dopo un po' si accorge che l'uomo ha le manette ai polsi. «Come fai a vestirti?», è la sua ingenua domanda. Sparti ha molti problemi, vestirsi non è certo il più grave. Dopo anni di reclusione sogna un giorno di semilibertà, e la sua speranza è nelle mani

di Fabio, un giovane psicologo al quale viene assegnato il compito di assisterlo e valutarne la «pericolosità». Al primo colloquio, i due non si pigliano per niente: e quasi subito Fabio - che ha sostituito un collega, e vede l'incartamento dell'uomo per la prima volta - gli chiede come si chiama, sente il cognome «Sparti», trasalisce e fugge letteralmente dalla stanza. Possibile che quei due si conoscano? Possibile che nel passato così breve di Fabio si nasconda qualcosa che lo lega a un assassino? Ci fermiamo qui. È passato più o meno un quarto d'ora di film ma ci sembra giusto non andare oltre. Iniziato come un classico thriller carcerario, *L'aria salata* si trasforma pian piano in un mélo familiare (e già abbiamo detto troppo), in un'analisi impietosa dei rapporti umani condizionati dalla violenza e dalla segregazione. La prova di Colangeli è splendida perché non ha nulla di pietoso o di «buonista»: il suo Sparti carogna è carogna rimane, pur rintracciando dentro di sé frammenti di un'umanità che evidentemente anche nelle carogne trova modo di sopravvivere. Fabio è interpretato da Giorgio Pasotti in modo molto fisico: una scelta efficace per rendere il disorientamento di chi scopre come gli studi non l'abbiano minimamente preparato alla vita. **al. c.**

TV Il serial di successo chiude perché ha perso ascolti
I ricchi americani non tirano più
Finisce «O.C.»

La tv non perdona. Muore per carenza di pubblico *O.C.* Nata quattro anni fa, diventata la serie preferita dagli adolescenti statunitensi Usa (raggiungendo un pubblico affezionato di almeno dieci milioni di spettatori), la saga dei ricchi ragazzi della prospera Orange County in California ha perso gradualmente la presa sul pubblico. L'anno scorso la platea televisiva era caduta a sei milioni e le puntate della nuova stagione 2006/07 avevano fatto registrare quest'anno un nuovo crollo, precipitando a quattro milioni di spettatori. Così la Fox Tv ha deciso di cancellare la serie. L'ultima puntata andrà in onda il 22 febbraio. Il successo della serie ha dato fama agli attori protagonisti Benjamin McKenzie (Randy), Adam Brody (Seth) e Mischa Barton (Marissa).

REGISTI A 79 anni partecipa al reality su Channel4
Ken Russell: da «Tommy» al Grande fratello

Il regista Ken Russell, uno dei più corrosivi del cinema britannico degli anni 60 e 70, a 79 anni si piega al reality per antonomasia: da ieri sera è tra i protagonisti della quinta edizione del *Grande Fratello delle celebrità*, sulla rete britannica Channel 4. L'autore di film come *Donne in amore*, *Tommy* (la versione cinematografica dell'opera rock degli Who) e *Stati di allucinazione* ha spiegato di avere accettato di competere con altri dieci «famosi» per 25 giorni vista la sua esperienza nella marina mercantile. «Da giovane ho lavorato in uno stabilimento nautico pieno di sadomasochisti», ha scherzato. Con Russell sono in gara tra gli altri Shilpa Shetty, star di Bollywood soprannominata l'Angelina Jolie indiana, e un'ex Miss Gran Bretagna, Danielle Lloyd, detronizzata perché era uscita con uno dei giudici del concorso.

PRIMEFILM «Il grande capo» è un'azzeccata commedia sui rapporti umani nel posto di lavoro e sul fare cinema
C'è del buffo in Danimarca, con Lars Von Trier

Udite udite: Lars Von Trier ha fatto un film divertente. I sostenitori del cupo cineasta danese magari obietteranno che c'era un'ironia sommersa anche negli *Idioti* e in *Dogville*, ma era a tale profondità che bisognava scavare a lungo per trovarla. In realtà un precedente esiste: la serie tv *Il regno*, di ambientazione ospedaliera, girata nel 1994. Evidentemente Von Trier trova particolarmente buffa la Danimarca e, in particolare, le sue istituzioni: come dargli torto? *Il grande capo*, il film di cui stiamo parlando, non si svolge in un ospedale ma in una piccola ditta danese che elabora strategie aziendali e software per computer (che non fa nulla di concreto, in poche parole). Il direttore, Ravn, sta per venderla a un compratore, un islandese che non fa nulla per nascondere il suo disprezzo per questi danesi cialtroni e confusionari (dal film emerge



Una scena da «Il grande capo» di Lars Von Trier

un dato sociologico che ci era ignoto: a quanto pare gli islandesi hanno dei danesi un'opinione fortemente «leghista»).

Ma c'è un intoppo: Ravn ha sempre detto a tutti, compratori e collaboratori, che sopra di lui c'è un «grande capo» che sta

in America e al quale bisogna rispondere di tutto. Tale «grande capo» non esiste: l'ha inventato Ravn per far passare le proprie decisioni impopolari e affibbiare a qualcun altro le proprie colpe. Ma ora che gli islandesi vogliono trattare con il «grande capo» in persona, Ravn ne deve trovare uno. Assume quindi un attore, Kristoffer, che lo «interpreti» durante la trattativa. L'affare però non si chiude, gli islandesi prendono una settimana di tempo durante la quale il «grande capo» dovrà rimanere in ditta e conoscere finalmente i dipendenti che per anni ha mobbizzato con e-mail ferocissime (scritte ovviamente da Ravn) e tagli agli stipendi... Inizia così un beffardo gioco di equivoci in cui il nostro attore (magnificamente interpretato da Jens Albinus) deve imparare al volo l'assurdo linguaggio dell'informatica e tenere a bada un gruppo di di impiegati che lo

odiano, lo temono o magari lo amano a seconda di ciò che Ravn ha fatto loro credere nel corso degli anni (una di loro, tanto per capirci, è convinta che il «grande capo» la corteggi e sia deciso a sposarla). Si arriva, nel finale, a un secondo incontro con l'islandese: dove Von Trier, ovviamente anche sceneggiatore, sfodera un colpo di teatro geniale che non vi riveleremo nemmeno sotto tortura. *Il grande capo* è un meccanismo labirintico con molteplici livelli di lettura: è una riflessione sulla recitazione e sulla messinscena, una lucida analisi dei rapporti umani (veri o falsi che siano...) sul posto di lavoro, un bel «esempio di «cinema nel cinema» grazie alla voce fuori campo dello stesso Von Trier che commenta la vicenda. Si ride, si sta male e ci si interroga: qualche «grande capo» ce l'abbiamo tutti, ma siamo sicuri che esista davvero? **al. c.**

TELEVISIONE Il direttore della rete Tiraboschi annuncia i programmi di una stagione meno innovativa di altre
Italia1 riparte dalle «Iene», ma non deve infastidire Canale5

di Maria Novella Oppo

Alla presentazione a Milano della nuova stagione di Italia 1, il direttore Luca Tiraboschi ha sventolato il vessillo della sua rete, del resto la più simpatica di quelle Mediaset, essendo anche l'unica alla quale è consentito qualche guizzo innovativo. Ma, a quanto pare, non in questa stagione, che si annuncia invece molto «consolidata», avendo da salvare il salvabile dei suoi titoli senza osare di più, per non infastidire Canale 5. In realtà tutte e tre le reti Mediaset risentono di una crisi di

ascolti notevole e la stessa Italia 1, che vanta il primato (col 26,1%) nella fascia di pubblico dai 4 ai 14 anni e in quella tra i 4 e i 24 (col 24,9%), ha le sue gatte da pelare. Infatti, se perde solo frammenti di punto nella giornata, sale, anzi scende dall'11,6 al 10,5% nella zona strategica della prima serata. Per uscire dalla gabbia dei numeri, e tentare un discorso meno asfittico, si può dire, come in effetti ci dice il ricercatore Francesco Siliato (Studio Frasi) che Mediaset «tiene bassa l'audience di due reti (Italia 1 e Rete4) per salvare la rete maggiore (Canale 5), dove la pubbli-

tà costa di più e i ricavi sono maggiori». Quindi, sottolinea sempre Siliato, «lo spettatore non conta». Le scelte aziendali prevaricano i suoi gusti e anche le citate fasce d'età servono soprattutto al marketing, cioè

Italia1 è prima tra il pubblico fra i 4 e i 24 anni ma tutta Mediaset è in crisi d'ascolti

a vendere meglio la mercanzia. Non a caso, alcune delle produzioni che sono piaciute di più al pubblico, come il telefilm *Dottor House*, andato oltre il suo mandato a detrimento ancora una volta di Canale 5, escono dallo stretto cliché giovanilista della rete. Ma, tornando al direttore Tiraboschi, si è giustamente vantato di avere saputo sfornare anche programmi da servizio pubblico (tra i quali ha citato le benemerite *Iene*), restando dentro gli obiettivi di ascolto assegnati, nonostante il calo. Ha poi annunciato il ritorno del Quiz (*Azzardo* in onda dal 22

gennaio alle 20, condotto da Cecchi Paone), che non è proprio il genere più nuovo della tv e ha poi confermato tutti i migliori. In primis Gialappa's Band e Iene (arricchite da Ilary Blasi incinta), più Ale e Franz e Luca e Paolo. Ma Tiraboschi ovviamente non ha rinunciato a riproporre anche alcuni dei peggiori e cioè *Distraction* e *La pupa e il seccione*. Quest'ultimo programma rappresenta la nuova linea di reality che si vuole percorrere, e cioè non più all'insegna dell'avventura, ma, come ha detto, del «buon umore». Anche se fa venire malumore ai critici.

la Rinascita della sinistra

QUESTA SETTIMANA



LA PAX AMERICANA
Barbieri, Raimondi, Ahmed, Angelino, Moroni

MONDO DEL LAVORO
Alitalia e Magrini Galileo in crisi. In Italia i salari più bassi d'Europa

CANZONI DI PIETRA
"Nel niente sotto il sole", il live di Vinicio Capossela

UN ANNO DI...
L'indice del 2006, le Memorie, le interviste, lo Scaffale e i Forum

Per abbonamenti:
tel. 06/68400824
distribuzione@larinascita.net

ogni venerdì in edicola