



L'Arte povera del Cinema

Quando il quadro era il film

NATALIA ASPESI

Chissà perché pareva meglio pubblicizzare i film con i manifesti disegnati e non con le immagini del film stesso, con i volti veri dei divi celebri, con inquadrature diventate talvolta simboli epocali di un attore o di un autore. Il lavoro originale di un artista che non aspirava a essere tale, o meglio di un illustratore (di copertine di libri, di giornali satirici, di storie a fumetti) e che del resto si adattava alle mi-

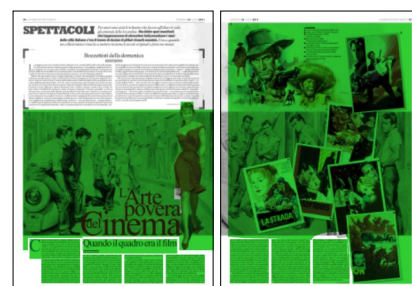
steriose esigenze dei committenti, non poteva costare meno di una riproduzione fotografica; ma forse si pensava che per un grande pubblico, una pubblicità che in qualche modo richiamasse le copertine della vecchia *Domenica del Corriere* o ancor meglio i romantici fumetti di *Grand Hotel*, sarebbe stata più comprensibile, più gradevole, più stimolante. Oppure le esagerazioni comiche o drammatiche dei cinecartelloni dipinti potevano servire da richiamo come le copertine dei romanzi gialli, promettendo più dramma, più mistero, più divertimento. In un solo manifesto poi si potevano accumulare personaggi e situazioni, come per esempio in quello di *Sentieri selvaggi* di John Ford, 1956, in cui Averardo Ciriello inserisce John Wayne con fucile, una cavalcata di pellerossa, un deserto; o anche de *La dolce ala della giovinezza* di Richard Brooks, 1961, in cui Lorenzo Nistri mette insieme Paul Newman che abbraccia Shirley Knight, Geraldine Page che fuma pensosa una sigaretta e due energumini che si accaniscono su Newman: più del titolo promette passione, tradimento, intrigo, vendetta.

Tutto in una volta, il che rendeva i fantasiosi cartelloni di più facile lettura, più comprensibili, più capaci di eccitare la fantasia, del realismo e del limite delle cineinquadrature. C'era anche la possibilità, attraverso il disegno, in tempi probi come gli anni Cinquanta, di esagerare un po' nelle scollature, nella rotondità del seno, nel turgore delle labbra, nella gonna sollevata sulla coscia, come Claudia Cardinale, seno e gambe esposte sotto gli occhi di un inferocito Ugo Tognazzi,

per *Il magnifico cornuto* di Pietrangeli, 1964, di Alessandro Simeoni. Spesso poi, queste immagini erano volutamente aliene al senso del film, per non intimidire un pubblico semplice, anche se allora attirato dal cinema intelligente molto più di oggi: come il grande manifesto dello stesso Simeoni per *La dolce vita*, 1960, che riproduce una specie di Via Veneto in festa, ben poco felliniana.

A rivederli oggi, tutti insieme, nel catalogo del museo di Montecosaro, reperto davvero archeologico di un cinema scomparso, ci si accorge di non averne quasi un ricordo, anche se riferiti a film tuttora indimenticabili, oppure del tutto dimenticati, o di cui non si sospettava neppure l'esistenza. Adesso ci appaiono soprattutto come la memoria delle cinesale di paese, quelle parrocchiali o delle sedi di partito, luoghi che come cinema da tempo non esistono più perché se questo tipo di manifesto a poco a poco è scomparso, ad uno ad uno quei cinema periferici si sono chiusi. Si era esaurito quel pubblico che sino agli anni Sessanta correva ovunque, anche nei piccoli centri, a vedere di tutto, e si entusiasmava per Tina Pica ma anche per Visconti o Petri, ma poi si era lasciato attirare da altri divertimenti o chiudere in casa dalla televisione.

Il ricchissimo e straordinario museo che ha recuperato non i manifesti ma addirittura i loro preziosi bozzetti originali, non racconta solo la storia di un cinema soprattutto popolare e di un pubblico semplice ma appassionato, ma rivela anche questo mondo sommerso di pittori sconosciuti o noti per altre



iniziative: non erano i film insomma a dar loro la popolarità, quando la raggiungevano, come se illustrare Stanlio e Ollio tra aeroplani e paracaduti di palloncini e arabi a cavallo per *Idiavoli volanti*, 1939 (Giovanni Di Stefano), o riprodurre la faccia di Nino Manfredi in mezzo a belle gambe femminili per *L'impiegato* di Gianni Puccini del 1959 (Rodolfo Gasparri), fosse un mestiere secondario, senza glamour. Certo i tentativi di far firmare i manifesti ad artisti di fama come Guttuso erano falliti, tuttavia tra molte illustrazioni buttate là, ce ne sono di interessanti anche se opera di disegnatori non conosciuti, e si può pensare oggi che fosse il committente a non volere nulla di sofisticato o vagamente artistico, pretendendo illustrazioni delle più elementari.

Eppure così accumulati nel museo come

nel catalogo, si colgono le differenze, capita la sorpresa, la possibilità di un'invenzione, un accenno di creatività. Ermanno Iaia è tra i più prolifici cartellonisti e ne crea alcuni che avrebbero potuto essere opere esposte in mostre d'arte contemporanea: come per esempio quello de *Il conformista* (Bernardo Bertolucci, 1970), in cui campeggia il profilo di Trintignan con cappello e pistola, punteggiato dalla moltiplicazione della sua faccia; o quello celebre per *Il padrino* (Francis Ford Coppola, 1972), con il volto in ombra di Marlon Brando e la mano di un burattinaio sul titolo del film. Nel 1990 il grande sole stilizzato dietro a un albero spoglio, per il film *Il sole anche di notte* dei fratelli Taviani, diventa il manifesto ufficiale del Festival di Cannes.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



