

**LA (CONTRO)TENDENZA** Tra impegno e botteghino

# Quei registi di sinistra che non odiano il mercato

*Tornatore al servizio di Esselunga e Sorrentino snobba il «circuitto autoriale». Finalmente i nostri cineasti fanno i conti con la realtà*

## NUOVE FRONTIERE

**Il siciliano fra i carrelli e il napoletano contro i critici militanti**

**Cinzia Romani**

■ E adesso che la Coop affida al cabarettista Paolo Hendel la sua campagna d'autunno, sbarcando sul web con un pugno di clip intitolate «Mercatoni Pravettoni» e rispolverando così il cinico capitalista Carcarlo Pravettoni, quello delle merendine all'asfalto, ha senso contrapporre il Mercato alla Cultura, cioè la Destra alla Sinistra, come da vulgata? Perché di questi paletti si tratta, mentre il *Kulturmarkt* lotta fino all'ultimo carrello per tenere bottega aperta: di recente il premio Oscar Giuseppe Tornatore, uno dei nostri non discutibili maestri di cinema, ha dovuto difendersi dall'accusa d'essersi venduto, solo perché ingaggiato dalla Esselunga per un corto d'autore. «Quando faccio un film lavoro con centinaia di persone alle quali non chiedo mai a che partito sono iscritte o se abbiano tessere politiche», ha dichiarato l'artista siciliano.

Uno del Sud, che da radici di sinistra proviene - chi ha visto *Baaria* sa quanto amore li circoli per il disciolto Pci di Berlinguer e chi conosce la sua pregevole filmografia ritrova uguale mano anche negli spot -, è lapidato dai «compagni» perragioni moralistiche e un po' vacue. Sembra assurdo, ma è quanto avviene nell'Italia dei cinecampanili e delle piccole mafie editoriali. E qualcosa di sorprendente e un po' equivoco ora si abbatte, sempre provenendo dalla Zona Rossa, su un'altra ec-

cellenza del cinema italiano, Paolo Sorrentino.

«Non so cosa significhi esattamente italianità di un prodotto, ma il mio è un film decisamente italiano», è costretto a spiegare l'autore de *Il Divo* presentando il suo *This must be the place*, che il 14 ottobre arriverà nelle sale con la potenza distributiva di 300 copie e la magnifica presenza di Sean Penn, star assoluta nel ruolo del rocker messo all'angolo dalla vita, ma pronto a un riscatto personale e universale. «Secondo me un film è italiano se concepito da italiani, pensato e scritto da italiani, diretto da un italiano e fotografato da un italiano», ha proseguito l'artista napoletano con calibrato orgoglio.

Un altro del Sud, come Tornatore, che da radici di sinistra proviene («mi considero di sinistra, se la parola ha ancora un senso»), anche se non ha mai varcato l'uscio di una sezione, e ha dovuto illustrare l'elementare alla Casa del Cinema. Cioè che se si ha qualcosa da dire, lo si può fare da italiani, anzi da europei, allestendo set globali tra Irlanda e Usa, ingaggiando il doppiamente oscarizzato Penn e la candidata agli Oscar Frances McDormand, qui nel ruolo umanissimo della moglie pompiera della rockstar con parrucca erosso. E facendo recitare in inglese le battute d'una sceneggiatura molto letteraria, ma priva di bellurie (by Sorrentino e Umberto Contarello) e perciò ficcante, come quando il malinconico Penn/Cheyenne riflette: «Nessuno lavora più, tutti fanno qualcosa di artistico».

Sta di fatto che Sorrentino, nato in Italia, professionalmente si è formato sul ci-

nema Usa più visionario: non a caso ama Terrence Malick e la «testimonianza di libertà» implicita nel suo *L'albero della vita*. «Malick ride in faccia alla normalizzazione. È un segnale consolante», afferma Sorrentino in un'intervista di Malcom Pagani apparsa su *Micro-Mega*. Però i cerimonieri del politicamente corretto restano in agguato, pure in presenza di conclamato talento.

«Se chicomanda la filiera del cinema teme di perdere il filorosso con il portafogli, bisogna rassicurarlo. Pieghando l'omologazione con l'onda delle idee, senza

sventolare slogan preistorici», avverte il cineasta che detesta il piccolo circuitto autoriale», lesto a ottenere «l'applauso aprioristico della critica e si ferma lì. È un dramma», dice lui. Però, mentre con il suo film s'appresta a concorrere agli Oscar, mentre ha venduto la sua opera «in tutto il mondo, tranne la Cina», mentre, come Gabriele Muccino, si è messo sul mercato aperto, contendibile e meritocratico, certi critici s'impensieriscono sul titolo inglese, o su quel 10 per cento del budget complessivo (28 milioni di dollari, tra Medusa Film, Indigo Film e



Lucky Red) fornito da Intesa Sanpaolo, banca per la quale il regista ha già firmato un cortometraggio, insieme a Olmi e a Salvatores.

Al pari di Marchionne, Sorrentino sfrutta le pari opportunità del mercato globale, senza curarsi dell'apparato: per lui «i critici sono alpini di pianura».



#### ECONOMIA E COMMERCIO

Paolo Sorrentino con Sean Penn sul set di «This must be the place», film che ha fatto storcere il naso a molti cinefili sinistrorsi poiché finanziato da Intesa Sanpaolo.

Sopra, Giuseppe Tornatore in un supermercato. L'aver girato lo spot per Esselunga lo ha messo in cattiva luce presso molti suoi ammiratori