

Anno 2.3

Dy's Chronicles

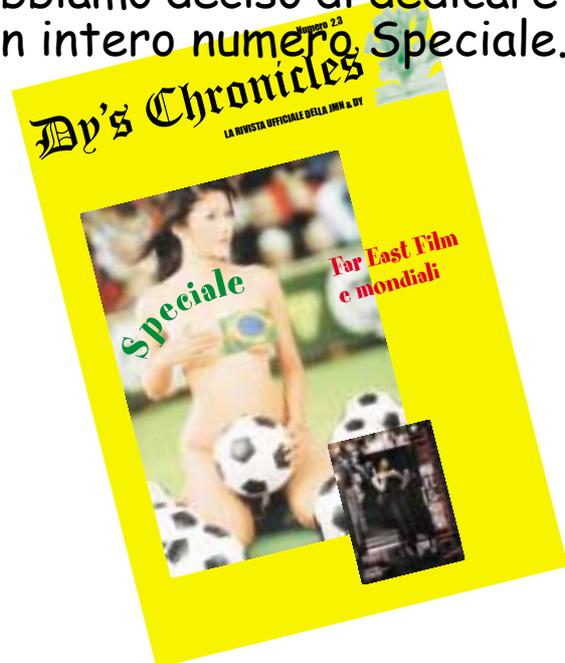
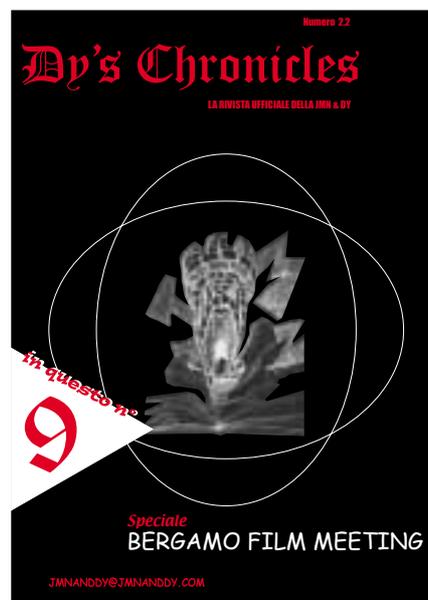
LA RIVISTA UFFICIALE DELLA JMN & DY

**Edizione
straordinaria!!!**

NUMERO SPECIALE
INTERAMENTE
DEDICATO AL
FAR EAST FESTIVAL

Si è appena conclusa la quarta edizione del Far East Festival di Udine organizzato dal CEC-Centro Espressioni Cinematografiche.

Considerato il fatto che il festival, oltre ad essere fra i migliori organizzati in Italia, offre sempre numerosi spunti per la nostra ricerca (in quanto l'evoluzione del product placement in oriente sta facendo passo da gigante) abbiamo deciso di dedicare al Far East un intero numero Speciale.



JMN



FAR EAST FESTIVAL DI UDINE



Mentre questo numero è in grafica si è appena conclusa la 4° edizione del Far East Festival di Udine. Come al solito il festival si è dimostrato all'altezza delle precedenti edizioni e assolutamente imperdibile per tutti gli appassionati di cinema.

In attesa del prossimo numero di Dy's Chronicles interamente dedicato al festival e all'oriente ecco i vincitori di questo festival.

«Audience Award 2002»:

il pubblico porta in trionfo Hong Kong e Corea del Sud, sotto il segno della commedia brillante!

Vince Love Undercover di Joe Ma, seguito da Guns and Talks e Hi, Dharma.

Assegnato anche il «P-1 Grand Prix»: nella categoria «pink», vince **Rustling in Bed.**



UDINE - Come nella prima edizione di «Far East Film», quando trionfò l'epico «A Hero Never Dies» di Johnny To (ricordate?), il «Premio del Pubblico» incorona nuovamente Hong Kong: il titolo più votato, infatti, è l'esilarante «Love Undercover» di Joe Ma, interpretato dalla brava Miriam Yeung (ospite d'onore del Festival udinese)!

Se nell'ultimo biennio era stata la Corea del Sud ad aggiudicarsi il primo posto (nel 2001 toccò a «The Foul King» e nel 2000 a «My Heart», assieme

al cinese «Shower»), il bottino del 2002 è comunque tutt'altro che magro: i

due titoli che si sono piazzati immediatamente dietro al vincitore, cioè lo spassoso «Guns and Talks» e il divertentissimo «Hi, Dharma!», battono infatti bandiera sudcoreana!

Gli spettatori, ancora una volta autentici protagonisti di «Far East Film», hanno poi decretato il successo di un ulteriore «Campione d'Oriente», esprimendo una compatta preferenza per lo stesso genere cinematografico: la commedia brillante, rappresentata davvero al meglio dalle tre pellicole regine!

Sul fronte caldo e chiacchierato dei famigerati «pink movies» giapponesi, invece, il mediometraggio che ha raccolto maggiori consensi dalla platea, portandosi a casa il «P-1 Grand Prix», è «Rustling in Bed» di Tajiri Yuji, seguito da «A 3-1 Count» e da «Snow, Woman».

UDINE - «Ormai è assolutamente innegabile: questo grande Festival ci porta davvero fortuna! Tutti gli artisti asiatici che vanno a Udine, me compreso, si garantiscono magicamente un enorme successo e un'enorme visibilità!».

Basterebbe la calorosa dichiarazione del mitico regista Johnnie To, pubblicata ieri dai più importanti giornali di Hong Kong, per certificare definitivamente il livello e il ruolo raggiunti da «Far East Film».

Una conquista progressiva che, nell'arco di soli cinque anni (contando anche il numero zero, cioè l'amatissimo «Hong Kong Film Festival» del 1998), ha portato la nostra città a diventare il punto di riferimento principale per la cinematografia asiatica nel mondo. I dati dell'edizione 2002, del resto, parlano chiaro: se non si sono registrati cali nell'affluenza complessiva, a dispetto del piccolo contributo chiesto per la prima volta al pubblico (10 euro per assistere a tutti i 73 titoli in programma, 3 euro per le proiezioni quotidiane), il numero degli accreditati è addirittura cresciuto del 60%! Oltre 40mila spettatori riconfermati, dunque, assieme a centinaia di giornalisti, esperti, studenti di cinema, specialisti e appassionati che, da mezzo pianeta, hanno raggiunto «Far East Film» a spese proprie! Se ancora non fosse sufficiente, poi, ricordiamo anche l'arrivo di 15 selezionatori ufficiali di altri Festival, presenti a Udine per valutare pellicole in preview assoluta come «One Hundred», «Spring Subway» e «What a Snowy Day».

Come leggere, dunque, l'ottimo bilancio di «Far East Film 4»? Senza dubbio, iniziando subito a parlare di

«Far East Film 5»!

Il team del Centro Espressioni Cinematografiche di Udine, che quest'anno ha schierato uno staff operativo di 50 unità (tra personale tecnico e consulenti artistici), guarda al futuro in termini di ulteriore crescita quantitativa e qualitativa.

«Crescere senza cambiare» potrebbe essere lo slogan più coerente: crescere nella costruzione del calendario, migliorandone la compattezza e testimoniando il "buco nero" che ha reso invisibile in Occidente il cinema asiatico dagli anni 50 a metà degli 80, senza cambiare lo stile del Festival. Uno stile volutamente pop e informale che fa "sentire a casa" tutti i partecipanti!

Se il 2002 ha rappresentato la piena conferma del lavoro svolto, insomma, il 2003 rappresenterà il punto di partenza per una nuova e appassionante avventura nel cuore dell'Oriente.

Un Oriente, ormai, sempre più vicino.



PRIMO

Love Undercover

di Joe Ma (Hong Kong)

Ispirandosi liberamente a «Una pallottola spuntata» e ad altre commedie poliziesche, questa farsa esilarante affida all'investigatrice LK Fong una missione segreta speciale per incastrare Au Hoi-man, l'attraente figlio di un capo della Triade!



SECONDO

Guns and Talks

di Jang Jin (Corea del Sud)

Anche se le "pistole" del titolo potrebbero far pensare ad un film d'azione, si tratta di una spassosa commedia carica di parole! Campione d'incassi in patria e piccolo cult per il pubblico più giovane.

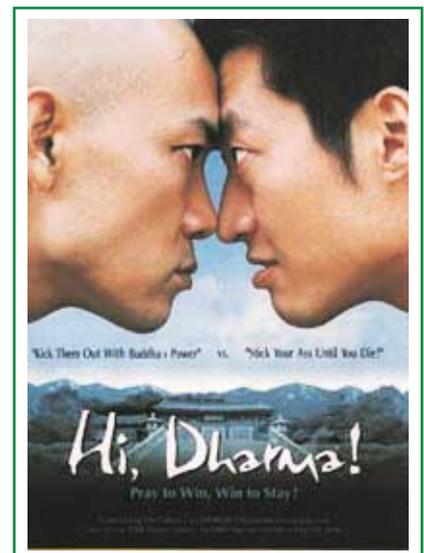


TERZO

Hi, Dharma!

di Park Chul-kwan (Corea del Sud)

Una guerra tra bande costringe un gruppo di gangster a fuggire e a cercare un rifugio sicuro, in aperta campagna. Quale miglior nascondiglio di un monastero buddista?!



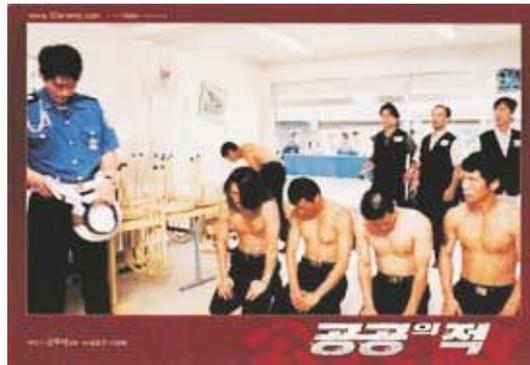
FAR EAST FILM numero 4

di Giorgio Placereani

Oltre alla buona qualità delle pellicole presentate, anche il quarto Far East Film - Udine, dal 19 al 27 aprile, organizzato dal Centro Espressioni Cinematografiche - è riuscito a offrirci uno sguardo complessivo illuminante sulla produzione asiatica, mostrandoci per esempio la ripresa di Hong Kong grazie a una nuova miniera, le commedie, e confermando lo stato di grazia del cinema sudcoreano. Se nel mondo del calcio dire "una Corea" evoca immagini di sconfitta, nel mondo del cinema - e segnatamente al Far East Film Festival, che si è chiuso con enorme successo sabato scorso - è esattamente il contrario. Il cinema sudcoreano è il più vivace, il più intrigante e attualmente il più bello di tutta l'Asia dell'Est, grazie a una schiera di eccellenti giovani registi, all'intelligenza delle sceneggiature, le ottime interpretazioni e i buoni valori tecnici (fotografia, montaggio).

Il cinema coreano si basa su due capisaldi: l'eleganza e l'intensità. Credo vi si possa riconoscere uno specifico "tempo coreano": una concezione narrativa divagante e ritornante, spiraliforme, che anziché rallentare il racconto gli regala una particolare pregnanza. Vorrei menzionare lo

stupendo "Public Enemy" di Kang Woo-suk: un violento noir al quale però porta una nota di umorismo la riuscita



caratterizzazione del protagonista, un poliziotto "burned out" e indisciplinato come un Ispettore Callaghan orientale (lo interpreta un magnifico attore, Sol Kyung-gu, il cui viso ricorsa un po' a occhi italiani un nostro bravo caratterista, Ricky Memphis). Assai bello anche "Guns & Talks" di Jang Jin, originale divagazione tra action e comedy sui killer a pagamento. Contiene una memorabile sequenza di omicidio durante un "Amleto" a teatro, la cui "mise en scène" è così bella (Jang Jin viene appunto dal teatro) che si vorrebbe che esistesse veramente! Pure una super-epica piuttosto piatta nelle caratterizzazioni quale "Musa" di Kim Sung-su è piacevolissimo spettacolo per le sue frenetiche pagine di combattimento (non prive di

citazioni, come il Michael Mann de "L'ultimo dei Mohicani").

Kim Ki-duk (già autore di "The Isle", che alla Mostra di Venezia fece svenire una spettatrice col suo uso poco ortodosso di un mazzo di ami da pesca) riporta in "Bad Guy", con violenza visiva appena minore, la sua ossessione per l'amore estremo e una concezione della sessualità molto "outré". Kim racconta l'amore di un gangster muto per una ragazza che lo odia, da lui costretta alla prostituzione; ma niente "Pretty Woman" qui; infine lei risponde all'amore dell'uomo accettando di prostituirsi per lui. Un film di "amour fou"



basato sull'intensità tormentosa dello sguardo, che in lunghe inquadrature l'uomo non visto getta su lei nella camera-prigione.

Fra "action" e "comedy" si colloca l'ottimo "Kick the Moon" di Kim Sang-jin, classica storia "buddy-buddy" di odio fra maschi che si trasforma in amicizia. Il delizioso "Hi, Dharma!" di Park Chul-kwan è una specie di introduzione comica al buddhismo, coi suoi gangster che si nascondono in un monastero imponendo la propria presenza ai religiosi scandalizzati (e poi? Poi, "Graecia capta ferum victorem cepit" e tutto questo genere di cose...). E manca lo spazio per nominare altre opere, se non "Failan" di Song Hae-suk, triste e commovente film di scoperta d'una persona e d'una situazione...

Se mettere in scena affascinanti, estremistici scontri a fuoco è una specialità di Hong Kong, quando appaiono sullo schermo quelli di "Fulltime Killer" di Johnnie To e Wai Ka-fai anche lo spettatore più distratto sente di essere trasportato a un altro livello, un'altra dimensione artistica. La barocca bellezza assoluta (per concezione, per

costruzione visiva, per montaggio) delle sparatorie di "Fulltime Killer" ci mostra Johnnie To al suo livello più alto - quello, per intenderci, di "The Mission". In più, una riflessione modernissima sullo statuto di verità del



racconto cinematografico: ossia una delle preoccupazioni principali, e senz'altro la nuova frontiera narrativa, del cinema d'oggi.

Ancora su Hong Kong: la giornata non molto riuscita dell'"horror day" ("day" sì, ma "horror" poco) è stata chiusa da un piccolo capolavoro del genere, "Horror Hotline... Big Head Monster", un delirio post-"Ring" sulle leggende metropolitane, diretto da Soi Cheang, che si può legittimamente considerare la scoperta del Festival. Certo che anche nelle prove minori il cinema hongkonghese ci dà dei punti. Prendiamo una

c o m m e d i a adolescenziale un po' furba, ben interpretata, realizzata con due lire, quale "Merry-Go-Round" di Thomas Chow. Se si pensa che con gli stessi presupposti in Italia ci becchiamo "L'ultimo bacio", non vien voglia di emigrare? Spostiamoci ora sulle commedie; e dopo aver

reso omaggio "en passant" al genuino divertimento de "La Brassiere" di Patrick Leung e Chan Hin Kai, che ha aperto il festival, vorrei menzionare l'intelligente "You Shoot, I Shoot" di Edmond Pang (Hong Kong), col suo millimetrico campionario di gags metacinematografiche calcolato a puntino per far impazzire i cinefili. Benché i film arrivati secondo e terzo - i coreani "Guns & Talks" e "Hi, Dharma!" - fossero migliori, il film vincitore del Premio del Pubblico "Love Undercover" è una commedia assai piacevole, come il suo gemello "Dummy Mommy, Without a Baby" (stesso regista e stesso personaggio, la sfigata LK Fong, interpretata dalla deliziosa Miriam Yeung). Ma fra le commedie hongkonghesi del Festival la più bella è "Love on a Diet" di Johnnie To e Wai Ka-fai (e sì, la stessa coppia responsabile dell'eccezionale "Fulltime Killer", e di "Fat Choi Spirit" per giunta), che con un trucco convincente trasforma due belli come Andy Lau e Sammi Cheng in ciccioni. Sotto lo sviluppo esilarante "Love on a Diet" contiene un elemento di malinconia (non sul grasso: sull'abbandono e la disperazione d'amore) che gli lascia un retrogusto cupo degno del genio di Johnnie To.

E a proposito di commedie: il gustoso "Killer Tattoo", thailandese, di Yuthlert Sippapak, insieme omaggio e parodia dei "gangster movies", s'inventa la più scatenata e folle accozzaglia di eroici killer immaginabili. Un pazzo



thailandese è convinto di essere Elvis, e guai se non gli parli in inglese, un baffuto tiratore scelto sa solo ripetere a sproposito "This is a book!" - un gruppo di figure che non usciranno più dal club affollato del nostro privato inconscio cinematografico. Note veloci per altri paesi, dalla presenza ridotta: le Filippine col bel dramma "La vida Rosa" di Chito Rono, Singapore con la piacevole



commedia "One Leg Kicking" di Eric Koo & Wei Koh, e la Thailandia: "Goal Club" di Kittikorn Laiswsirikun è modesto e didattico ma "Killer Tattoo" di Yuthlert Sippapak salva l'onore del paese.

Dal Giappone sono arrivati, con grande successo di presenze nelle proiezioni post-mezzanotte, i film erotici, i famosi "pink films": che non sono gioiosi inni alla carne bensì raffinate meditazioni - erotiche, sì - sulla tristezza, l'incertezza, la perdita. In "Moans from Next Door" di Sato Toshiki, dallo spunto (che piacerebbe al nostro

grande Tinto Brass) di una moglie frustrata che in una stanza vuota ascolta attraverso la parete i gemiti del rapporto sessuale si dipana una descrizione malinconica, con tocchi d'ironia, sullo spegnersi dell'amore in due coppie, il desiderio di fuga, la mancanza di coraggio. Come spesso nei "pink films", le donne sono più forti degli uomini, qui l'amante smidollato e il marito caricaturale. Potremmo citare anche l'agrodolce ritratto generazionale del bellissimo "Rustling in Bed" di Tajiri Yuji. Ma il più importante è "Tokyo Erotica" di Zeze Takahisa. Con grande modernità di linguaggio cinematografico, Zeze piega l'erotismo a una stupefacente meditazione sul tempo, la morte, il valore della vita, la rinascita. Il sesso, pieno di connotazioni violente e mortifere, è una parentesi fra due morti: fra il tempo prima della vita e quello dopo la morte. Questo racconto tragico e delirante culmina nell'apparizione (sotto una maschera da coniglio!) del Dio della Morte, personaggio dalle unghie laccate di nero degno di comparire fra le grandi figure psicopompe che popolano il cinema di David Lynch.

Un titolo giapponese fuori dai "pink films"? Il notevole "Transparent" di Motohiro Katsuyuki. Parla di persone che sono telepatici (tra smettono involontariamente i propri pensieri al prossimo) ma non lo sanno, perché tutti, per obbligo di legge, cospirano per tenerglielo nascosto. In questo

senso "Transparent" è il vero "Truman Show" giapponese, un'elaborazione paranoica sull'inganno collettivo, anche



se poi prende la diversa strada di un convincente mélo: ove l'unica debolezza è la stessa che si notava nel precedente film di Motohiro visto a Udine, "Space Travellers", una certa difficoltà a chiudere il discorso nel finale. E poi va menzionato "Ichi the Killer" di Miike Takashi, thriller di umoristica efferatezza, assai divertente invero (ma diciamo, su questo terreno della sfida alla resistenza dello spettatore Miike potrebbe imparare una lezione dai primi film di Peter Jackson). Quella della Cina continentale



si conferma, a mio parere, come la cinematografia oggi più pallida della regione. Tra film che più o meno lasciano il tempo che trovano, sono felici eccezioni il fascinoso noir-mélo di Huo Jianqi "A Love of Blueness" e l'ottima commedia di Teng Huatao

“One Hundred...” (sembra un’invenzione ma veramente la censura ha impedito di completare il titolo con “Thieves”, ladri). Qui la modernità del linguaggio cinematografico non serve alla “carineria”, come in “Spring Subway” di Zhang Yibai, ma a dar corpo alla narrazione.

Molto interessante, e non priva di opere di grande fascino, la retrospettiva sull’animazione cinese, non solo della Mainland China ma anche taiwanese e hongkonghese. E qui vorrei spendere qualche parola conclusiva per una piccola gemma, fresca degli allori di **s u p e r s u c c e s s o** dell’animazione a Hong Kong. Derivato dalla serie tv “McMug”, il bellissimo cartoon hongkonghese “My Life as McDull” (testo Brian Tse, art director Alice Mak, regia Toe Yuen) è l’autobiografia del maialino McDull, sempliciotto come indica il nome, con l’amorosa ma dura madre McBing. Le figure mostrano quella semplificazione pseudo infantile che troviamo negli “anime” giapponese e in vari



cartoon occidentali moderni (come, volutamente più grezza, in “South Park”); è interessante che, mentre i cartoni animati si sono evoluti sulla linea disneyana d’una sempre maggiore concretezza fisica e fluidità di movimento dei personaggi, oggi la loro **f r o n t i e r a** artisticamente più avanzata mostri uno stile naïf e **t e n d e n t e** al frontale che non **n e g a** illusionisticamente ma anzi esalta la bidimensionalità.

Queste figure si stagliano sul fondo



di una malinconica Hong Kong fotografica. Il film mescola abilmente diverse tecniche: disegno animato, **c o m p u t e r g r a p h i c s**, **d é c o u p a g e**, riprese dal vero. La narrazione, frazionata a episodi, non solo è spiritosa e toccante ma del pari variata, con le sue diverse strategie (la presentazione della madre in termini di videogiochi!). Vediamo come McBing promette a McDull ammalato di realizzare il suo sogno, un viaggio alle Maldive, ma non potendoselo permettere lo imbroggia: mediante dei cartelli scritti a mano gli spaccia per volo alle Maldive una gita fuori Hong Kong in

tram. Vediamo gli allenamenti di McDull allo “sport” **h o n g k o n g h e s e** dell’acchiappapanino, nella speranza materna di vederlo alle Olimpiadi o agli Asian Games - che invece neanche si terranno a Hong Kong. Il tema della disillusione



attraversa il film. E nella parte finale, partendo da un’evocazione quasi proustiana del loro primo e ultimo tacchino natalizio (non riuscivano a finirlo, gli durò 6 mesi), entra un grande discorso in prima persona sul passare del tempo, sulla crescita come delusione rassegnata. Il film osa spingersi fino a McDull adulto, con la cartella da impiegatuccio, che ci parla della morte della madre (il fumo della cremazione, dice, gli riportò alla mente l’odore di quell’interminabile tacchino). Dalla voce di McDull cresciuto ecco una dura morale: “un no è un no”, “stupido non è divertente”, “grasso non è potenza”, fino al terribile “Non è detto che uno ce la faccia”, distruzione dell’ottimismo esistenziale che si crederebbe connotato ai cartoon.

Tenero McDull, triste e splendido film!

DY AL SERVIZIO DI KILLER DELIRANTI

di Gerardo Corti

Anche quest'anno al Far East Festival c'è stata una buona rappresentanza di film hongkonghesi, sia per la personale dedicata al regista Patrick Leung Pak-Kin che alla solita invasione di killer e fantasmi. Purtroppo bisogna riconoscere che da alcuni anni (cioè da quando è praticamente sparita la categoria III) gli horror, pur mantenendo un buon livello, sono stati raggiunti (e probabilmente superati) dai colleghi coreani, mentre nella categoria "killer devastati" l'oscar di quest'anno va sicuramente al Tailandese *Killer Tattoo* di Yuthlert Sippapak, dove una delle squadre di killer più deliranti della storia del cinema (uno di loro crede di essere Elvis Presley e quindi può parlare solo inglese, lingua di cui sa a malapena due parole, non riuscendo a comunicare con il resto della banda, che non conosce l'inglese anche se sforsandosi riesce a parlarlo meglio di lui, e di fronte alle proteste del capo che fa notare a chi lo ha ingaggiato: "sì, ma lui è Thai", la devastante risposta è: "cosa c'entra? Lui è Elvis") ingaggiata per uccidere il capo della polizia. L'azione non riesce e allora viene assunto un altro killer per far fuori Elvis e la banda. Demenzialità, iperviolenza e ambientazioni camp: assolutamente geniale. Il tutto

condito da dell'ottima birra Heineken.

Ma veniamo alla rassegna hongkonghese partendo appunto dai killer che hanno avuto in *Ichi the killer* di Miike Takashi, un film violentissimo coprodotto con i coreani, il suo massimo esponente anche se a parimerito si piazza *Fulltime killer* di Johnnie To e Wa Ka-fai bellissimo heroic bloodshed imperniato sulla sfida di due superkiller. Anche qui ettolitri di Heineken con una piccola intrusione della kilkenney, Coca-Cola immancabile e un'invasione di Bulova, Nokia e IBM. La copertura di uno dei coprotagonisti è la sede hongkonghese della TNT, mentre per uno spostamento si utilizza una Mercedes targata DY 693. Anche se non c'entriamo non possiamo che esserne fieri.

Un altro film sui killer decisamente da recuperare è sicuramente *You shoot, I shoot* di Edmond Pang dove i killer girano con pistola e videocamera. Idea non nuova ma il delirio è assicurato. Fra le marche Marlboro, Coca-Cola, Perrier, Mercedes, San Miguel, Anne Fontaine, Heineken e ovviamente la telecamera Samsung.

Nella sezione horror troviamo ai primi posti *Diamond Hill* e *Horror hotline...big head monster* di Soi Cheang e *Visible secret* di Ann Hui.

Fantasmi, atmosfere lynchiane e marche a go-go (Heineken, Sony, Mercedes, Coca-Cola, Toblerone). Interessanti poi le commedie, da quelle meno riuscite come *Dance of a dream* di Andrew Lau ambientato in una scuola di danza dove si indossa Christian Dior, a *Fat Choi Spirit* di Johnnie To, molto interessante anche se, essendo basato su una sfida fra due campioni di mahjong, a volte non sempre comprensibile per uno spettatore occidentale, e *Love Undercover* di Joe Ma, una sorta di pallottola spuntata vincitore del premio del pubblico. Come al solito, così come per gli altri film non citati, un quasi monopolio da parte di Coca-Cola, Heineken e Marlboro. Fra le scene da citare una in un distributore Shell e l'incontro dello struggente *Funeral March* sponsorizzato da MSN.



PATRICK LEUNG PAK-KIN: UN REGISTA DA ULTIME VISIONI

di Gerardo Corti

La personale di quest'anno al Far East Festival è stata dedicata al regista d'azione hongkonghese Patrick Leung Pak-Kin (per gli amici Patrick leung): un regista che starebbe decisamente bene come ospite fisso della nostra rubrica Ultima/Penultima visione, considerato il fatto che ciascuno dei suoi film potrebbe essere messo tranquillamente a confronto con un classico americano (o europeo) precedente.

La cosa non sarebbe importante visto che il cinema americano (e in alcuni casi quello europeo) degli ultimi tempi ha subito non poche influenze da quello orientale, il problema è che Leung, al quale riconosciamo comunque un'ottima mano (non per niente è stato aiuto regista di personaggi del calibro di John Woo e Johnnie To) si perde alcune volte all'interno di sceneggiature non sempre all'altezza, risultando, in alcuni punti, quasi una parodia non riuscita dei film "ispiratori".

Passiamo comunque ai film che, nonostante la stroncatura iniziale, sono tutti abbastanza godibili.

Si comincia con *Somebody up there likes me* del 1995, che già dal titolo denuncia la somiglianza con un classico hollywoodiano, storia di un amore contrastato a causa dell'uccisione involontaria del

futuro "cognato" durante un incontro di Kickboxing. Film gradevole che si svolge fra la piccola delinquenza e il ring. Nel 1996 gira *Beyond Hypothermia*, una sorta di violento film d'azione in cui

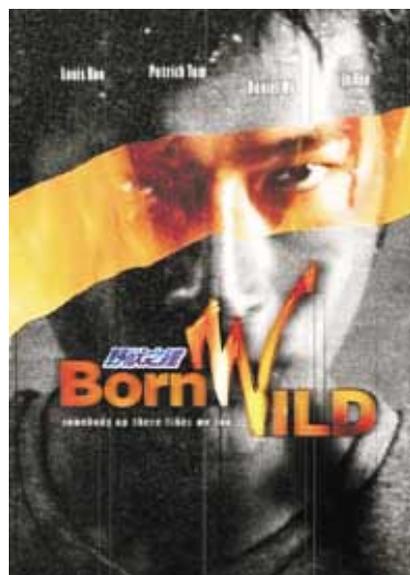


una disperata e solitaria rifugiata viene addestrata per diventare uno spietato killer professionista, ricorda niente? Nel 1997 esce il suo film più originale *Task Force*, un misto d'azione e umorismo imperniato attorno ad una "squadra di polizia" in un quartiere malfamato e ad un poliziotto in borghese che si innamora di una prostituta. Passano 4 anni e nel 2001 escono gli ultimi due film *Born Wild* (praticamente *Rocky*) e *La brassiere*, la prima vera commedia di Patrick Leung, ambientata all'interno di una fabbrica di biancheria intima, che ha avuto talmente tanto successo ad Hong Kong da indurre la produzione a mettere in cantiere il seguito.

Per quanto riguarda l'utilizzo delle marche Leung non si

discosta molto da tutti gli altri registi hongkonghesi con loghi scritti a caratteri cubitali nei titoli di coda e prodotti usati in maniera evidente. È il caso di *7up* che viene data (praticamente per corromperlo) ad un poliziotto in una graziosa scenetta di *Somebody up there likes me* o la vetrina con tanto di logo Marlboro sfondata durante una lotta di *Task Force*. Ma se vogliamo fare i cinefili e trovare come sempre delle costanti nelle opere del regista possiamo tanto per non smentirci tirare in ballo le famose quattro P del marketing che in questo caso diventano Pubblicità, Pugno, Poppe e Pregnant.

Lasciando da parte le prime tre (pubblicità, dai cartelli Visa a quello della Fujifino ai



distributori Coke, pugni con incontri di pugilato, kingboxing e altro utilizzati per sponsorizzare guantoni Apex piuttosto che tute Reebok, e bambini in arrivo con siparietti su attrezzature utili per le future mamme (come il cerca persone Panasonic) quello che più ci interessa è la costante di mostrare almeno una scena con l'attrice di turno in reggiseno, mania che



culminerà con l'ultimo film dal titolo appunto *La Brassiere*.

La Brassiere rappresenta il punto di arrivo, per quanto riguarda il product placement, della filmografia di Patrick Leung dove le marche hanno praticamente preso il pieno controllo della sceneggiatura. La storia, interpretata da alcuni dei più famosi attori hongkongkesi di questo periodo (Lau Ching-wan, Louis Ko, Carina Lau, Gigi Leung, Higuchi Asuka), racconta di un colosso giapponese della biancheria intima SIS GROUP che cercando di entrare nel mercato cinese incarica la presidente della sua filiale di Hong Kong di studiare un nuovo modello di reggiseno che vada bene per le nuove generazioni cinesi.

Per riuscire nell'intento la rappresentante decide di assumere un disegnatore di slip maschili e un noto playboy. Il film quindi si gioca, nel primo tempo, sulla contrapposizione di questi due uomini all'interno di una filiale completamente formata da donne decisamente carine, passando poi ad un momento più "serio" quando ai due passa la sensazione di essere in paradiso e cominciano le inevitabili storie d'amore.

In tutto questo si inseriscono una trentina di marche fra le quali i posizionamenti migliori potrebbero essere attribuiti all'immane Coca-Cola presente con un distributore all'interno del "paradiso", all'Audi utilizzata dalle supermanager (che lavorando per una ditta in cui lo stile è fondamentale...), alle borse Luis Vuitton e alla rivista Elle, ovviamente lettura consigliata per studiare le nuove tendenze.



Si parla di utilizzare tutte le moderne tecnologie per disegnare il reggiseno ed ecco comparire computer Acer, sistemi operativi Windows e messaggi di posta elettronica attraverso MSN.

Ma la brand più importante non poteva che essere quella dei reggiseni. I due protagonisti per prendere spunti rubano in una boutique tutta la collezione estiva della Triumph e la Triumph compare anche come catalogo, cartello, sfilata e in un'infinità di altri modi. Triumph ha quindi collaborato attivamente al film (viene anche ringraziata a caratteri cubitali nei titoli di coda) probabilmente anche progettando i due reggiseni che i protagonisti sono costretti ad indossare in ufficio per entrare nella mentalità femminile (ricorda niente?) e, così come avevano fatto a suo tempo Wonderbra e Leggs con Mel Gibson, studiando una campagna pubblicitaria ad hoc per la serie di film (che in oriente è campione di incassi ed ha creato un nuovo filone), cosa che il regista Patrick Leung non è stato al momento in grado di smentire.

Intanto però i reggiseni Triumph subiscono anche l'onta di una straordinaria pubblicità comparativa. L'affascinante protagonista Lena (Gigi Leung) dice infatti a Wayne (Louis Koo) che il posto più bello e confortevole dove si può riporre il seno non è un reggiseno (Triumph ovviamente) ma le mani di un uomo. Bene, ma probabilmente alla Triumph va comunque bene così.

FESTIVAL DI UDINE A...TUTTA BIRRA!

di Stefano Barbacini

Non sono solo i soft drinks a dominare il product placement nei film del Far East (anche se la presenza di COCA COLA è costante) ma in tutti abbiamo la presenza di birre che evidentemente si stanno disputando il mercato sia giapponese che coreano e cinese.

Birra HITE

Nella maggior parte dei film coreani quest'anno a Udine, l'unica birra bevuta è la HITE. Infatti viene scolata a più riprese nel film "Bad Guy" del regista più promettente della nuova generazione coreana. Storia terribilmente



romantica di un amore voluto ed imposto da parte di un malavitoso ad una studentessa con il vizio del furto. Indebitatasi con uno strozzino, la giovane è costretta dal "Bad Guy" ad una vita di prostituzione. Terrificante e senza indulgenza di sorta la figura del protagonista, muto per

quasi tutto il film per poi rivelare una sgradevole vocina dovuta al danneggiamento delle corde vocali (fatto già intuito dall'enorme cicatrice che il nostro presenta al collo), che per amore della ragazza finisce in un vortice di violenza. Finale con i due che se ne vanno dal quartiere a luce rossa con la giovane che in un qualche modo ricambierà l'amore di lui provvedendo a mantenere la coppia prostituendosi nel retro di un furgoncino HYUNDAI.

Anche nello spassoso incontro tra monaci shaolin e gangster (che, in fuga, si rifugiano nel monastero in cui è ambientato il film) nella pellicola "Hi, Dharma!", tra contrasti (materiali contro spirituali), sfide meditative e sportive (tra cui anche una di calcio con fornitura sportiva KIKI) e finale con avvicinamento tra le due parti per combattere contro gli infidi traditori della gang dei malviventi che arrivano al monastero per far fuori i rifugiati, c'è posto per una bella bevuta di birra HITE.

Una cassa della suddetta birra appare pure nel film di Kim Young-joon "Kick the moon". Uno strano triangolo tra due ex compagni di classe che si ritrovano anni dopo a ruoli invertiti (il "secchione" diventato un gangster, il

teppistello violento, poliziotto) ed una donna di cui entrambi sono innamorati. Dovranno affrontare la violenza di gangster in BMW (tutte le altre vetture utilizzate dai nostri, un furgoncino, una corriera e perfino un sollevatore sono HYUNDAI) che ce l'hanno con loro. In questo film non si beve solo birra ma anche PEPSI.

Birra BUD.

Fuori dal coro degli altri film coreani troviamo "My sassy girl", un film interessante che, pur possedendo alcuni dei difetti "storici" della filmografia coreana e cioè ridondanza a tratti retorica e lunghezza eccessiva con un finale o due di troppo, mostra in maniera divertente e intrigante il complesso rapporto tra lo studente universitario Kyun-woo, gran bravo ragazzo, e la indisciplinata e prepotente "sassy girl" del titolo. La trova ubriaca marcia su di un metro appena sotto alla pubblicità ESPRIT. La fa riprendere e la



porta in un DUNKIN DONUTS, non senza passare davanti ad un MC DONALD'S.

Lei lo tratta male fino all'assurdo, lo picchia e gli fa fare figure incredibili ma lui continua a seguirla e lei continua a volerne la compagnia pur senza dargliela. I due vestono FILA, ADIDAS, PUMA, bevono la BUD, giocano a squash e continuano a prendere il metro su cui scorrono immagini fornite dalla SONY. Dopo varie vicissitudini, pause nel loro rapporto, arrabbiature e riconciliazioni, pare che il tutto debba finire per il meglio quando lui le da prova d'amore ad un concerto di lei tenuto su pianoforte SAMICK. Ma qui inizia quel tipico tira e molla retorico di parecchi finali coreani e l'ottimo film che era finora sfiora il tedio. Ci consoliamo pregustando un bicchierino di GLENFIDDICK che vediamo in una scritta enorme dentro ad un bar e ripensando alla divertente frase di lei quando lui manifesta l'intenzione di farsi una COCA COLA: "Una COKE? Vuoi morire? Prenditi un caffè!", una vera "Sassy girl" (che per la cronaca significa sfacciata).

Birra CASS.

In realtà anche "Sorum", horror coreano, non ha tra i protagonisti la birra HITE ma la CASS. Bevuta a più riprese in questa pellicola dalle atmosfere inquietanti, che si prende tutto il suo tempo per raccontare l'incontro malsano tra una cassiera del supermercato 7 ELEVEN (uno dei must di questo Udine 2002) con marito violento e

da sopprimere e il tassista Yong-hyun dal passato



tormentato. La trama si ripiega su se stessa, qualche personaggio forse doveva essere eliminato in fase di sceneggiatura, ma in generale il film soddisfa chi dai film horror non vuole effettacci ma atmosfere poco rassicuranti.

ASAHI beer

Appare nel film giapponese "All about our house" di Koki Mitani. Una coppia di sposi deve costruire una casa nuova ma già al momento del progetto nascono contrasti tra il padre di lei, capocantiere con esperienza trentennale, e il giovane architetto scelto dai due giovani che arriva con le sue idee moderne cavalcando la sua SUZUKI. Saranno poi scintille al momento in cui le gru SUPER Z 300 si metteranno al lavoro. Tutto il film è giocato sul confronto tra tradizione e novità già sviscerato meglio in altre opere giapponesi precedenti a questa. In pratica il tutto risulta essere un po' una palla e ci verrebbe voglia di giocare con il NINTENDO che appare nella casa in cui abitavano gli sposi in precedenza.

STANDARD Beer.

Nella favoletta giapponese "Laundry" (una specie di

Benny & Joon del sol levante), un tentativo di imitazione di Johnny Depp (viene interpretato dall'attore Kubozuka Yosuke) ritardato mentalmente a causa di una caduta, si incontra con la disadattata Mizue nella lavanderia di cui è il custode, quando lei se ne va dal paese lui la rincorre con le corriere della TB (Tokai Bus) e durante il viaggio si ubriaca con la birra in questione. Poi i due formeranno coppia rilevando l'attività di un vecchio idealista che si occupava di bianche colombe



da liberare durante i matrimoni. Ma la vita è dura per gli emarginati in questo mondo di normali e vi saranno problemi. A tratti divertente, spesso troppo zuccheroso, per nulla originale ma non sgradevole del tutto. Un film così. Notazione a margine, le lavatrici, vere protagoniste della prima mezz'ora, sono SANYO e nella scena più

simpatica della pellicola, un pugile eterno perdente, dopo l'ennesima sconfitta, si rifugia in una di queste lavatrici e la usa come vera e propria casa. Che comfort gli elettrodomestici SANYO!

Birra SAN MIGUEL.

Naturalmente bevuta in un film filippino. "La vida rosa" porta a Udine

la vitalità e la disperazione di questo paese. Storia di Rosa e del suo uomo Dado, due "baraccati" che cercano di mandare avanti una vita decorosa e di sfamare la madre ed il figlio di lei, facendo lavoretti illegali per il boss del quartiere e rubacchiando nei supermercati (un frullatore BRAUN). Quando il boss li inganna, Dado e Rosa si vendicano fregandogli la piazza. Il passo è più lungo delle loro fragili gambe e i due cadranno rovinosamente, inseguiti da polizia e delinquenti. Inutili tutte le vie di fuga. Inutile lo sforzo della TOYOTA di fornire auto, furgoni e Taxi per la loro salvezza. Dal quartiere non si scappa. Rosa fuma sigari, Dado MARLBORO.

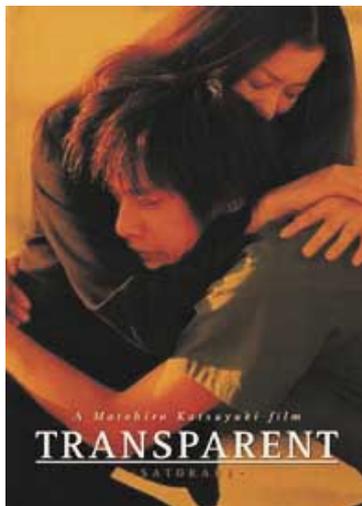
SAPPORO BEER.

Perché il pink movie forse più spinto della serie presente a Udine viene inserito in questa panoramica e non nel capitolo dedicato a queste pellicole? Per due buoni motivi. Il primo è che contiene una birra (la SAPPORO BEER, per l'appunto) che lo apparta agli altri sopra descritti, il secondo è che i rapporti sessuali in questo film fanno parte integrante e

imprescindibile della storia. Il rapporto tra uomo e donna analizzato in maniera quasi stilizzata dal regista Tajiri Yuji



sorprende per la sua stringatezza e, nonostante ciò, la sua completezza. L'eterno dilemma sesso o amore esposto senza il fiume di parole da regista-sociologo (vero Breillat?). Nessuna birra invece nel giapponese "Transparent" del regista Motohiro Katsuyuki, già autore di uno dei cult dello scorso anno, "Space Travelers". Il film è tra i più interessanti del festival. I trasparenti sono persone i cui pensieri possono essere sentiti da chi gli è vicino come se fossero detti a voce. Loro però non lo sanno! Allora è nata in Giappone la Squadra Protezione dei Trasparenti.



Satomi, il protagonista del film è uno dei trasparenti e viene tenuto con la nonna in un ospedale in cui studia e lavora. Tutte le persone che si aggirano nella clinica sono al corrente della sua presenza e sono tenute a far finta di nulla, come se non sentissero le voci dei pensieri di Satomi. Il problema più grosso si presenta quando Satomi si innamora: chi vorrebbe stare con una persona i cui pensieri anche i più intimi possono essere sentiti da tutti? Tra "The Truman Show" e "Rain man" il film è decisamente buono anche se non mantiene nel finale la stessa capacità di intrigare della prima parte. Interessanti anche le marche presenti che vanno dalla



MITSUBISHI alla SONY (incaricate di far apparire verosimile l'ambiente ipertecnologico in cui si svolge il film), dalla LOGOS (che fornisce la tenda del campeggio) alla MAZDA (che fornisce le auto). Due annotazioni per concludere. Come si vedrà anche in altri film, il miglior rimedio per le fatiche sessuali e la perdita di sudore è una bella bevuta di acqua EVIAN. I pupazzetti di M&M's sono i più gettonati, hanno la meglio su quelli di WINNIE THE POOH e dei POKEMON.

PINK CINEMA: POCHI SOLDI, TANTO SESSO, QUALCHE MARCA

di Stefano Barbacini

Cos'è il famigerato pink cinema giapponese? E' un cinema di veloce consumo (i film superano di poco l'ora) con scene "obbligatorie" contenenti nudi femminili e sesso (sempre simulato ma che è più o meno esplicito da un film all'altro), le cui "opere" vengono presentate a due a due e ripetute in programmazione per tutta la giornata. Occasione di

in maniera greve e sbrigativa, ma i giovani alle prime armi tentano di dare una svolta artistica alle loro opere cercando così di far vedere il loro talento. In effetti per quello che si è visto a Pesaro da un film all'altro vi sono differenze qualitative enormi, anche se siamo sempre nel campo di un cinema di alto consumo e pochi mezzi e quindi è fuori luogo stare a disquisire eccessivamente sulla loro qualità assoluta: non si sta certo parlando di capolavori assoluti del cinema! Però in alcune pellicole si vede la voglia degli autori di esprimere loro idee e di creare un decente intreccio drammatico. Ad esempio in "Despite all that" di Shinji Imaoka, il matrimonio della coppia protagonista è solo apparentemente regolare e tranquillo con lui che si aggira rilassato per casa con la sua tuta ADIDAS, si siede a tavola a mangiare spaghetti davanti a una scatola di PRINGLES, ma nell'altra stanza la moglie ha difficoltà dal trattenersi ad usare un coltello per tagliarsi le vene! L'arrivo della studentessa ninfomane Kimiko che avrà rapporti con entrambi i coniugi farà esplodere le tensioni e alla fine farà maturare il rapporto tra i due, lei si taglia le vene ma non muore, lui arriverà a travestirsi da donna per

cercare di riavvicinarsi a lei. Un pink con psicodramma. Oppure nel tesissimo "No woman, no cry" dietro il quale in veste di sceneggiatore sta il talento di Zeze Takahisa, un autore sperimentale che fa parte dei quattro considerati in Giappone "The four kings of pink". Storia di vendette, amori malati (in tutti i sensi perchè un amour fou viene vissuto da una malata terminale, in fuga dal suo lavoro di benzinaia in un distributore NISSEKI, per un delinquente di mezza tacca) e tradimenti. Sembra di essere negli sperduti spazi americani, ai bordi del deserto con personaggi che cercano nel sesso e nella violenza una rivalse per le loro vite perdute. A far atmosfera un Juke-box ROCK-OLA. Lo stesso Zeze Takahisa presenta un film che è il più sperimentale tra quelli



rilassamento per i giapponesi che pare vadano a vederli soprattutto tra una pausa di lavoro e l'altra. A detta della star presente ad Udine, una ex miss Hiroshima di nome Yumeka Sasaki, pare che ultimamente anche il pubblico femminile cominci ad interessarsi a queste pellicole, soprattutto perchè i registi non trattano più l'argomento



visti a Udine. Le storie di sesso e morte rappresentate sono divise in episodi diversi, di cui uno ambientato addirittura nel futuro. Non ha molta importanza la sostanza narrativa quanto le bizzarre invenzioni di macchina di

Takahisa e i suoi deliri inquietanti. Tutto prende il via dalla morte di Kenji ucciso dal gas sprigionato dai terroristi a Tokyo. Questo episodio di cronaca rischia di diventare per i giapponesi il sostituto del dramma epocale

di Hiroshima come attentatore del subconscio nazionale. I protagonisti si aggirano per il film portandosi addosso questo senso di pericolo angosciante e di tragedia imminente cercando di dimenticare ubriacandosi di sesso e WILD TURKEY WISKHY. Tentativo di sperimentazione anche in "Snow, woman", film di Mitsur Meike. Storia di un uomo che aspetta una donna in un paesino sperduto tra le montagne. Lei non arriva, il paesino resta isolato da una tormenta di neve e il protagonista infreddolito e stanco comincia a non distinguere più sogno e realtà. In questo caso il risultato è decisamente inferiore rispetto al film di Takahisa, anche se l'ambientazione invernale è suggestiva e l'orologio CASIO indossato dal protagonista molto bello. Ha ottenuto il maggior gradimento del pubblico la versione "pink" di "Ultimo tango a Parigi", il film "One Week" di Masahiro Kobayashi. Trattasi della storia di due sconosciuti che per una settimana si rinchiodano in un appartamento e scopano, letteralmente, fino alla morte (di lei, stavolta). A stemperare un attimo la tensione tra un rapporto e l'altro un piatto di spaghetti, una MARLBORO e una bottiglia di acqua EVIAN da ingurgitare avidamente. Le casse BOSE fanno costantemente da sfondo alle interminabili copulazioni.



UN TRAM CHIAMATO COCA-COLA

di Gerardo Corti

L'anno scorso da queste pagine ci "meravigliavamo" come in Cina stesse dilagando il product placement dichiarato (nel senso che i loghi delle marche coinvolte potevano anche essere presenti sui manifesti del film) e come fosse di moda mostrare sia nella pellicola che nei titoli di coda (anche se era più che altro una moda hongkonghese) gli indirizzi internet delle dotcom piuttosto che quelli di alcune aziende.

Bene, ci togliamo subito il dente aggiungendo una nuova chicca.

Il manifesto di *Touched by love*, film drammatico di Jiang Ping e Liu Xin, ha sul fondo i loghi, sia in caratteri

occidentali che in ideogrammi di Maxam, Liushen e Soft Sense, se non erro tutti marchi di prodotti di bellezza riconducibili alla Shanghai Jahwa, ed infatti compare anche quello Jahwa.

Nella metropolitana di *Spring Subway* compare più volte il cartello del portale www.21CN.com

Ho scrupolosamente controllato e, nonostante gli ideogrammi cinesi non siano il mio forte, ho scoperto (dalle foto) che oltre a notizie, risultati dei mondiali, anteprime cinematografiche (l'uomo ragno rimbalza da una parte all'altra dello schermo) c'è anche una sezione foto, di merita uno sguardo. Ci sono anche dei banner pubblicitari notevoli.

Ma non ci sono solo playmate varie pubblicizzate nei siti oggetti di product placement. Nell'interessante *One Hundred...* di Ten Huatao si indugia su un cartello www.beijing-2008.org

Come si sa le olimpiadi del 2008 si svolgeranno a Pechino ed è giusto cominciare a pubblicizzare l'evento (e Pechino e Cina) agli occhi dell'occidente con ogni mezzo, anche con siti internet (il sito è disponibile in varie lingue fra cui l'inglese, il francese e lo spagnolo) e,

perché no, con il product placement in un film molto "occidentale" destinato anche al pubblico occidentale (se non erro a Udine era la prima



mondiale, ma potrei sbagliarmi).

Da aggiungere che ogni film cinese è sottoposto al Film Bureau, il dipartimento statale che ne controlla l'integrità morale. In questo caso infatti ci fu un taglio nel titolo (Cfr. l'articolo di Placereani) ma non nei cartelli www.beijing-2008.org, segno che le autorità di Pechino sono orgogliose del proprio product placement.

A parte questo si può dire che i film cinesi erano divisi in due categorie: quelli che mostravano la Cina più povera, come quella di *Escort* di Qi Xing dove due poliziotti sono costretti ad attraversare



a piedi il deserto (per mancanza di soldi per prendere mezzi) per accompagnare un truffatore fino a Pechino con un inevitabile amicizia e solidarietà dei tre, e quella moderna e "ricca" delle grandi città come la Pechino di *One Hundred*.

Nel primo i due poliziotti hanno a che fare solo con una cassa di Bud in uno degli alloggi che trovano sulla strada, una borsa Adidas e una Future (?) Cola, nel secondo le due giovani reclute della polizia devono vedersela con i ladri all'interno di un ricco megastore (il Jinbao Market) pieno di Toshiba e Energizer mentre bevono vera Coca-Cola.

Nella ricca Pechino si svolgono anche delle storie d'amore che hanno come



caratteristica comune i mezzi pubblici.



Nel primo, e decisamente più interessante, *Spring Subway* di Zhang Yibai varie storie di innamoramenti si rincorrono negli incontri sulla metropolitana di Pechino. Film dolce e kitsch dove fanno la loro comparsa numerosi cartelli e si usano varie brand. Fra le marche presenti Ikea, Coca-Cola, Amstel, Panasonic, Kodak e Kenzo.

Nel secondo *A love of blueness* di Huo Jiangu un poliziotto salva dal suicidio una giovane artista che in realtà stava facendo una performance. Inevitabile l'innamoramento anche in questo caso aiutato da un mezzo pubblico. Un tram catalizzatore che compare in più occasioni e che è completamente ricoperto dalla pubblicità della Coca-Cola.

Fra i comprimari sempre

presenti, o quasi, anche in questa filmografia Marlboro, Heineken e Reebok.

Una menzione speciale merita poi *Purple sunset* di Feng Xiaoning, film bellico ambientato durante la seconda guerra mondiale che si trasforma in una sorta di film Troma nell'ultimo quarto d'ora.

Per la sezione Cina è stata presentata anche una serie di lungometraggi a cartoni animati. Belli, anche se ancora lontani sia dai colossal americani che dai manga giapponesi, fra i quali spicca *A Chinese Ghost Story: the Tsui Hark animation* di Andrew Chen e *Grandma and her ghosts* di Wang Shaudi. L'evento ci dà la possibilità di aprire una nuova rubrica che era da troppo tempo nel cassetto: quella dedicata al film di animazione con l'evento di questo Far East Festival: *My life as McDull* di Toe Yue



UN MCDULL MENU' GRANDE E UN CHEESEBURGER

di Gerardo Corti

L'evento di questo Far East Festival: *My life as McDull* di Toe Yue, film di animazione tratto da una serie di cartoni animati molto famoso in Cina. Il maialino McDull attraversa una serie di avventure fra le quali quella di andare in crociera alle Maldive (in realtà la madre gli aveva promesso la vacanza ma non avendo i soldi lo porta in giro per la periferia di Hong Kong facendogli credere che siano le Maldive).

Il disegno molto grezzo (potrebbe essere il South Park cinese) e le alcune battute interessanti, ma la cosa che più ci interessa è la presenza continua di cartelloni Tempo, Kodak e Mastercard. Oltre a queste c'è anche uno svolazzo Coca-Cola.

Non so se la serie McDull potrebbe mai far presa sui bambini italiani, l'unica cosa che so è che vista la presenza continua di quei marchi difficilmente potrebbe essere

trasmesso durante Bim Bum Bam.

E per ultimo ho anche un altro quesito: ok Dull è ottuso, ma perché Mc?



CALCIO VUOL DIRE SPONSOR ANCHE IN ORIENTE

di Stefano Barbacini

Già dalle parole dei registi presenti al festival di Udine si capisce quanto sia importante anche in oriente il nostro amato\odiato calcio.

Più di un regista infatti si è detto contento di trovarsi nella nazione del grande calcio, passione che accomuna cinesi, thailandesi, giapponesi e italiani. Ebbene, se nella "nazione del grande calcio" (Italia e Inghilterra sono i due campionati sempre citati) i film sul football latitano e quando ci sono non vanno al di là della mediocrità e le

commedie che coinvolgono calciatori finora si chiamano "Roberto Cotichino" e cagate simili, in oriente pare sia di gran moda ambientare commedie e drammi in un mondo che, almeno in apparenza, non appartiene loro. Quel che più sorprende è che con le commedie sul calcio orientali ci si diverte pure! Il campione del genere è sicuramente quel "Shaolin soccer" dell'hongkonghese Stephen Chiau, film girato con grandi effetti digitali che fa incontrare Shaolin, kung fu

con i dribbling e i tiri in porta, il tutto con una vivacità e un umorismo delirante che divertono dall'inizio alla fine. Una promessa del calcio nell'occasione più importante della sua carriera fallisce un calcio di rigore e viene picchiato dal pubblico inferocito che gli frantuma una gamba e i sogni di grande futuro. Viene anche sbeffeggiato dal suo rivale di sempre. A distanza di anni, si ritrova a fare il barbone ma l'incontro con un discepolo Shaolin (Chiau) con grandi

doti di calciatore gli cambia la vita offrendogli l'occasione di assemblare una squadra di disperati per partecipare al torneo nazionale. Naturalmente i rivali più pericolosi sono allenati dal rivale della sua gioventù e sembrano imbattibili anche perchè imbottiti di una sostanza "americana" che da loro forze demoniache. Tra tiri che sprigionano fiamme, portieri che si immolano per parare anche l'imparabile, tra rovesciate alla "Holj e Benji" e cannonate di destro e sinistro che frantumano muri, arriverà la vittoria dei più deboli contro gli arroganti. Il film è stato uno dei più grandi successi ad Hong Kong di sempre e bene ha fatto la PUMA ad accaparrarsi la fornitura di tutto il materiale sportivo. La SONY fa pure la sua apparizione trasmettendo con i suoi schermi le partite. Shaolin soccer non era presente a Udine dove invece vi si trovavano il thailandese "Goal club" e il film da Singapore "One leg kicking". Quest'ultimo ricalca a grandi linee la trama di "Shaolin soccer". Anche qui una promessa del calcio si infortuna gravemente e non può più seguire la strada del professionismo. Lo ritroviamo operaio di un ricco commerciante con figlio inetto e prepotente. Taipo, questo il suo nome, mette insieme una squadra da corte dei miracoli con una manciata di amici falliti (un cantante con scarse

qualità, uno scagnozzo della mala appassionato di Bruce Lee, una cheerleader, un disoccupato) per contrastare lo strapotere della compagine locale naturalmente di proprietà del ricco commerciante con il figlio capitano. Dopo i primi insuccessi e le difficoltà di... organico, arriveranno a superare la squadra dei ricchi. Qui lo scontro non è più tra spiritualità e materialismo ma tra classi sociali. Il film ha un umorismo più grasso di quello di "Shaolin" e non contiene gli effetti speciali digitalizzati del film di Chiau. Però in alcuni punti è anche più divertente e meno politically correct, come ad esempio quando a casa di Taipo si rompe un tubo del bagno e ne esce una poltiglia merdosa ributtante che investe i poveri abitanti dell'appartamento. Anche gli effetti artigianali sono più "hard" e l'infortunio iniziale di Taipo è descritto senza nascondere nulla, con tanto di osso in vista nella ferita sanguinante alla gamba. Sponsor ufficiali del film (riproposti più e più volte durante la finale vinta dai disperati contro il superteam dei ricchi, approfittando del fatto che una partita di calcio > si presta naturalmente alla mostra delle marche) sono: UMBRO, TIGER BEER, TACO BELL, STANDARD CHATERES, STARHUB e KFC (Kentucky Fried Chicken). Oltre a quelli però non mancano MARLBORO,

SONY, MOTOROLA, JOHNNY WALKER e (costante di molti altri film visti a Udine) i mobili IKEA. Invece Goal club non è come gli altri due una commedia, ma uno spaccato della gioventù thailandese che si barcamena tra vita di strada e malavita. "Scopo di questo film è di ampliare la conoscenza che la gente ha del mondo sommerso delle scommesse sportive illegali" è la dichiarazione del regista Kittikorn Laiwsririkun. Infatti i cinque protagonisti, giovani calciatori, sono più interessati a fare uno sgarbo al racket delle scommesse per cui lavorano che non a tirare calci ad un pallone, ma il fascino delle grandi squadre e delle grandi marche sportive è in tutti loro: uno dei giovani addirittura ha tatuato sulla pelle il marchio NIKE! Tra una PEPSI, una SPRITE ed un panino al BURGER KING sognano il MANCHESTER e la JUVENTUS o al limite di scappare in aereo magari con le linee KLM. Sogni che resteranno tali quando si scontreranno con la dura realtà fatta di povertà e violenza. Teniamo pure conto che proprio il MANCHESTER UNITED è l'unica squadra di calcio che ha una rete di vendite del proprio "marchio" sotto forma di magliette e gadget vario organizzata in tutto il mondo. Una vera e propria brand da diffondere.

JAQUES DEMY in tre puntate al cinema ferroviario di Udine

a cura del CEC

**Omaggio a Jacques Demy:
la danza del cinema
30 maggio - 6 e 13 giugno**

Grazie all'impegno della Lab 80, quattro tra i film più belli di Jacques Demy sono stati ristampati (dai negativi originali restaurati) e sottotitolati in italiano per la distribuzione culturale. Il Centro Espressioni Cinematografiche non poteva perdersi l'occasione di mostrarli!

Al cinema del regista francese, al quale è stata dedicata una retrospettiva completa durante l'edizione 2001 di Bergamo Film Meeting, verranno dedicate, all'interno della programmazione del Cinema Ferroviario, 3 serate che prevedono la visione di 5 film compreso il "Garage Demy" della moglie Agnès Varda, tributo al genio all'indomani della morte. Rivedere queste straordinarie opere, nella loro bellezza originale, è un avvenimento di grande significato. Bambino cresciuto a Nantes durante la guerra, sognando il cinema e girando film con l'aiuto di una vecchia cinepresa amatoriale, Demy è regista raffinatissimo, poetico e completamente "sui generis" anche nel panorama rivoluzionario del cinema francese. Capace di trasformare i suoi film in sogni dolci e amari, Demy rilegge i generi a cominciare dal musical.

Fin dal suo primo lungometraggio, Lola - dedicato a Max Ophüls, è la storia della vita e degli incontri di Lola (Anouk Aimée), cantante in un cabaret di Nantes con figlio a carico - Demy stravolge i modi tradizionali del racconto e costruisce un linguaggio personale fatto di movimenti improvvisi, di incroci narrativi, di deviazioni continue. La precarietà come cifra stilistica contraddistingue anche La Baie des Anges (LA GRANDE PECCATRICE), film dominato dal gioco e dal caso e costruito su un nomadismo che coinvolge anche il

mondo delle emozioni e dei sentimenti. La storia si svolge a Nizza, dove, un modesto impiegato (Claude Mann) si innamora di una donna (Jeanne Moreau), conosciuta ai tavoli della roulette, che ha abbandonato la famiglia per la passione del gioco...

Con *Les parapluies de Cherbourg* e *Les demoiselles de Rochefort* (JOSEPHINE LA RAGAZZA DEI MIEI SOGNI) - con una straordinaria Catherine Deneuve - Demy reinventa il musical o piuttosto ne fabbrica uno molto particolare, profondamente calato tra le pieghe del quotidiano; ogni frase è tradotta in canto, così come le gioie, ma soprattutto le amarezze e i drammi della vita.

Il suo cinema è fatto di passioni, di abbandoni, di tradimenti, di partenze, di amori folli, segreti, immaginati, sognati. I suoi personaggi cercano inutilmente e a volte comicamente di fuggire da se stessi, verso porti che probabilmente non saranno diversi da quelli che stanno per lasciare... Grandi, grandissime attrici popolano questi quattro film: Anouk Aimée, fragile e sfuggente; Jeanne Moreau, misteriosa e crepuscolare;

Catherine Deneuve, solare e impaziente; Françoise Dorléac, malinconica e schiva. A conclusione della mini-rassegna, non poteva mancare "Garage Demy", il partecipato commiato di Agnès Varda. Diretto sul filo della memoria dalla moglie, il film rilegge il genio di Demy ripercorrendo la sua vita dall'infanzia fino al nascere della sua vocazione cinematografica. Il risultato è un film di rara bellezza, dove arte e vita si intrecciano senza retorica e con molta emozione. Degna conclusione di un percorso nostalgico in compagnia di una incomparabile magia.

PROGRAMMA

GIOVEDI' 30 MAGGIO

Ore 20.30

LOLA (Lola - donna di vita)

di Jacques Demy

con Anouk Aimée e Marc Michel

Francia/Italia 1960, durata 85', v.o. francese, sottotitoli italiani

Ore 22.00

LA BAIES DES ANGES (La grande peccatrice)

Di Jacques Demy

Con Jeanne Moreau e Claude Mann

Francia 1962, durata 82', v.o. francese, sottotitoli italiani
Biglietto unico valido per l'intera serata

GIOVEDI' 6 GIUGNO

Ore 21.00

LES DEMOISELLES DE ROCHEFORT (Josephine la ragazza dei miei sogni)

di Jacques Demy

Con Catherine Deneuve, Michel Piccoli, Gene Kelly

Francia 1966, durata 120', v.o. francese, sottotitoli italiani

GIOVEDI' 13 GIUGNO

ore 20.30

LES PARAPLUIES DE CHERBOURG (id.)

di Jaques Demy

con Catherine Deneuve e Nino Castelnuovo

Francia/Rft 1963, durata 91', v.o. francese sottotitoli italiani

Ore 22.00

GARAGE DEMY (Jaquot de Nantes)

di Agnès Varda

Con Philippe Maron e Laurent Monnier

Francia 1991, durata 118'

Biglietto unico valido per l'intera serata

Per informazioni:

CEC

Via Villalta 24

33100 Udine

tel. 0432/299545

cec@cecudine.org

www.cecudine.org

Cinema Ferroviario

Via Cernaia 2

33100 Udine

tel.0432/504874