

Dy's Chronicles &

Si Logo 3

The uninited

Yo puta

Alas de mariposa

EL MAR

La espada de dios

Nosotras

BERESINA

Keka

Far East Festival 2004

Dragon loaded

Singles

OUT

999-9999

The italian job

vol.2

SECONDA PARTE DEL NUOVO SI LOGO 3 DEDICATO A 100 CASI DI PRODUCT PLACEMENT

DEGLI SCORSI ANNI E IN PARTICOLARE AL CINEMA "DIFFERENTE" COMINCIANDO DAL PIÙ AGGUERRITO NEI CONFRONTI DEL MONOPOLIO DEL CINEMA AMERICANO:

IL CINEMA ORIENTALE CHE HA DATO GRANDE PROVA DI SE IN UNO DEI MIGLIORI FESTIVAL ITALIANI: IL FAR EAST FILM DI UDINE.

FAR EAST FESTIVAL 2004

51 **BAOBER IN LOVE** REGIA: Li Shaohong NAZ: Cina

Ventata di novità nell'accademico cinema della Cina continentale? Il film della regista Li è colorato, molto arty con virtuosismi visuali e temporalni, con scene che flirtano con l'iperrealismo e con il videoclip. In realtà ancora una volta si tratta di una storiella d'amore e di insoddisfazione sentimentale che è uno dei pochi modi che ha ancora la cultura cinese per criticare l'establishment che dalle campagne e dai quartieri popolari si sta trasformando in un'immensa fiera alla rincorsa della modernità occidentale. Al di là della bellezza di alcuni momenti e del reale interesse che si può riconoscere a questo tentativo di rinnovare il racconto (ma altre cose si erano viste in precedenti festival con registi che tentavano operazioni simili) l'operazione non convince appieno. Naturalmente questa corsa verso l'adeguamento ai mezzi di comunicazione occidentali non esclude il linguaggio pubblicitario e l'inserimento di brand a tutto spiano. Il canale televisivo HBO è la chiave che ci apre la porta verso un mondo di videoregistratori JVC, computer TCL, lettori CD SANYO, tv SONY e perfino citofoni KOCOM. Il pallone ufficiale della NBA SPALDING e la COCA-COLA bevuta da uno dei protagonisti a rappresentare il lato meno tecnologico.



52 **BAYSIDE SHAKEDOWN** REGIA: Motohiro Katsuyuki NAZ:

Il successo dell'anno giapponese è un film tratto da una serie televisiva di successo nel Sol Levante. Bayside Shakedown è la versione orientale dei vari Hill Street Blues, NYPD ecc. L'inizio è sicuramente interessante con l'illustrazione di questo dipartimento di polizia con budget ristrettissimo (l'arrivo di una fotocopiatrice CANON è evento clamoroso) che si barcamena tra delitti e rapimenti (risolti grazie all'aiuto dei computer MACKINTOSH e APPLE con l'aiuto di video SONY) e in cui esplodono contrasti tra i superiori inquadrati e i detective che vanno in strada a "farsi il culo" senza l'appoggio dei primi (contrastati risolti nel finale grazie alle radio-trasmittenti MOTOROLA). Ma poi la pellicola scivola nel grottesco fino ad arrivare all'idiozia totale nell'ultimo quarto d'ora tra dramma sfiorato (il protagonista sta per morire perché ferito e viene portato su di una immancabile TOYOTA all'ospedale ma ad un certo punto quando sembra morto e i suoi colleghi sono già preda della disperazione comincia a... russare: erano due giorni che non dormiva!) e patriottismo non necessario. I poliziotti nel tempo libero indossano ROBE DI KAPPA e bevono BOSS (linea di soft drink al caffè della potentissima SUNTORY, ne riparleremo).

Il film inizia con uno spot pubblicitario della bevanda 357, tanto slegata dall'inizio dell'azione che non si capisce se è parte integrante del film o spot a parte. Solo nel finale della pellicola il mistero è svelato: in un film tutto azione e ironia alla Jackie Chan con la superstar Mum Jokmok (pseudonimo con cui è conosciuto in patria ma il suo vero nome è Peththai Wongkamlao ed è quindi uno dei coregisti dell'operazione) che deve affrontare il nemico nella sfida decisiva ecco che il duello si svolge tra scatoloni ammassati in numero enorme di quella stessa bevanda, la 357 ed addirittura gli scatoloni stessi partecipano alla lotta venendo lanciati, intralciando ecc.

La storia è quella di un bodyguard che deve difendere la famiglia di un riccone ma la cui onestà viene messa in dubbio da losche trame dietro le quinte del protocollo ufficiale. Naturalmente nel finale la sua posizione si chiarisce a suon di cazzotti. Ambienti di superlusso e auto adeguate, senza apparente rivalità vengono utilizzate MERCEDES, BMW, JEEP, CHEROKEE, TOYOTA.

Nel marasma generale c'è posto anche per la solita COCA-COLA per nulla oscurata dalla 357.

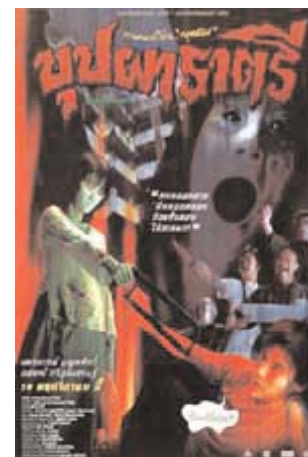


54 BRIDAL SHOWER **REGIA:** Jeffrey Jeturian **NAZ:** Filippine

L'ormai affermato Jeturian inscena una commedia spigliata e con buon ritmo che segue le avventure sentimentali travagliate di tre donne filippine "in carriera". Il film è programmaticamente popolare e veicolo importante per permettere alle protagoniste di indossare FILA e PUMA e per girare in VOLKSWAGEN e BMW (da notare che, come spesso succede, BMW, VOLVO e JAGUAR sono citate come obiettivi da raggiungere per migliorare la propria classe sociale). Il gioco non è tanto nascosto, infatti addirittura la star del cinema locale Dina Bonnevie lavora in un'agenzia pubblicitaria e deve trovare il modo migliore per vendere la DERMALIGHT, crema per la pelle. E non è tanto nascosto perchè le donne non fanno altro che entrare ed uscire da grandi magazzini (SARABIA) e ristoranti (ICEBERGS, ALBA, PEABERRY). E non è tanto nascosto perchè i telefonini NOKIA imperversano. Comunque il film è gradevole e tra una marca e l'altra si piange e si ride, in ogni caso si beve JOSE' CUERVO e birra SAN MIGUEL.

55 BUPPHA RATREE **REGIA:** Yuthlert Sippapak **NAZ:** Thailandia

Grossa delusione per chi, come noi, aveva visto nel 2001 il film Killer Tattoo dello stesso regista, un film divertentissimo e pieno di idee. Questo Buppha Ratree è invece una "palla" clamorosa, un horror bislacco che mischia esorcismi e fantasmi, ironia e improvvisi colpi di scena atti a far sobbalzare lo spettatore dalla sedia. In patria è stato un successo e quindi sono stati spesi i soldi investiti dalle brand che appaiono numerose. La sessione d'esorcismo si svolge in un negozio dove PEPSI, ALGIDA e, soprattutto, TAJAQH sbucano da tutte le parti. Nei momenti di tranquillità tra un'apparizione fantasmatica e l'altra si beve ICE TEA al bar e SHUNGA in lattina e si viaggia con BMW e Jepponi ISUZU. Divertente il posizionamento della PANASONIC, dal cui video vengono spiate le gesta del protagonista maschile intento a scoprire. Bizzarra invece la contropubblicità che viene fatta alle MARLBOR che alcuni personaggi dichiarano di evitare perchè non di loro gusto.



56 THE COLDEST DAY **REGIA:** Xie Dong **NAZ:** Cina

La Cina galoppa verso la modernità solitamente sfornando pasticci videoclipari o destrutturando il racconto in modo arbitrario. Difficilmente riescono a colpire nel segno ed anche quando sfornano opere corrette come questa non riescono a coinvolgere più di tanto. Peccato perchè mezzi tecnici (splendida fotografia) e cast (attrici sempre stupende) dovrebbero permettere migliori esiti. La storia di un doppio tradimento tra due coniugi che pare sia argomento scottante tra la middle class cinese, ci dice poco se non che anche nella Cina ex-comunista ormai PRADA e ADIDAS hanno sostituito da un pezzo le divise di Mao e che KAWASAKI e VOLKSWAGEN stanno soppiantando le biciclette. Anche SONY è della partita.

57

DRAGON LOADED REGIA: Vincent Kok NAZ: Hong Kong

Cretinate così si erano viste solo quando erano state presentate qualche anno fa le commedie popolari di Singapore. Stavolta anche Hong Kong si allinea con questa commedia idiota che fa sembrare intelligenti esempi precedenti come "Scuola di polizia" o "La soldatessa alle grandi manovre" (senza, ahimé, l'Edwige...). Un manipolo di idioti capitanati dal comico Ronald Chen (uno che pensa di far ridere solo perchè Madre Natura lo ha fornito di faccia da culo) si addestrano per diventare poliziotti e naturalmente ne fanno di tutti i colori. E' deprimente che un film del genere abbia fatto successo in patria ma evidentemente il calo qualitativo delle pellicole va di pari passo con quello del gusto popolare. Comunque la VOLKSWAGEN che ha approfittato dell'occasione per sfoggiare una serie di maggiolini nuovi di zecca ed addirittura per resentare la novità di casa, la TOUAREG, nonchè la BUDWEISER, la COCA-COLA e MOTOROLA con i suoi telefonini, avevano capito tutto in anticipo cavalcando l'onda giusta.



58

GAGAMBOY REGIA: Erik Matti NAZ: Filippine

Un altro delirio proveniente dalle Filippine. La cultura popolare fatta di cinema di serie B, musica pop asiatica, fumetti e arti marziali viene centrifugata e buttata in pasto agli spettatori condita con quel tocco sexy-romantico tipico di tutta la produzione di questa nazione orientale. Stavolta ci si diverte scimmiottando addirittura l'Uomo Ragno di Sam Raimi. Un ragazzo di borgata, venditore di gelati (NESTLE') si ritrova con superpoteri (può creare una ridicola sostanza arancione che dovrebbe scimmiottare la ragnatela di Stan Leeiana memoria) e si trasforma in Gagamboy, il ragazzo-ragno. Dovrà combattere contro terribili nemici come l'Uomo-scarafaggio (Ipisman) e salvare i poveri dai cattivi che vogliono sfruttarli. Il film è moderatamente divertente ma è bello solo il fatto che sia stato prodotto! Per essere un operina di consumo non contiene (a parte la già citata NESTLE') particolari marche a parte un paio di firme di jeans (FUBU, JAG) che probabilmente non hanno neppure fornito i costumi gratis.

59

GREEN TEA REGIA: Zhang Yuan NAZ: Cina

Commedia sentimentale, forse la migliore dell'autore presente con tre opere al Far East di quest'anno, girata con gusto ed attenzione alle atmosfere. Niente di che ma guardabile. Interessante il discorso che si apre ad un certo punto sulle marche di auto in cui vengono citate come status symbol dei nuovi ricchi cinesi MERCEDES e BMW mentre chi non se le può permettere si accontenta di VOLKSWAGEN (nomen homeni).



60

HERDIC DUO REGIA: Benny Chan NAZ: Hong Kong

Un crudele assassino sfida la polizia utilizzando come "arma" l'ipnosi. Infatti fa commettere rapine ed omicidi da poliziotti ed altri malcapitati condizionandone la mente. La polizia chiede aiuto ad un prigioniero arrestato alcuni anni prima perchè utilizzava lo stesso modus operandi. Non particolarmente eccitante miscuglio di psycho-horror giapponese alla Kyoshi Kurosawa e di Hannibal the cannibal versione ipnotista con l'action a grosso budget che è la specializzazione del regista Benny Chan. Il budget è talmente grosso che vede coinvolte NOKIA (con le ultime versioni dei suoi telefonini a scrittura con matita elettronica), PORSCHE CARRERA, Hotel di lusso come THE RITZ e CARLTON HOTEL, HONDA, SONY e SOTHEBY (tra le altre).



61 THE HUNTER AND THE HUNTED REGIA: Narushima Izuru NAZ: Giappone

Interessante film giapponese in cui un poliziotto stringe duratura amicizia con un vecchio delinquente che ha arrestato. Il vecchio diventerà maestro di vita del poliziotto che dovrà rimettere in gioco le sue convinzioni su ciò che pensa essere bene e ciò che invece si dà per scontato sia male, ed avrà più difficoltà a capire cos'è giusto e cosa è sbagliato. All'amicizia tra i due fa da contraltare l'accoppiata COCA-COLA-SUNTORY ugualmente esposte durante il film a beneficio della sete degli spettatori.

62 63 INFERNAL AFFAIRS II E III REGIA: Andrew Lau, Alan Mak NAZ: Hong Kong

Capitoli 2° e 3° della mini-saga sui poliziotti infiltrati e gli yakuza-men doppiogiochisti. Il primo film, visto lo scorso anno sempre qui ad Udine, aveva rilanciato il film poliziesco che negli ultimi anni non aveva dato prodotti di grande qualità sull'isola cinese mentre questi due capitoli hanno consacrato il successo di pubblico e hanno permesso all'industria cinematografica di respirare un poco grazie anche ad una massiccia operazione di product placement. Andiamo con ordine. I due film sono entrambi COCA-COLA, ed entrambi mettono in mostra MERCEDES nuove di zecca. Nel primo troviamo la birra SAN MIGUEL bevuta dagli yakuza che ammirano anche un ROLEX da una vetrina. Grandi e rumorose feste si svolgono nel locale JUMBO e vengono usati per prosciugare vari umori fazzolettini TEMPO. Nel secondo l'oggetto dei desideri dei protagonisti è la PORSCHE, il JACK DANIEL'S è bevuto a fiumi, PANASONIC e SONY rappresentano la tecnologia della polizia hongkonghese. Anche MEKO e 7ELEVEN partecipano al gioco. Ah, dimenticavo, CG SILICON sono i telefonini, sempre molto importanti in questo genere di film.



64 KEKA REGIA: Quark Henares NAZ: Filippine

Per fortuna c'è il cinema filippino ad aiutarci a tirare avanti tra un polpettone cinese, uno sciapo action movie di Hong Kong e un brutto horror Thailandese! Sì perchè se togliamo i film di qualità superiore (e a dire il vero ad Udine non mancano), se devo scegliere tra quelli di medio-basso valore, scelgo sicuramente quelli provenienti dall'ex patria di Marcos. Nei film filippini riesci quasi sempre a divertirti perchè difficilmente sono ancorati ad un genere prefissato e miscelano invece le cose più strane e non hanno paura ad esagerare fregandosene bellamente delle regole del buon cinema didattico. Keka in particolare è una tarantinata in salsa filippina con una splendida protagonista pettoruta che ha l'hobby di uccidere i suoi vari amanti. Canzoncine idiote, violenza gratuita, melassa sentimentale, erotismo... brand! Sì, dentro ad un film filippino trovi un po' di tutto ed in questo in particolare le marche sono presenti in buon numero. Sulle magliette indossate dalla protagonista (e messe ben in evidenza dal generoso petto) si leggono JAGUAR, REEBOK, JAG JEANS, MCDONALD'S. In un dialogo viene citata la catena STARBUCKS, ed in un altro la HONDA viene preferita alla TOYOTA. I protagonisti mangiano al COUNTRYSIDE RESTAURANT e si spostano con l'EASTSIDE TRANSPORT SERVICE (Taxi). La testa gira alla folle velocità di Keka e per calmarci un attimo abbiamo bisogno di un AGUILA ICE CREAM!



65 MEN SUDDENLY IN BLACK REGIA: Pang Ho-cheung NAZ: Hong Kong

Peccato! Ci saremmo aspettati ben altro dall'autore della divertentissima commedia You Shoot, I Shoot del 2001, questa presentata quest'anno a Udine è di ben altro spessore. Un gruppo di uomini si ingegna per passare una notte a "puttane" senza farsi scoprire dalle rispettive compagne. Il film è a mio parere un'idiozia totale anche se si tratta di un remake di una commedia di Chor Yuen (in realtà girata con ben altra classe alla fine degli anni '60). Comunque il film è buon veicolo pubblicitario per MOTOROLA, TOYOTA, LOWENBROWN, BUDWEISER e CHANEL che hanno creduto nelle potenzialità commerciali di questo film. Divertente la presenza delle mutande JOE BOXER mentre ovvia e non certo raffinata la presenza del VIAGRA. Molto meglio l'inquietante cortometraggio d'esordio di Pang presentato prima del film in questione ed intitolato Summer Exercise. Cupa violenza in 5 minuti ben girati e da lasciare senza fiato in cui la sveglia ANNEX, la tv TOSHIBA e la MASTERCARD ci riportano dall'incubo alla realtà.



66 SINGLES REGIA: Kwon Chill-in Naz: Corea

Se proprio vogliamo vederci una commedia simpatica e briosa è meglio indirizzarci su questo film coreano che vede protagoniste due donne alla soglia dei trent'anni insoddisfatte ma non rassegnate. Commedia di costume in cui scorrono fiumi di birra CAFRI e qualche bicchiere di BALLANTINES. Commedia di donne in cui PRADA, CALVIN KLEIN e BROS JEANS fanno l'occholino al pubblico femminile. Commedia sulla frustrazione di lavoratrici in cui la protagonista è cameriera del CHILI'S GREEN & BAR e s'aggira inquieta tra CAFE' MILLER e BURGER KING TAKE AWAY sgranocchiando PRINGLES. Commedia sociale in cui le comunicazioni avvengono con telefonini SG e E-mail su computer IBM.



67 TADON AND CHIKUWA REGIA: Ichikawa Jun Naz: Giappone

Jun Ichikawa, regista dagli stili più disparati, riunisce due racconti dello scrittore Shiina Makoto per deliziarsi con questo film strano ed interessante. Il primo racconto è la storia di un tassista che con la sua TOYOTA si aggira per la città tra le insegne di SWATCH, IWAMA CHINAWARE, 7ELEVEN, ASAHI BANK finchè non fa salire Anzai cliente che non vede l'ora di poter passare la notte al DEAR FRIEND'S HOTEL tra le braccia di una donzella accomodante. Tutto sembra scorrere senza che succeda nulla tra i due uomini ma la capacità di Ichikawa di creare un substrato inquietante fatto di frustrazione e cupe ossessioni solo con il montaggio e l'inquadratura ci dicono di una grande conoscenza del mezzo da parte del regista. Questo andamento sottotono del film è ampliato nel secondo episodio quando il protagonista Asami con la sua maglietta MIKADO entra nel CAFE' DE FASCIE e sembra estraniarsi dal mondo caotico del bar sedendosi in un angolo a sorseggiare LIPTON sotto il monotono ondeggiare del ventilatore NATIONAL. E' per questo che è un micidiale colpo allo stomaco l'esplosione della violenza finale di Asami che comincia ad uccidere proprietario ed avventori del locale!

68 TRUTH OR DARE: 6TH FLOOR REAR FLAT REGIA: Barbara Wong Naz:

Il film (un piccolo horror giovanilista piuttosto brutto) è interessantissimo in quanto pare un compendio di tutte le brand apparse negli altri film di questo FAR EAST festival. Vi troviamo praticamente tutte le marche già citate in questo reportage da NOKIA (qui con la playstation) a MOTOROLA (radio trasmittente della polizia), da COCA-COLA (sponsor di una squadra di canottaggio), TOYOTA (furgone), CALVIN CLINE, PRINGLES, MC DONALD'S, BUDWEISER fino a TOSHIBA tv e NESCAFE'. A queste aggiungiamo altre brand che vanno per la maggiore come QUICKSILVER e CHIVAS REGAL (presente con un enorme bottiglione) senza contare quelle che probabilmente mi dimentico.



69 THE UNINVITED REGIA: Lee Su-yeon Naz: Corea

Finalmente un film PEPSI dopo tanta COCA-COLA! Horror coreano d'atmosfera non pienamente riuscito ma guardabile, questo film presenta finalmente delle bottigliette di PEPSI ed è l'unico film dell'intera rassegna. Il resto è tutto COCA-COLA. Più normale invece ritrovarvi la HYUNDAI. Altre firme che hanno deciso di spendere qualche soldino per questa produzione coreana sono HAAGEN DAZS e HEWELL PACKARD.

MOTOROLA la STAR DELLA COMMEDIA COREANA

La selezione di film coreani al "Far East Film 5" di Udine era in maggioranza rappresentata da commedie giovanilistiche in cui grande spazio è dato alla comunicazione per telefonino (sostituisce totalmente il pager, tormentone delle commedie di 4 o 5 anni fa) e quindi si scatena la concorrenza tra le varie ditte produttrici tra cui ci sembra avere la meglio la MOTOROLA. Ma vediamo in dettaglio i film. Bae Doo-na è una delle interpreti più interessanti del cinema coreano di questi ultimi anni e l'abbiamo potuta ammirare sia in una parte estrema nel film "Sympathy for Mr. Vengeance" (il miglior film del festival) che come protagonista della commedia "SAVING MY HUBBY" di



70 *Hyun Nam-sup. (70)* In quest'ultimo film interpreta una casalinga con bambino sulle spalle costretta ad uscire dall'appartamento per infilarsi nei bassifondi della città per recuperare il marito rapito dopo essere stato ubriacato di birra OB LAGER nel SACK CLASSIC BAR. La nostra eroina con prole al seguito si infilerà nei locali equivoci di Seoul, con la benedizione di COCA-COLA e J&B, alla ricerca del consorte tra incontri bizzarri e situazioni rocambolesche. Uscita vincente dall'avventura, correrà a casa dopo una pausa fondamentale al supermercato MINISTOP, per preparare la cena in programma per l'arrivo dei suoceri! Compagno fondamentale per la riuscita dell'impresa è proprio l'onnipresente MOTOROLA usato da tutti nel film.

Due galeotti fuggono dalla prigione per scoprire che sono appena stati amnistiati. I due devono così rientrare in prigione al più presto ma intanto uno dei due vuole pure ritrovare la sua ex e riconquistarla il tutto in tempo per poter usufruire dell'amnistia e non risultare ricercati **71** *"JAIL BREAKERS" di Kim Sang-Jin (71)* è tutto qui, commedia tutta in velocità contro il tempo con il supporto di HONDA, DAEWOO e AVID. La fidanzata lavora in un DUNKIN DONUTS. Naturalmente per le ricerche della donna e per restare in contatto con il compagno si usa anche qui MOTOROLA!



Di tutt'altro tipo **72** *"THE WAY HOME" di Lee Jeong-hyang (72)* dove la velocità è sostituita dalla tranquillità e dalla lentezza della montagna coreana. Un bambino di Seoul abituato alla vita frenetica e ipertecnologica della città si ritrova spedito, dalla troppo indaffarata madre, a bordo di un pullman ASIA in uno sperduto paesino di montagna per trascorrere un periodo di tempo con la nonna. Unico residuo di vita cittadina resta il robotino

CUBIX, giocattolo tecnologicamente avanzato che ha l'unico limite nel non funzionare più una volta che sono finite le pile. Solo, fuori dal mondo frequentato fino ad ora, con la vecchia nonna curva e muta. Come adattarsi ad una vita senza la COCA-COLA di inizio film, senza le scatolette di carne SPAM che lui preferisce ai cibi genuini, senza il televisore SAMSUNG lasciato a malincuore? Quando chiede pollo per cena e la nonna con immensa fatica comincia a spennarne uno ruspante che poi gli servirà bollito, il bambino tra le lacrime si lamenterà per il fatto che non è per niente simile al KENTUCKY FRIED CHICKEN. Tutto il film è giocato sul contrasto di età e di stile di vita di nonna e nipote (con qualche sentimentalismo di troppo) fino all'arrivo del furgoncino HYUNDAI che riporta il giovane alla "civiltà".

73 *"SEX IS ZERO" di Youn Je-gyon (73)* è una scatenata comedy-porcella alla "American Pie" che tra topi mangiati, sperma in padella, vomito e liquidi vari seminati un po' dappertutto, intrattiene in moto certo non raffinato ma che per la stupidità dell'assunto e le grazie delle splendide attrici coreane (spesso con le tette generosamente scoperte) fa passare un'ora e 40' in maniera più che divertente. Grosso successo in patria, forse anche perchè ha il coraggio nel finale di affrontare non troppo superficialmente un tema difficile come quello dell'aborto, e ditte sponsorizzatrici felici perchè i loro marchi ben in vista un po' dappertutto hanno raggiunto un vasto pubblico. Nel film si beve COCA-COLA e birra HITE (oltre ad altre sostanze





innominabili), ci si veste (e sveste) ADIDAS, PUMA e BONITA, si pagano gli aborti con MASTER-CARD e si cita pure il VIAGRA. Commediola sui sentimenti e i rapporti di coppia è invece **"A PERFECT MATCH" di MO Ji-eun (74)** incontro tra una "procacciatrice" di matrimoni che si innamora di uno dei suoi clienti. A tratti divertente non aspira a grandi vette artistiche ma non è particolarmente riuscita neppure

come commedia di costume, a salvarla è l'interpretazione della bravissima Shi Eun-kyung che interpreta la protagonista ed è ormai una star in Corea. Il film è tutto basato sui dialoghi e sui messaggi tramite telefonini MOTOROLA (avete ormai capito chi è la vera star della comunicazione giovanile nei film coreani...). Come ogni film confezionato per il grande pubblico anche questo è pieno di brand, dai computer SAMSUNG, all'acqua EVIAN (che salva la protagonista dal soffocamento), passando da VOLSKWAGEN, FUJI, XEROX, HITE, ADIDAS fino alla OB BEER che da anni frequenta gli schermi della Corea infatti la ritroveremo spesso anche nei film degli anni '60 (vedi rassegna più avanti).

Probabilmente la migliore tra le commedie di questa rassegna è **"CONDUCT ZERO" di Cho Keun-shik. (75)** Nostalgia della giovinezza e degli anni '80 in una pellicola fracassona e intimistica al tempo stesso. Scontri, amori, kung fu, tutine di cotone sbiadite. Lei è beneducata lui volgare, entrambi cercheranno di adattarsi al modo di vita altrui senza evitare goffaggini soprattutto da parte di lui che nel



tentativo di darsi un tono si procura scarpe nuove fiammanti ma lei lo rimprovera: - Ma sono false NIKE! Ma non c'erano solo commedie nella rassegna dei film coreani ad Udine. Tra Avery e Tarantino, ad esempio, potremmo collocare il film femminista iperviolento di Ryu Seung-wan **"NO BLOOD NO TEARS" (76)** dove due donne, una l'amante di un boss, l'altra una taxista indebitata con lo stesso boss, si ribellano ai maltrattamenti e alle minacce dei maschi-padroni. Cercando un riscatto alle loro vite rispondono alla violenza maschile con lo stesso metodo: pistole e coltelli alla mano. Girato appena prima della WORLD CUP 2000 disputata in Corea e Giappone (una delle protagoniste indossa una maglietta che pubblicizza l'evento) il film utilizza la HYUNDAI per quasi tutti i mezzi a motore, dai camion alle gru alle, naturalmente, auto di cui se ne può ammirare un'intera fila in una scena girata appositamente. COCA-COLA e acqua CAFRI dissetano le protagoniste tra una botta e l'altra.



Deludente invece il fantascientifico **"YESTERDAY" di Yeong Yun-su, (77)** superproduzione che nonostante la bellezza visiva e le capacità del regista, si dimostra pellicola eccessivamente complicata con una sceneggiatura piena di buchi e che dopo la prima ora non si vede l'ora finisca (mentre dovrebbe tenere lo spettatore in tensione per scoprire cosa si cela dietro a questa società del futuro). Fra le marche SAMSUNG, JOHNNY WALKER, APPLE e MALBORO.



CLASSICI COREANI: dramma gotico tra birra e whisky

Non capisco l'avversione di molti critici nei confronti dei film presentati ad Udine per la rassegna sui classici coreani anni '60. Forse è a causa dello shock per la diversità tra quello che ci si aspettava di vedere (abituati al cinema coreano attuale) e quello che in effetti erano i film di quel periodo. Se qualcuno di loro, però, fosse stato a Pesaro qualche anno fa durante la personale del cinema coreano non sarebbe stato così sorpreso e avrebbe potuto apprezzare meglio la classicità popolare alla Hollywood anni '50 delle pellicole che comunque sono in gran parte girate benissimo.

Il ventaglio di opere proposte è vario e tocca buona parte dei generi popolari. Troviamo il gotico dello stupendo "The housemaid" di Kim Ki-yong in cui una famiglia molto tradizionale viene sconvolta dall'arrivo di una sensuale e malvagia cameriera. Il whisky GORDON e il BEEFHEATER aiutano a dare la svolta inquietante alla pellicola che prima era a livello NESCAFE'. Nei rari momen-

ti in cui nel film non si pensa a far fuori qualcuno, nella casa ci si tiene occupati con la macchina da cucire BROSHER.

Film introspettivo e intenso è definito dal critico Darcy Paquet il film "Mist" di Kim Soo-yong e non si può che essere d'accordo con lui anche se alla lunga la poesia della nebbiosa atmosfera voluta dal regista procura un minimo di tedio e la breve durata del tutto (77', una rarità nel panorama coreano) aiuta. In pratica è la storia di un "arrivato" di Seoul che torna al paese della gioventù e qui trova l'amore sottoforma di una splendida ragazza che di mestiere canta e lo fa soprattutto dopo essersi ubriacata di birra OB.

La commedia sociale "Barefooted youth" di Kim Ki-deok fu in patria il trampolino di lancio per una delle più importanti coppie (anche nella vita privata) dello star system coreano: Shin Sung-il e Eom Aeng-ran. Lui è un teppista nullafacente, lei una rampolla della società bene. Il loro è un amore impossibile ma inarrestabile. Tra commedia e dramma bevendo birra

CROWN e whisky HAIG & HAIG. Fuga d'amore in CHEVROLET.

Strepitoso, a mio parere, "Guests who came by the last train" di Yu Hyun-mok. Sembra di essere di fronte ad un film americano anni '50 con protagonisti irrequieti e tormentati diretto da Kazan o Ray e con attori come James Dean o Monty Clift. A parte la metafora "ferroviaria", l'unico viaggio avviene con le NORTHWEST AIRLINES. Come in tutte le pellicole di questo tipo, si beve molto e i whisky JOHNNY WALKER e BEEFHEATHER fanno la loro bella figura mentre la birra CROWN appare nella bevuta finale. Anche la SEIKO fa capolino da un'insegna.

OB e CROWN appaiono insieme a dissetare i protagonisti di "The student boarder", melo flamboyant vicino a "Cime tempestose" che vede il solito Shin Sung-il a meditare una crudele vendetta "psicologica" nei confronti dell'amata di un tempo ora sposata ad un ricco uomo d'affari per convenienza.

TERUO ISHII

Autore prolifico, outsider del cinema giapponese tra Jess Franco e il b-movie americano, irregolare, visionario e trasandato, vivo e psichedelico. Tutto questo è Teruo Ishii che nella sua carriera ha girato noir, pink, horror, shock drama. Ha girato e rigirato mantenendo sempre il suo stile sanguigno e originale. A Udine erano presenti alcuni suoi film:

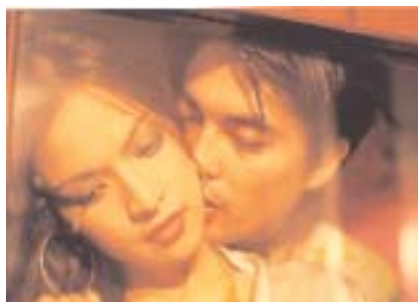
- 1) Il sexy in costume "Porno period drama";
- 2) Il noir "Sexy line" ambientato nei club di prostitute dei quartieri a luci rosse di Tokyo, Asakusa e Ginza. Tra finte modelle per clienti "pittori", locali fumosi, cattivi con pistole e bicchieri di JOHN-WALKER alla mano, si dipana una trama poliziesca tagliata con l'accetta.

C'è lo spazio per inserire anche una pubblicità SONY e una macchina da scrivere ROYAL;

- 3) Il remake giapponese di "La parete di fango" con fuga dalla prigione di Abashiri ad Hokkaido, la Siberia nipponica. Il film "The man from Abashiri Jail" ha avuto un tale successo da generare una serie di 18 pellicole sull'argomento, buona parte dirette da Teruo stesso. La fuga avviene su di un camion TOYOTA e quando i due fuggiaschi raggiungono un'abitazione si gettano avidamente su di una bottiglia di sake la cui marca è ben visibile ma purtroppo in ideogrammi giapponesi;
- 4 e 5) Due opere tratte da manga di Tsuge Yoshiharu, la prima "Master of

the Genshen Inn" ispirata da quattro racconti a fumetti che va dall'episodio poetico ed amaro sulle vicende sentimentali del mangaka stesso a quello visionario che contiene la "kitschissima" scena di una donna in preghiera davanti ad un altare tra i ceri completamente nuda. Un orologio SEIKO scandisce il passaggio del tempo. La seconda pellicola è "Wind-up type" che raggiunge livelli anche superiori di visionarietà con orgie di corpi nudi dorati, schizzi di urina in faccia ad un'infermiera e altre leccornie di questo tipo. Poca attenzione al posizionamento brand visto che gira una scatola PEPSI ma si beve COCA-COLA. Lunga inquadratura è invece concessa a MIKADO. Si fuma LUCKY STRIKE.

FILIPPINE e SINGAPORE



Unico filippino presente quest'anno era il film **"PROSTI" di Erik Matti (78)**. Solito "genere" nazionale, melodramma+ sesso+ problemi sociali, stavolta ambientato in un bordello in cui un papone si innamora di una prostituta (cosa vietatissima nella casa di Madame Xedes, la tenutaria). Tentativo di fuga degli amanti in SUZUKI e finale drammatico come da copione. Curioso il consiglio delle sagge peripatetiche alla nuova arrivata: - Bevi COCA-COLA, permetti di evitare il contagio dell'AIDS(!?)

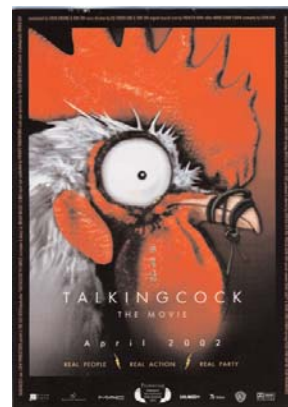
Da Singapore arriva la solita commediac-

cia raffazzonata e scomiccherata ma che nel caso di questo "Talkin cock" riesce anche a diventare satira politica non banale (tanto è vero che il film è stato bloccato in censura per sei mesi senza spiegazioni). Buon successo di pubblico che ha facilmente coperto il costo (non elevato) del film girato in digitale, anche perchè era certo già ben ammortizzato dai finanziamenti di colossi quali COCA-COLA, BMW, GUINNESS e STARBUCKS evidentemente interessati ad arrivare ai giovani di Singapore senza spendere troppo.

79 TALKING COCK - THE MOVIE REGIA: Colin Goh e Joyceln Woo

Un esempio stravagante di utilizzo di marca inventata o meglio parodiata quello di "Talking Cock - The movie", commedia satirica scritta e diretta da Colin Goh e Joyceln Woo, marito e moglie nella vita, uscita a Singapore nel 2002 e presentata durante la quinta edizione del Far East Festival ad Udine. "Talking cock" è un termine colloquiale che significa "dire sciocchezze", e i registi lo hanno materializzato in quattro storie comicamente surreali, inframmezzate da sketch farseschi: gli episodi principali mostrano un giovane che tenta di mettere su Internet l'attività da usuraio del padre (eAhLong.com); un banchiere che impazzisce per avere perso il cellulare; un venditore cinese pazzo d'amore che utilizza un metodo non convenzionale per esprimere i propri sentimenti; un gruppo giovanile heavy metal costretto a trasformarsi in una boy band. La particolarità di questo film è che i quattro episodi principali sono uniti da brevi ed ironici sketch costruiti quasi come degli spot intorno a stranissimi prodotti accomunati dalla fantasiosa brand Auntie Auntie, brand comunque presente anche all'interno degli episodi principali. Nel film vengono presentati diversi prodotti, dalla pozione per provocare diarrea istantanea alla polvere irritante, allo shampoo dai magici poteri rinfoltenti tanto da rendere possibile la crescita dei capelli anche sotto le ascelle, dalla birra ai dolci di luna, dall'industria alimentare a quella elettrica, nonché il corriere espresso, tutto è sottoposto alla brand Auntie Auntie: i prodotti sono talmente stravaganti da provocare il divertimento del pubblico, soprattutto quando la loro presentazione si conclude con quello che potrebbe essere il manifesto del bene o servizio in questione e che solitamente riprende ironicamente la pubblicità di marche prestigiose, ad esempio per lo shampoo si riprende il layout dello spot Calvin Klein, per il corriere espresso il logo della FedEx.

All'interno del film il product placement di altre numero se marche come: Nike, COCA-COLA, Guinness, Starbok, Viagra, eAlong.com (sito web usuraio), Marlboro Light, Mediacock TV, BMW, Silver Samsung, Life (giornale), Levi's, Talkingcock.com, Hello Kitty, Nokia, Survivor (film), Hard Rock, Happy Meal, Goretex (sponsor scalatore).



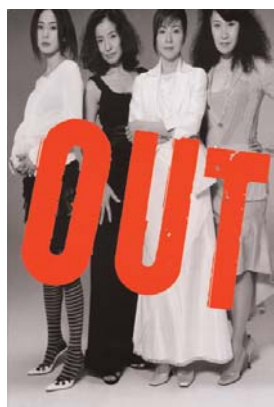
80

2002 - SHARK BUSTER REGIA: Herman Yau NAZ: Hong Kong

Una stazione di polizia dove più o meno tutti hanno problemi finanziari, alcuni fino a finire sulle prime pagine dei giornali, questa è la situazione che verrà risolta da un ricco avvocato appassionato di armi che arriva alla stazione di polizia come ausiliario per poi rappresentare la difesa di vittime e strozzini contemporaneamente. La rappresentazione della forza di volontà che permette ai personaggi di non farsi risucchiare dalla spirale dell'usura a degli interessi passando al contrattacco con la formazione di un comitato di vigilantes, il tutto in tono leggero ma toccante.

BREAND

Ferrari, Compaq, Camel, Motorola (radio), Magnum 357 (pistola), City Bank, Visa, Marlboro Light, San Miguel (birra), Blue Bird paint, Banana News (giornale), COCA-COLA (casse), Sprite (casse), Toyota Spite indicata come acido citrico, Nokia (cellulare), JTV.



81

2002 - OUT REGIA: Hirayama Hideyuki NAZ: Giappone

Black comedy su tre donne che per denaro fanno a pezzi cadaveri affinché sia più facile sbarazzarsene. Quattro amiche che lavorano insieme in una fabbrica di pasti preconfezionati: Masako vive un matrimonio senza amore, Yoshie si prende cura della suocera inferma, Kuniko è malata di shopping e fortemente indebitata, Yayoi è all'ottavo mese di gravidanza ed il marito la picchia quando perde al gioco. Quando Yayoi strangola il marito in un impeto di ribellione, le altre tre ne sezionano il cadavere per sbarazzarsene... e per varie vicissitudini questa casualità si trasforma in lavoro fino a permettere loro di realizzare un proprio sogno.

BREAND

Chanel (borsetta), Toyota, Asse (biscotti), Evian, Nokia 5110, Vapori Polti, Neslè, Karaoke, The ruins of love (canzone)

82

2002 - MANHOLE REGIA: Chen Daming NAZ: Cina

Daxing viene rilasciato con la condizionale dopo 7 anni di carcere e deve andare ogni settimana da Qilin a fare rapporto e non riesce a non parlare di Xiao Hui, cantante di night e accompagnatrice occasionale con cui è fidanzato fin dal liceo e che l'ha lealmente aspettato, ma che ad un certo punto prende in considerazione un rapporto di interesse con un ricco uomo d'affari a cui invece Daxing vuole rubare il prezioso orologio per potersi finalmente sposare con Xiao Hui dato che non riesce a trovare un lavoro onesto per guadagnare abbastanza. Fortunatamente Daxing non viene accusato di aver partecipato al colpo: è caduto in un tombino mentre avveniva.

BREAND

Roland XP 80, SB Agency, Mercedes, Omega (Capitano, che marca di orologio è quella?), Rolex (Che marca di orologio è quella?), Ralar-Seiko (orologio), Nokia, Rolex (panegirico=citazione), Colgate, Heineken, COCA-COLA, Game Boy, Dayry Queen (macchina per gelati), Nike.



83

2002 - 999-9999 REGIA: Peter Manus NAZ: Thailandia

Un gruppo di studenti si riunisce per esplorare il proibito senza pensare alle conseguenze. Ignari ascoltano il racconto che la loro diabolica nuova compagna Bow narra relativamente al numero 9999999 che se chiamato dopo mezzanotte può esaudire qualsiasi desiderio: non sanno che Bow ha "dimenticato" di avvisarli del fatto che in cambio del desiderio dovranno dare la loro vita e il terrore li travolge.

BREAND

Nokia, Bangkok Time, Ferrari, East, Nike, Heineken, Samsung, Kawasaki (chitarra), COCA-COLA, COCA-COLA Light, Visa.



84 2002 - SYMPATHY FOR MR. VENGEANCE REGIA: Park Chan-wook NAZ: Korea

Dopo aver scoperto che non è compatibile con la sorella, dopo aver tentato di scambiare il suo rene con uno compatibile da alcuni trafficanti, un ragazzo sordomuto, per poter pagare il trapianto alla sorella malata, rapisce la figlioletta di un ricco industriale: tutto va per il meglio finché la sorella, capito quel che sta avvenendo, si suicida e, mentre il ragazzo la seppellisce vicino ad un torrente, la bimba cade nell'acqua e affoga, senza poter essere sentita. Il padre della bimba non si dà pace e fa di tutto per vendicarsi.

BREAND

Samsung (computer,)Mercedes, Toyota, Peroni (palloncino), Polaroid, Ralf Laurent (camicia), Philip Morris blu, Mable Kinci (frigo regalato dalla radio), LG (telefono), All Stars.

85 2003 - ITALIAN JOB

The italian job

REGIA: F. Gary Gray

INTERPRETI: Mark Wahlberg, Charlize Theron, Donald Sutherland

NAZ: U.S.A. GEN: Azione



THE MINI JOB

Fra i gli ultimi cult con marche non si può non fare uno speciale su *The Italian Job*, remake di *Un colpo all'italiana*, diretto da F Gary Gray, con Mini Minor, Dell e Pepsi-Cola.

Contano poco infatti Mark Wahlberg, che prende il posto che era stato di Michael Caine, il grande Donald Sutherland che ritorna nella sua Venezia Rosso Shocking o le curve della bellissima Charlize Theron (già visionate e scoperte sia ne l'avvocato del diavolo che nel famoso spot del Martini), quello che contano sono le curve delle piccole Mini minor, le uniche in grado di compiere il nuovo colpo del secolo con la complicità di altre brand del calibro di Dell e Pepsi-Cola.

La trama del film è la classica di ogni film su di una rapina che si rispetti: un gruppo di simpatici superladri organizza un colpo sensazionale ma al momento di dividere uno tradisce, cerca di ucciderli e sparisce col bottino. Un anno dopo i soci lo ritrovano e scatta la vendetta, magari in compagnia di un parente (in questo caso la figlia) dell'unico componente della banda rimasto ucciso. La prima rapina sensazionale si svolge a

Venezia dove grazie a computer Dell, un motoscafo con motore Mercury e alle tute subacquee OTS vengono rubati da un palazzo veneziano 35 milioni di dollari in lingotti d'oro sopra ai quali è incisa una danzatrice balinese.

Il colpo è diverso dall'originale dove invece veniva coinvolta la Fiat ma anche la Fiat trova la sua rivincita visto che comunque ritorna come omaggio sottoforma di un furgone Iveco scelto dai superladri per trasportare i lingotti d'oro.

Passa un anno e i compagni si ritrovano ad affrontare il vecchio alleato che nel frattempo si è comprato tutte le cose sognate dai suoi ex compagni dalla villa con pietre spagnole alla Aston Martin Vandquish allo stereo talmente potente da poter spogliare una donna.

Da qui comincia la vera avventura del film e con essa la performance delle marche a cominciare proprio da Mini Minor.

Uno spot, quello della Mini, che comincia all'interno del film e continua sui siti internet e sulle pubblicità dove sotto lo slogan Action movie viene pubblicizzata come la vera star del film: un vero e pro-

prio bombardamento all'insegna del product placement e della cross promotion.

Mini diventa affascinante e sportiva (nella sua versione rossa fiammante) con alla guida la bella Charlize Theron che oltre a sfrecciare nel traffico riesce anche a parcheggiare in maniera spettacolare fra due auto posti ad una distanza di poco superiore alla lunghezza della macchina giusto a sottolineare una guida agile e scattante. Ma le sue prodezze meraviglie non finiscono qui visto che i soci dopo aver scoperto attraverso il computer Dell dove si trova la cassaforte ed aver disegnato la mappa della casa si rendono conto che l'unico modo per poter trasportare l'oro all'interno della villa è quello di trasportarlo all'interno di tre Mini (una rossa, una bianca e una blu) che visto la loro larghezza sono adatte a percorrere sfrecciando scale e corridoi. Da qui un'altra scena spettacolare dove le tre auto vengono collaudate su di un percorso simulato controllato da un computer. Ma prima di effettuare qualunque operazione di questo tipo le mini vanno alleggerite di circa un quintale e così entra in campo un ulteriore

tecnico che togliendo tutte le cose "inutili" (leggi quindi optional di cui sono dotati le minor) per un quintale le rende adatte all'impresa.

Già questo sarebbe un ottimo posizionamento per la macchina ma come in ogni buon film d'azione che si rispetti (e soprattutto per ricreare le scene dell'originale) il piano ha un imprevisto e la scena si deve spostare nel traffico di Los

Angeles. Da questo momento tutta la città passa sotto il controllo dei ladri con il computer centrale della viabilità isolato e controllato grazie al computer Dell (eccezionale la scena in cui sugli schermi centrali della viabilità esce la scritta Non chiuderete mai il vero Napster), in modo da regolare la direzione del furgone blindato, le tre Mini Minor impegnate in un superinseguimento durante il

quale hanno la meglio anche su un treno della metropolitana e su di un elicottero ed un furgone Pepsi che nasconde il furgone blindato sequestrato agli occhi dei passanti e del nemico. Un film emozionante, fatto bene che dimostra ancora una volta come le marche possano essere un valido aiuto per confezionare dei buoni film.

MOTORI ALLA CARICA DEL PRODUCT PLACEMENT

La stagione cinematografica americana che ha visto auto e motori superstar sembra non avere tregua nel periodo estivo visto che le migliori scene in assoluto sono interpretate da auto.

Si è cominciato con Matrix reloaded con la Ducati presa da un camion che trasporta solo Ducati, impegnata in una delle scene più spettacolari mai realizzate su di un'autostrada. 300 auto distrutte e Ducati indenne. Ottima prova da protagonista. Ma Ducati non è l'unica marca italiana che sceglie la cinematografia spettacolare statunitense per

fare del sano product placement e così ecco arrivare due altre comprimarie eccezionali: la Ferrari Modella sulla spiaggia con la statuarina Demi Moore e Maserati guidata dal cattivo di turno mentre gli angeli di Charlie sfidano ogni legge della fisica per riuscire ad agganciarla.

E all'orizzonte sta arrivando la Lexus per **TERMINATOR 3**. (86) Una nuova stagione per il product placement dei motori che fa sembrare le Mitsubishi di *2 Fast 2 Furious* un posizionamento da ragazzi.



IN PRINCIPIO FU LA MINI

La Mini ritorna di alla carica di diritto in questo Italian Job visto che era la macchina usata anche nell'originale un colpo all'italiana. In effetti in quegli anni la Mini era un simbolo del product placement, anche in film italiani dove veniva spesso associata alle nostre bellezze nostrane: dalla Valentina di Baba Yaga, alla modella per Barbara Bouchet ne *La dama rossa* uccide sette volte. Anche in questi ultimi anni è ritornata all'attacco facendo compiere azioni spettacolari con l'inseguimento spettacolare a Parigi in *The Bourne Identity* e la mimi sottomarino (ancora in compagnia di Michael Caine in **AUSTIN POWER GOLDMEMBER**. (87)



E LA TELEVISIONE NON STA A GUARDARE



Se il americano sta dando parti sempre più da protagonista ai motori, la televisione non sta certo a guardare e anche dal piccolo schermo arrivano le auto dalle super prestazioni. È quello che ci ha mostrato **ALIAS** (88) nella puntata andata in onda nella serata del 31 luglio dove la nostra eroina dopo aver smantellato l'SD6 si trova a dover inseguire Arvin Slogane fra le vie di Ginevra a bordo di una Ford Focus blu. L'inseguimento spettacolare con varie riprese da dietro ha consentito alla cinepresa di inquadrare, passandoci sopra, il logo Ford Focus ma non è questa la vera sequenza importante. Il compagno di Alias allerta a Langley l'agente Weissman (ormai passato dalla parte dei buoni dove è diventato il più potente esperto tecnologico che hanno a disposizione) per seguirla tramite satellite e cellulare dicendo che è a bordo di una Ford Focus. Interessato l'agente chiede il modello in quanto anche lui (da superesperto della CIA) aveva deciso di comprarsene una. Ottima pubblicità per la Focus.

A Pesaro tanto cinema non narrativo e non commerciale, ma le marche non mancano. Il documentario è in generale un tentativo di indagare situazioni reali senza gli "inganni" della fiction. Riproduzione dei problemi sul campo senza sovrastrutture drammaturgiche. La vita tale quale. In realtà è noto a tutti come in ogni caso l'intervento del regista in fase di montaggio è fondamentale e le immagini possono essere quindi manipolate e filtrate con buona pace dell'oggettività delle riprese. Pertanto se in un documentario o comunque in un film non narrativo troviamo inquadrature che contengono marche dobbiamo pensare che siano lì casualmente perchè erano sul posto al momento delle riprese oppure che siano state inserite a bella posta? E comunque se anche era inevitabile che queste entrassero nell'inquadratura, siamo sicuri che non potessero essere tagliate in sede di montaggio? La pellicola finale contiene solitamente solo una minima parte del girato totale, siamo sicuri che le immagini scelte che contengono marche siano per forza le uniche significative e quindi insopprimibili? Queste domande mi ronzavano nel cervello qui a Pesaro mentre scorrevano le immagini di documentari e film d'arte firmati Fleischer, Schmid (i due autori a cui il festival ha dedicato delle belle e complete personali) oppure Rouch o quant'altri. Infatti la sezione di recupero di materiali d'arte, d'avanguardia e documentaristici di autori importanti è ciò che rende il festival ogni anno degno di essere frequentato e solitamente questi reperti del passato più o meno lontano, spesso inediti o comunque raramente visti, sono ben più interessanti che non la selezione di film nuovi spesso deludenti (come ad esempio i film della cinematografia spagnola presenti quest'anno). Nel docu-fiction "La reve plus fort que la mort", in cui il regista-etnologo Rouch ci mostra le vite incrociate di tre ragazzi africani, uno dei protagonisti è soprannominato JAGUAR come l'auto che guida per tornare al paese e lungo la strada supera grossi cartelli pubblicitari di NESCAFE' e MOBIL. In "Monos como Becky" docu-fiction di Joaquin Jorda presentata nella rassegna sul cinema spagnolo, girato con i pazienti delle comunità terapeutiche del Maresme, tra lobotomie per curare la schizofrenia e rappresentazioni teatrali con i pazienti tipo Marat\Sade, intravediamo un registratore SONY, una corriera SAIZ TOUR, un televisore PHILIPS sintonizzato su TVE1 e, soprattutto, una pubblicità enorme della COCA-COLA sulla fiancata di un autobus. Nei film d'arte e sperimentali di Alain Fleischer troviamo ringraziamenti all'Hotel MICHAELS INN e una videocamera SONY ("Niagara in videotape"), una stazione di servizio TOTAL, la BANQUE

NO FICTION, SI LOGO

NATIONAL DE PARIS con pubblicità BATA nello stesso palazzo, il negozio IGNACE ("Dehors-dedans"), le officine RENAULT (nel capolavoro "L'aventure generale"). Nel pure bello "For Gaesterne Kommer" documentario danese che riprende due vecchie proprietarie di un albergo sul mare che ricordano avvenimenti del loro passato, appaiono casse vuote di birra TUBORG, un barattolo di AJAX su una mensola e una pubblicità della birra CERES su un autobus. E' stato proiettato anche "Appunti su un fatto di cronaca", corto televisivo girato da Luchino Visconti, in cui troviamo la pubblicità di una COCA-COLA su di un manifesto per strada. "As pedras e o tempo", documentario portoghese di Fernando Lopes, è girato ad Evora, paesino storico, dove contadini lavorano con trattori DEUTZ. Pure portoghese è il lunghissimo "No quarto da Vanda" un impietoso sguardo di 160' girato da Pedro Costa, non nuovo ad operazioni simili, sul mondo della droga. Acqua ALARDO sul tavolo disseta i debilitati protagonisti che al bar chiedono MARTINI. La protagonista racconta di come è finita in galera per aver rubato dadi KNORR. Gli inglesi Wrght e Watt nel 1936 girarono un documentario su commissione per esaltare il lavoro delle POSTE, quindi un corto pubblicitario (per altro girato in maniera stupenda) che contiene per di più una pubblicità BERMALINE BREAD che si vede dal treno che trasporta le lettere. A parte un discorso 66 SCENER FRA AMERIKA del danese Jorgen Leth. Si tratta di un documentario sugli Stati Uniti concepito come un susseguirsi di immagini fisse che si guardano come si sfoglia un album fotografico. L'insieme delle foto in movimento, ambientate in diverse città americane ed ognuna titolata come si fa con i le foto di viaggio, ha l'intento di dare un'immagine impressionista della nazione più importante del mondo. Naturalmente nella patria del capitalismo l'apparizione delle marche è immancabile e qui, veramente, è difficile per un regista che vuol fare questo tipo di film poter decidere di tagliarle fuori tutte. Comunque, abbiamo addirittura capitoli intitolati al JACK DANIEL'S, al DRY MARTINI, al WILD TURKEY. Nel capitolo "Natura morta" appare una bottiglietta di HEINZ TOMATO KETCHUP, in quello sul New Mexico la birra LONE STAR. Poi: PIZZA HUT, KFC, COCA-COLA, KRAFT, BUD, CHEVROLET e chi più ne ha più ne metta. Come ciliegina sulla torta è inserito nel documentario anche il corto di Wahrol "Eat" in cui notoriamente il padre della pop-art mangia un BURGER KING.

DUE ERANO LE SEZIONI NON ANTOLOGICHE CHE PRESENTAVANO FILM RECENTI:
QUELLA DENOMINATA "60 + 0 -" E QUELLA SUL CINEMA SPAGNOLO.

DI SEGUITO I FILM PIÙ SIGNIFICATIVI (PER I NOSTRI INTERESSI... "BRANDISTICI" NATURALMENTE...):

89 SADBATA KATO PLACH (*Un destino da topi*) REGIA: Ivan Pavlov NAZ: Spagna

Piccolo villaggio portuale bulgaro, un gruppo di amici vive una vita istintiva dove concetti come morale, filosofia di vita non hanno alcun senso. Cibo, sesso rozzo e spesso obbligato, lavoro duro e senza speranza di miglioramenti futuri. S'incontrano, si scontrano, si fanno del male. Sopravvivono. Anche un omicidio "involontario" sembra non intaccare le loro vite. Solo la natura che si manifesta con forti temporali può scuotere la loro esistenza. Sguardo ironico ed impietoso quello del regista Ivan Pavlov. Sono come i topi questi esseri umani, e proprio ai topi finirà una tavoletta di cioccolata MILKA rifiutata da un bambino. Apparizione di un maggiolino giallo di proprietà del poliziotto locale.



90 ALAS DE MARIPOSA REGIA: Juan Manuel Bajo Ulloa NAZ: Spagna

Film spagnolo di Juan Manuel Bajo Ulloa, autore successivamente del cult "La madre muerta". Si tratta di un dramma familiare che confina con l'horror. Una coppia desidera fortemente un figlio maschio ma gli nasce una femmina. Solo alcuni anni dopo avranno un bambino che però sarà causa di gelosia da parte della sorellina che lo ucciderà. Da qui il disfacimento del nucleo familiare. Evidentemente non bastavano alla bimba le scarse attenzioni della madre che pensava di tenerla buona con i pastelli ALPINO per disegnare e con bicchieri di latte URRIA a colazione. Purtroppo Ulloa non riesce a far fare il salto di qualità ad un soggetto che in effetti aveva delle potenzialità. Resta il senso di malessere che il film comunque riesce a comunicare e gli splendidi nonchè inquietanti occhi azzurri della bambina protagonista del fratricidio.

91 FLORES DE OTRO MUNDO REGIA: Iciar Bollain NAZ: Spagna

In un paesino del sud spagnolo arriva una corriera della MIROSTOURS carica di donne in cerca di marito. Dato che nel paesino restano solo contadini con poche possibilità di trovare una compagna per dividere con loro la faticosa vita di campagna, è stata organizzata questa "gita" per favorire l'incontro tra gli abitanti maschi e le donne, per lo più clandestine extracomunitarie. Commediola poco originale sull'incontro tra uomini che si trovano mogli da altri paesi più per opportunità che per amore con i problemi di integrazione e condivisione di sentimenti che ciò comporta. Il regista Iciar Bollain non fa nulla per elevare il film al di sopra di altre commedie simili già viste in passato e, nonostante alla fine ci si diverta (moderatamente) non ci resta uno sgradevole senso di déjà vu e di risaputo. E' però uno dei film più "pubblicitari" del festival contiene infatti un numero elevatissimo di marche. Tanti sono i mezzi di trasporto utilizzati dal camion IVECO, ad una FIAT UNO, passando per una SAXO Citroen ed un fiorino RENAULT. Appare anche uno scooter HONDA. Tra le bevande l'immancabile COCA-COLA ingurgitata con piacere da una bambina e su un bicchiere in un bar, la birra SAN MIGUEL anch'essa bevuta più volte, e il latte RAM. Dato che una delle donne è cubana non mancano i sigari, segnatamente quelli di marca COHIBA. Per i dialoghi con i parenti delle terre d'origine si usa la linea di telefoni TELEFONICA. Appaiono anche la NESTLE' (su un frigorifero di gelati), la GRUNDIG su un cappellino e il trattore DEUTZ usato nel lavoro dei contadini.

92 BARRIO REGIA: Fernando Leon de Aranoa NAZ: Spagna

In un quartiere periferico di Madrid vivono tre giovani con problemi familiari e vogliosi di fuga verso una vita migliore. Passano il tempo per strada, magari seduti su un cavalcavia a guardare le macchine che passano ("giochiamo a chi indovina la prossima macchina che passa, io dico una BMW") o a guardare i suonatori ambulanti coi loro strumenti TEXACO. Sognano che i soldi piovano dal cielo e che la COCA-COLA esca dai rubinetti. Desiderano vincere un viaggio ma avranno come premio di consolazione un motoscooter da acqua KAWASAKI di cui non sanno che farsene. "Quando muoio voglio essere seppellito con la tuta" dice uno, "Di che marca" gli chiedono gli altri, "NIKE" è la categorica affermazione del primo. Sogni di vita migliore, di poter lasciare il quartiere dove l'amata Tania si prostituisce accettando pure le carte VISA. Unica momentanea consolazione un gelato CAMY (NESTLE'). In definitiva un buon film di formazione girato piuttosto bene da Fernando Leon de Aranoa.

Il film spagnolo sicuramente più eccessivo, vitale e curioso del festival. Un film che avremmo voluto amare ma che è purtroppo pieno di errori e di scene inutili, come spesso succede a chi vuol mettere troppa carne al fuoco. Il regista Pablo Llorca imbastisce una storia che andrebbe bene per un kolossal hollywoodiano di tre ore ma che è invece girato in video poi gonfiato a 35 mm, a basso costo e "limitato" a due ore e un quarto nonostante le numerosissime ellissi narrative. La storia è quella di una commessa che si innamora di un mezzo delinquente che la convincere ad acquistare un bar, idea che pare anche funzionare se non che l'uomo non ha propriamente quella che si dice "voglia di lavorare" e, oltre a non essere di alcun aiuto alla moglie ne sperpera il denaro giocando d'azzardo e imbastendo affari poco puliti. La moglie, donna dalle mille risorse, nonostante non sappia certo scegliersi bene gli uomini con cui accoppiarsi, ha un'idea vincente, affittare il proprio appartamento ad una prostituta. La ritroviamo anni dopo che gestisce un traffico di prostitute in una mezza dozzina di appartamenti di sua proprietà. Purtroppo non ha il coraggio di liberarsi del marito puttaniere e giocatore ed avrà da lui ancora guai fino ad un tentativo da parte di lei di ucciderlo con conseguente passaggio per le galere spagnole, ma non è finita qui... Insomma ascesa e caduta della bella Rosa (interpretata dalla bravissima Isabel Ampudia che si concede al film anima e corpo) che da venditrice ambulante di prodotti NOLKE passa a vendere birra MAHOU e HEINEKEN per finire a vestire YVES SAINT LAURENT. Anche la PANASONIC (segreteria telefonica) da una mano alle attività della protagonista.

Film perorante la causa dei bambini maltrattati dai genitori in cui un ragazzino di 12 anni picchiato in continuazione dal padre viene aiutato da una copia anticonvenzionale formata da un tatuatore e dalla moglie ex punk. Un film sociale senza alcun guizzo, mortalmente noioso come solo queste operazioni buoniste sanno essere. Il film comunque non disdegna l'apporto della COCA-COLA bevuta dai ragazzini in versione normale e Light, della PHILIPS che fornisce uno splendido televisore 16\9 e della LAND ROVER che dimostra quanto può essere spaziosa e confortevole per una gita in campagna dato che riesce a far entrare sette persone e un cane!

Eccolo di nuovo tra noi, il claustrofobico mondo di Agustí Villaronga, fatto di omosessualità repressa, complessi edipici, vendette sessuali, traumi infantili. Traumatizzati da un episodio di violenza avvenuto durante la guerra civile, Ramallo, Manuel e una loro amica d'infanzia si ritrovano in un sanatorio, i primi due come pazienti, la terza come infermiera. Tra fanatismo religioso, prostituzione omosessuale, amori non corrisposti si arriva ad un finale ultraviolento in cui l'accumulo di avvenimenti è forse eccessivo e il film non è più ben tenuto dal regista che comunque con le sue opere non lascia certo indifferenti. In un sanatorio si riesce pure a salvare una marca di sigarette (che come si sa per i polmoni non sono certo il non plus ultra) con questa simpatica frase: "Le LUCY STRIKE fanno male? Lo dicono anche del sesso!".



A Daniel Schmid il festival ha dedicato una personale in cui si sono potuti rivedere soprattutto i suoi bellissimi film degli anni '70 quando collaborava con Fassbinder. Ma in quei film sottocosto poco spazio era lasciato al product placement e a parte qualche bottiglia di JOHNNY WALKER, poco da segnalare. Dopo una pausa di una ventina d'anni dove Schmid si è allontanato dal cinema di fictione passando alle produzioni tv, alle regie teatrali e al documentario, finalmente nel '99 il regista svizzero ritorna al cinema con una commedia grottesca decisamente divertente in cui prende di mira proprio la nazione che gli ha dato i natali. Una prostituta russa, Irina, grazie a conoscenze ottenute tramite il suo lavoro, a equivoci e corruzioni riuscirà a diventare regina della Svizzera! Da queste poche note si può comprendere il tono del film... Comprimari della prostituta russa sono la BMW (viene interrotta una seduta Yoga per dover spostare un'auto in divieto di sosta), la SWISSAIR (piccolo aereo, gadget posizionato in casa dei parenti di Irina in Russia), la SWISSCOM (cabina telefonica utilizzata dai protagonisti), i telefonini NOKIA con cui vengono iniziate le trame segrete che porteranno all'elezione di una tale regnante...

La retrospettiva di Alain Fleischer, regista conosciuto più come artista concettuale (ha esposto in varie mostre d'arte) che non dal popolo del cinema, alterna documentari, interviste (splendida quella a Douglas Sirk), film d'arte, film sperimentali ad alcuni lungometraggi di fiction, tra cui questo del 1989, ambientato in gran parte a Roma dove il protagonista cerca di riallacciare una storia d'amore avuta anni prima. Tra omaggi alla nouvelle vague, film d'arte e citazionismo cinematografico si sviluppa un'opera non completamente riuscita ma con un senso della poetica e un impianto visivo decisamente di classe. Il Romeo del titolo non si riferisce ad un personaggio ma all'ALFA ROMEO con cui giunge a Roma e che viene pure omaggiata ricordando anche la 2600 usata da Brigitte Bardot e Jack Palance ne "Il disprezzo" di Godard. Non è l'unico mezzo a motore utilizzato perchè sfreccia anche una moto GUZZI. Il protagonista beve SCHWEPPES e fotografa con una NIKON, il produttore porno suo amico ha nel suo ufficio una lattina di HEINEKEN, e fa pure un'apparizione una cabina della vecchia SIP. Interessante, per finire, la radio ascoltata dal protagonista è la 101MHz e non è probabilmente un caso che su una carcassa abbandonata di una Jeep, in un altro momento del film, vi sia proprio una pubblicità alla stessa radio.



VARIETÀ DI FILM, VARIETÀ DI MARCHE

Il festival di Pesaro solitamente rende difficile il nostro compito di rilevatori di brand e classificatori di film. E' infatti una festività che va un po' da tutte le parti e se su un'ossatura principale dedicata solitamente ad una cinematografia nazionale, vi sono poi "oggetti" strani, recuperi d'annata, cinediari, video e tanto altro. Nonostante i problemi finanziari che ormai coinvolgono tutti i festival, quello di Pesaro riesce ancora a proporre materiale interessante e non scontato.

Quest'anno, oltre alla sezione dedicata al cinema indipendente francese, era prevista anche la personale di John Sayles di cui abbiamo volentieri recuperato il primo film, "Return of the Seacus 7", opera sottocosto superindipendente che è difficilmente visibile. Anche l'unica copia che il festival è riuscito a recuperare non era certo della miglior qualità ma ciò non ci ha impedito di gustarci questo "Grande freddo" ante-litteram con la cinepresa di Sayles che si aggira tra i corpi e le chiacchiere di "sessantottini" ormai sul viale del...rimpianto con tristezza e amore. Squarci di american way of life nelle insegne GULF, MOBIL, TEXACO lungo le strade percorse con DODGE, VOLVO e VOLKSWAGEN per approdare verso il vuoto

esistenziale riempito con bottiglie di LOWENBRAUN o di JOHNNY WALKER e con pillole di GASTRISIN per rimettere a posto lo stomaco.

Al di fuori della programmazione "francese" si sono potuti vedere alcune opere bizzarre come ad esempio "Asakusa kid", film sulla giovinezza e formazione di Takeshi Kitano che il regista Shinozaki Makoto ha tratto direttamente dall'autobiografia del noto collega; oppure lo stilizzato "Dracula, pages from a virgin's diary" dell'outsider Guy Maddin, regista dallo stile personale, molto "arty" che tra balletto, glamour e visionarietà ci propina anche un pacchetto di MARLBORO ben in vista; - LUCKY STRIKE e un panino - richiede invece uno dei protagonisti del film "Delay of fiction", altra opera sperimentale che si confronta con il genere cinematografico (in questo caso il noir).

Inoltre abbiamo visto video, documentari e una personale di RYBCZYNSKY, geniale videoartista che ha lavorato anche per la televisione italiana, e dei suoi video musicali in cui naturalmente le brand approfittavano per apparire in quantità (YAMAHA, COCA-COLA, SEVEN UP ecc.).

Personale di JOSÉ LUIS GUERIN

Regista del tutto fuori dai normali circuiti distributivi, ha firmato opere differenti una dall'altra sia come concezione che come realizzazione. Il suo primo lungo, "Los motivos de Berta", è opera assai interessante debitrice di Bresson e Dreyer. Seguendo la normale vita della campagnola Berta l'autore arriva a mostrarci l'incontro quasi mistico il terreno e l'esistenziale. Allo spettatore è richiesto di lasciarsi andare alla bellezza delle immagini ed a lasciarsi cullare dal ritmo poetico della camera. A parte la marca di un trattore (EBRO) e i trasporti FAUSTO che sono direttamente collegati all'ambientazione contadina e spagnola in particolare, c'è spazio anche per le più note CAMPBELL'S, COCA-COLA e MERCEDES, soprattutto all'arrivo della troupe cinematografica che dalla grande città arriva nel paese di Berta. "Tren des ombres" è invece un omaggio ai film muti degli anni '10/'20 che si possono vedere solitamente nei festival specializzati nel recupero e restauro di pellicole amatoriali, importantissime perchè costituiscono la

memoria cinematografica e la testimonianza di un periodo storico. Ma Tren des ombres è anche una riflessione tra il rapporto immagine-cinema e fiction-realtà. L'auto RENAULT ci riporta ai giorni nostri dopo una prima mezz'ora di (false) immagini di repertorio.

Infine "En construccion" è un documentario sulla costruzione di un edificio in un quartiere di Barcellona che, con il regista che si aggira tra gli abitanti del quartiere, gli operai e i curiosi, diventa spaccato sociale tutt'altro che banale. Qui si ripropone il quesito sul documentarismo e le marche volute o meno in bella vista: lasciate apposta, per motivazioni realistiche o per dimenticanza? Fatto sta che COORS, JVC e CINZANO appaiono su pubblicità lungo i muri tra un rottame e l'altro, che gli operai si dissetano con birra SAN MIGUEL, che i passanti indossano ADIDAS e LONSDALE e che le fasi della costruzione sono riprese da TVE.



Rassegna sul CINEMA FRANCESE INDIPENDENTE

98 ADIEU PAYS REGIA: Philippe Ramos NAZ: Francia

Due fratelli contadini mandano avanti tra sudore, fatica e poche soddisfazioni la fattoria di famiglia e la loro unica aspirazione sembra essere quella di poter acquistare la mitica RUBITONA, una mietitrebbiatrice sogno di sempre del padre defunto. I giorni si susseguono uguali fino all'arrivo in paese della bella Carole che, a bordo di una TOYOTA e con in bocca una CAMEL, porta aria nuova, aria di città. Il fratello minore se ne innamora fino alla volontà di fuga dal paese insieme a lei manifestata mentre amoreggiano all'interno di un supermercato AUCHAN dove lei ha trovato lavoro. L'altro fratello però farà di tutto per impedire che la coppia se ne vada fino ad arrivare a buttare lei da un dirupo.

99 MARIE ET LE LOUP REGIA: Eve Heinrich NAZ: Francia

Sempre provincia, fiere di paese, attrazioni sessuali ed omicidi si ritrovano anche in questo film tutto dalla parte della protagonista interpretata dall'ottima Zhaida Ghorab-Volta che troverà se stessa dopo essere scampata dall'amore dell'assassino di una sua amica. Sempre trattori (MDREAU stavolta), birre (MAE PILS, KANTERBRAU, KRONENBURG) e auto (RENAULT). In più, per addolcire la malinconia, il mitico CHUPACHUPS.

100 LE VOYAGE A LA MER REGIA: Denis Gheerbrandt NAZ: Francia

Documentario girato nei camping tra la Spagna e la Francia alla ricerca di vissuti, di rapporti umani, entrando in questi luoghi di villeggiatura per incontrare i vacanzieri amanti della natura. Il LIPTON TEA fa da anfitrione in uno di questi e il regista vi entra per dialogare con i rappresentanti di varia umanità: casalinghe frustrate, ex operai della FORD, ex dipendenti di MCDONALD'S che accusano la ditta di mobbing, un pensionato che rimpiange il tempo che fu quando era ufficiale dell'esercito e che in un momento di sconforto esclama: voglio farmi un RICARD...

101 MA CAMERA ET MOI REGIA: Christine Loizillon NAZ: Francia

Divertente operazione metacinetografica quella di Loizillon che con la sua camera riprende tutto quello che lo circonda fin da quando era bambino. Un'amichetta che fa la pipì, l'amante cieca, i luoghi dove fa l'amore ed infine anche i rapporti della sua ragazza che lo cornifica con un altro cieco, cosa che lo metterà nei guai...

**102****LA RAISON DU PLUS FORT**

REGIA: Patrick Jean NAZ: Francia

Documentario politico per mostrare le ragioni dei più poveri dal regista già autore di "Les enfants du Borinage". I legami tra immigrazione e violenza scatenata scatenata dalla frustrazione causata dalla povertà. NIKE, LEE COOPER, KENZD sono lì a mostrarci lo scarto tra il mondo del consumismo e chi ha difficoltà anche solo a sopravvivere. SONY e PANASONIC sono gli strumenti usati dagli autori di questo film-inchiesta per realizzare la loro ricerca.

103**DEPUIS QU'OTAR EST PARTI**

REGIA: Julie Bertuccelli NAZ: Francia

Ostentazione di ricchezza è in questo caso la BMW sogno degli emigrati georgiani in questo dramma ambientato a Tblisi. Un po' noiosetto il film racconta di una madre e una figlia in perenne attesa di ricevere notizie del figlio-fratello espatriato in Francia. Alla morte di questo la sorella, per non farlo sapere alla madre, fingerà di continuare a ricevere le lettere dal defunto ed arriverà addirittura ad organizzare un viaggio a Parigi nonostante le condizioni non certo floride della famiglia.

104**LE STADE DE WIMBLEDON**

REGIA: Mathieu Amalric NAZ: Francia

Gioiellino della rassegna questo film piccolo piccolo riesce a conquistare per la sua poesia e per il magnifico ritratto della donna protagonista dato dall'interpretazione di Jeanne Balibar. Una studentessa francese si reca a Trieste per ricercare notizie di uno scrittore che nonostante il talento ha scritto pochissimo. Riuscirà a rintracciare la sua ex moglie, il suo editore e alcuni suoi ex amici. In realtà quella della donna è una vera e propria quiete esistenziale e la ricerca dello scrittore è la ricerca di se stessa. Tra una libreria (TULLIO) e l'altra (UMBERTO SABA), si svolge questa delicata storia tratta da un libro di Del Giudice, e noi seguiamo la protagonista nei suoi movimenti e nelle sue pause di riflessione tra cui quella all'ANTICO CAFFE' SAN MARCO dove sorseggia COCA-COLA, fino al suo arrivo a Londra accolta dalla pubblicità del THE GUARDIAN.

CONCORSO BERGAMO

105

2002 - I LUNEDI' AL SOLE **REGIA:** Fernando León da Aranoa **NAZ:** Spagna

*Primo premio al Festival di San Sebastián.
Il film scelto per rappresentare la Spagna agli Oscar.*

Un cantiere navale (LOTE) chiuso per ragioni speculative e cinque operai che, come tanti altri, si ritrovano disoccupati: un film che narra vite in cui non accade "quasi niente", in cui "La questione non è se crediamo in Dio, ma se Dio crede in noi!", vite agli "antipodi" del capitalismo e "ANTIPODI vuol dire il contrario...anti / podi...il / contrario...Lì c'è lavoro, qui no!...Lì scapi, qui no!...il contrario...".

Cinque ex-operai dalle giornate in cui si arriva a sera barcamenandosi tra casa e il bar "LA NAVAL" (dove si beve J&B e COCA-COLA, si fumano MARLBORO LIGHT e si sgranocchiano CHIPS), prendendo il sole sulla spiaggia, facendo o cercando di fare piccoli lavori (per ottenerne un lavoro si arriva addirittura a nascondere i capelli grigi con la tintura GARNIER), assaggiando formaggio svizzero ZERLAND al supermercato, organizzando qualche cena (in cui il posacenere marcato EXPERT si ostina a seguire ogni movimento della macchina da presa per stare sempre in primo piano), sperando nel riscatto sociale, compiendo piccoli gesti di ribellione come non pagare il biglietto sul traghetto o rompere un lampione della URBAN SUNLIFE da 8000 pesetas.

C'è chi cerca di reagire nonostante le delusioni si susseguano, chi è accecato dalla rabbia e chi preferisce farla finita, c'è chi cerca di affogare l'insoddisfazione nell'alcool e chi cerca di distrarsi con le donne: ognuno reagisce a suo modo, ma sempre cercando l'aiuto degli altri e preoccupandosi per il resto del gruppo.

106

2000 - NOSOTRAS **REGIA:** Judith Colell **NAZ:** Spagna

Sofia è terrorizzata a tal punto dall'idea che il marito la voglia lasciare che accetta di seguire i consigli non molto opportuni della sua migliore amica.

Paca affronta mille avversità economiche, climatiche e affettive per riuscire a regalare al figlio un paio di NIKE AIR grigie indispensabili per non sentirsi da meno dei compagni, ma quando finalmente ci riesce, la brama di possesso del figlio è ormai irrimediabilmente rivolta alla PLAYSTATION SONY.

Mireia, camminando per i corridoi dell'Università di BLANQUERNA o al bancone di un disco-bar dove sono in bella vista i succhi di frutta PAGO e le bottigliette di SWEPPES, sopporta un vero e proprio lavaggio del cervello dalla sua amica Eva che alla fine la convince che il ragazzo la tradisce con una comune collega universitaria, così, per vendicarsi, Mireia sottrae dallo zaino della presunta amante un cosmetico della ASTOR (poteva essere cipria o crema per il viso) e vi sbriciola dentro una lampadina EXCEL, rimettendo poi tutto a posto: naturalmente il risultato coincide con le aspettative!

E poi una donna in carriera costretta a tirar fuori il suo lato peggiore per farsi valere dai colleghi, una cameriera disperata per la partenza del ragazzo per lavorare a Miami, una figlia che sopporta le critiche dall'assurda logica della madre dopo essere stata lasciata dal marito scopertosi gay.

Infine Andrea, picchiata dal marito tirchio, oppressa del senso di colpa per non amare più i figli neonazisti, oppressa e bistrattata che, dopo un tentato suicidio, decide di reagire e festeggia il nuovo inizio brindando con l'analista con una bottiglia di vino DON SIMON.

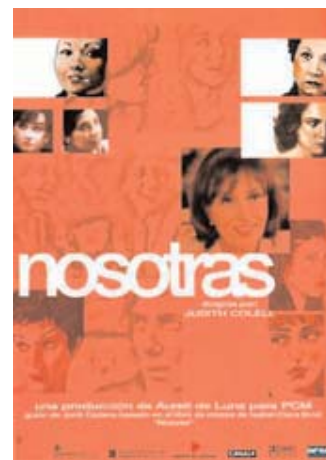
Donne che fumano PALL MALL o MARLBORO LIGHT, che devono birra BUD o SAINT MIGUEL oppure acqua KUBAGORZA, donne che vanno al cinema a vedere EL JOQUE BLANCO e INTERIORES: tutte donne le cui vite si sfiorano e si intrecciano prima di ricominciare.

107

2002 - WESH WESH - QU'EST-CE QUI SE PASSE?

REGIA: Rabah Ameur-Zaïmeche **NAZ:** Francia

La realtà araba della periferia francese attraverso la quotidianità di Kamèl, un ragazzo che ha scontato una dura condanna di 4 anni di carcere e 2 di estradizione e si trova a dover ricominciare tutto da capo, ma senza documenti. Cerca invano di trovare un lavoro e di tenersi lontano dai guai in una realtà sociale che comunque va decomponendosi: si va in giro con PEGEOT, CITROEN e HARLEY DAVINSON, si beve HEINEKEN, si veste LACOSTE, NIKE, REEBOK, LOTTO, ADIDAS, TRIUMPH (tutte queste marche di abbigliamento sportivo insieme probabilmente per non far favori a nessuno, ma rimangono ugualmente riconoscibili!), ma ci si trova costantemente di fronte a piccoli e grandi traffici di droga, alla violenza, all'impossibilità di vivere tranquillamente la propria vita ed alla certezza che non si ha mai una seconda possibilità...fino a tentare di farsi giustizia da soli, ma inutilmente.



108 2002 - REYKIAVIK GUESTHOUSE

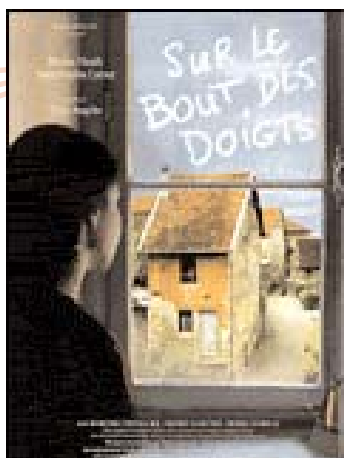
REGIA: Björn Thors e Unnur Ösp Stefánsdóttir NAZ: Islanda

Jóhann dalla morte del padre è diventato il proprietario di una pensioncina, ma non sembra essere il tipo adatto a gestirla dato che, ai clienti che telefonano per prenotare una stanza, dice che sono tutte occupate nonostante non sia vero: in questo modo rischia di essere costretto a vendere la sua pensione.

Le cose iniziano a cambiare quando Jóhann conosce Telma, una ragazza troppo spigliata per quanto lui è introverso, tanto spigliata da fare pipì per strada, sotto il porticato di un palazzo, prima di entrare nella pensioncina a sbirciare com'è ed addormentarsi sul divano. Però, la sua pensione, non la vuole vendere.

E migliorano ancora nel momento in cui anche Finmur, un bimbo che vive con la nonna (la quale pensa più a bere birra SAINT MIGUEL e TUBORG che a crescere il nipote), che fa merenda con gli HONEY NUT CHEERIOS e RITZ, che tenta un furto in un emporio (pieno di M&M'S, pasta WASA, CHUPA CHUPS, prodotti HARBO, COCA-COLA, MC VITIES, prodotti FINISH, e che vende anche la rivista MANNLIF) e che si addormenta anch'egli nella pensione. Non essere più solo dà la forza a Jóhann di risistemare la guesthouse ed affittare una stanza ad una coppia (che arriva su un taxi BSR, società che dovrebbe appartenere alla MERCEDES), regalare una bicicletta STAR a Finmur e far finta che sia Natale per essere più felici.

Ricaduta sull'orlo del suicidio al molo e quasi-rapimento degli ospiti della pensione a parte, tutto finisce nel migliore dei modi.



109 2000 - SUR LE BOUT DES DOIGTS

REGIA: Yves Angelo NAZ: Francia

Sulla punta delle dita nasce, cresce e si spezza la profonda unione di Juliette e Julie, madre e figlia, maestra e allieva da sempre, perché da sempre unite dalla musica di un pianoforte a coda STEINWAY & SON, arrivato in casa di Juliette proprio il giorno della prematura nascita di Julie: alla piccola nell'incubatrice, sospesa tra la vita e la morte, la mamma registrava e faceva sentire delle melodie da lei eseguite proprio a quel pianoforte, e sul sedile dello STEINWAY & SON trascorre praticamente tutta la vita di Julie che quindi presto supera in bravura la madre, rendendola gelosa da impazzire.

PaZZa, Juliette sembra voler uccidere la figlia, ci ripensa, ma entra in uno stato catatonico che non si risolve neppure quando Julie la veglia facendole sentire a sua volta dei brani registrati allo STEINWAY & SON vestita con un giubottino jeans della LEE il cui bottone a pressione con il marchio impresso ha meritato un quasi-primo piano durante un tenero momento.

Alle fine è il padre ad aiutare Julie ad uscire dalla vita da musicista eremita a cui la costringeva la madre, lo stesso padre che l'aveva "ceduta" a Juliette rassegnandosi al suo volere, lo stesso che non credeva sarebbe sopravvissuta quando era nell'incubatrice e che non aveva altro da dirle, in quel momento, se non l'elenco delle caratteristiche e dei trucchi per degustare un vino: pratica che comunque ora consentiva a Julie di disertare sul BD(geleau) e ritenerlo migliore dello CHARDONNAI durante le loro cene settimanali.

110 2002 - WOMEN WITHOUT WINGS

REGIA: Nicholas NAZ: Canada

Marije lavora in un bar del Canada e vive sospesa nell'indecisione tra due amori l'uno l'opposto dell'altro: sua madre è malata e quando arriva la lettera dall'Albania con la notizia della morte del nonno è lei a partire per i funerali.

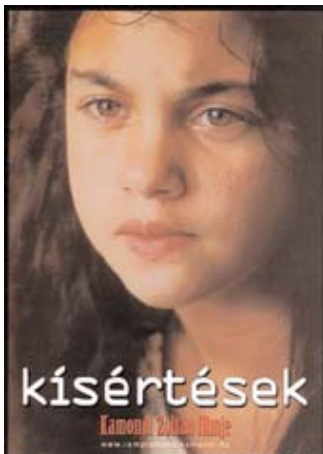
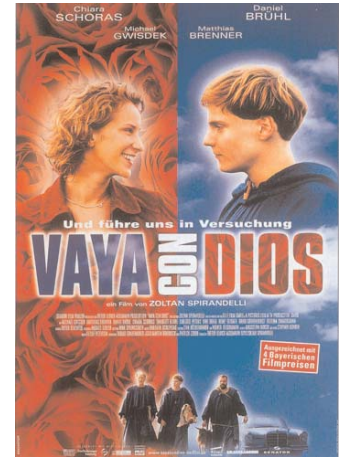
La fuga dalla sua realtà marchiata PEPSI e FORD la porta in un mondo molto arretrato in cui le tradizioni sono leggi da seguire senza chiedersene il perché, in cui le donne per poter discutere una decisione presa da un uomo devono dichiararsi "vergini", rimanere in perfetto silenzio un anno e vivere facendo le stesse cose che fa un uomo, indossando vestiti da uomo, pensando, ragionando e uccidendo come un uomo.

Un mondo, questo senza brand (a meno che RAKI e GLIMAX non lo siano), dal quale Marije viene prima spaventata e poi attratta perché... "una donna può essere un uomo, ma un uomo non può mai essere una donna...un uomo è una donna senza ali".

Dal Brandeburgo tedesco a Montecerboli nell'italiana Toscana, il viaggio in compagnia del libro dell'ordine, degli ultimi tre monaci cantoriani di un decadente monastero, tenuto lontano dalla civiltà da ettari di bosco. Il loro viaggio verso l'Italia inizia a piedi ed a piedi prosegue finché non fanno finire fuori strada la MERCEDES sgangherata di una fotografa che con la sua NIKON ha immortalato loschi traffici di rifiuti: nonostante sia scassatissima l'unico vero problema della MERCEDES è la benzina e, proprio mentre due dei monaci la vanno a recuperare ad un distributore GO (naturalmente provvisto di bar colmo di TIC TAC, FANTA e mille altre cose e dal benzinai talmente disponibile da capire se l'auto è benzina o diesel dalla semplice imitazione del rumore dell'automobile improvvisata dai cantoriani), tra il più giovane e la fotografa "scatta" la scintilla mentre si immortalano vicendevolmente con una POLAROID (che però non permette di catturare i pensieri del soggetto fotografato).

Lungo il percorso tutti i monaci saranno indotti in tentazione e tenteranno di ritornare alla vita "normale": uno torna a casa dalla sua mamma e dal suo trattore (di cui non ricordo la marca, ops!), ma poi con lo stesso raggiungerà gli altri; un altro, ritrovato tra i barboni della stazione da un suo ex compagno seminarista mentre beve una birra PAULANER, la birra del monaco, si lascia tentare dai mille tesori della biblioteca dei Gesuiti; il terzo scopre il sesso (viene scoperto a letto con la fotografa, come nella barzelletta più volte ripetuta durante il film, dall'altro monaco al ritorno dalla spesa alla COOP dove ha comprato il detersivo ARAL) e le feste a base di GORDON GIN.

Il libro dell'ordine dei cantoriani viene conteso tra Gesuiti e Cantoriani e questa dinamica, oltre a scatenare un esilarante inseguimento in auto con i monaci a bordo di una MERCEDES ultimo modello (che riescono a guidare con l'aiuto del libretto delle istruzioni), riporta i tre monaci sulla retta via, ma solo fino in Italia, fino a Montecerboli, poi il più giovane, che non aveva mai scelto il monastero, ma vi era semplicemente cresciuto dentro, capisce che il suo futuro è con la fotografa. Perfetti e molto simpatici soprattutto i due posizionamenti Mercedes.



Ad un certo punto della sua vita Marci vuole conoscere suo padre e scoprire il suo posto nel mondo. Innanzitutto, collegandosi dal suo computer COMPAQ al motore di ricerca di GOOGLE, scopre che il padre è un alcolizzato con manie di grandezza che schiavizza chiunque gli capiti a tiro, quando va per conoscerlo viene messo a sbucciare cipolle e per tre casse di quelle fa amicizia con Juli, una bambina tzigana che si innamora di lui e che Marci finisce per "adottare" dato che, grazie ai suoi strani poteri, riesce ad aiutarlo a truffare banche come la RIEFFELSTAN BANK o la OKB.

Juli, però entra in competizione con Elvira che gli fa conoscere tutte le gioie del sesso (per esempio in una vasca piena di schiuma contornati da confezioni di SANEX, DOVE, NIVEA e chi più ne ha più ne metta) e questo, durante una festa a base di SANDERMANN, potrà la piccola tzigana a usare tutti i suoi strani poteri...e la casa addirittura sparisce!

Oltre alle marche citate ne appaiono molte altre come MITSUBISHI, BIODSTAK KIT, WISA (pasta), NOKIA, AUDI, KM TV...anche gli Ungheresi sembrano aver capito l'importanza del product placement.

Un film documentario sulla vita delle prostitute e dei gigolo, vista attraverso gli occhi di una giovane giornalista che ci racconta, attraverso una serie di interviste, come vivono queste persone e come mai siano approdate al mondo della prostituzione.

Ancora una volta la Spagna ci dà prova di come il product placement possa essere utilizzato con estrema discrezione anche in film dalle tinte forti (e forse un po' spinte).

Coca-Cola mostra il suo carattere internazionale apparendo come cartellone pubblicitario orientaleggiante (ma perfettamente riconoscibile) alle spalle di uno dei personaggi durante un'intervista, oltre ad essere la bevanda bevuta dalla protagonista in più di un'occasione. Altri due marchi sono perfettamente visibili, anche se ad un pubblico italiano sono sconosciuti: Alpen e Golean, due brand di prodotti per la colazione (cereali da inzuppare nel latte), visibilmente posizionati all'interno della cucina della giornalista.



CHASOLJKFNKGCYTZFIQHKLWJMKDV
AWP.IFN.IFCAYGKHI.IKG.IFI.FKGKI.IH.

IL 2 NOVEMBRE IN TUTTE LE LIBRERIE

KRUY YHIUYUHUUVJHNASUJFKLGUKLU
JIJHWHDJ **OC** KLSDJFOIEHNFSZGKJSF
JPIOPEOMLEDW **CE** QFACXJHBMNCTP
LUYMKLVNSUIGFATYDRQWUFGVHERNW
VKJENIOARYGHR **UL** NSIFYGHJCHASOL
NNKGCYTZFIQHKLWJMKD **TA** SDGSUYDR
QIEUHL **JK** GRT **SK** L **AS** MCLAR **K** DOAWA'
JEHUOVJHNASDKLDWDJIJHWHDJNVK
JFOIEHNFSZGKJSFJLA **T** P **IO** P **U** D **MA** EDW
QFACXJHBMNCTPJLUKLUYMKLVNSUIG
YDRQWENIO **S** RY **O** H **R** KDNSIFYGHJCHAS
JKFNKGCYTZFIQHKLEJMKDVNJS DGS
RGOQIEUHKFJFTWESNGFK **L** ASMCLASK
AWPJFOJEHUOVGHPIUJHNASDK **LA** WD
HWUD INVKLNDDNLIBVNTDPCZLV

OCCULTA SARA' TUA SORELLA
di Gerardo Corti

ATYDRUWUFGVHERNWGRVKJENIVBERIN