

La spia tutta d'oro

Uscito dalle pagine del romanziere Ian Fleming, James Bond ha imboccato le vie dello schermo, riscuotendo consensi presso tutti gli strati del pubblico. Agente 007: licenza di uccidere e A 007 dalla Russia con amore hanno raggiunto incassi favolosi: oltre sette miliardi versati nei botteghini di vari paesi. Né minore è stata la fortuna per chiunque, nell'ambiente dello spettacolo, abbia avuto a che fare con l'imbattibile eroe dello spionaggio britannico. Sean Connery gli è debitore di una fama catturata dall'oggi al domani, e con lui una costellazione di ragazze appetitose, assurte nell'Olimpo delle divinità sexy: Ursula Andress, Shirley Eaton, Tania Mallet, Nadja Regin, Ann Smyrner, Véronique Vendell. Il regista Terence Young, le cui quotazioni erano cadute in basso, gli deve la fiducia nuovamente accordatagli. E Ken Adam gli è grato per avergli consentito di sbizzarrirsi a progettare e costruire scenografie, che accentuano in chiave fantastica alcuni elementi suggestivi e razionali dell'architettura moderna. I veri beneficiari della manna elargita, però, sono Harry Saltzman e Chubby Broccoli, i produttori di Agente 007: licenza di uccidere, A 007 dalla Russia con amore e Goldfinger missione pericolosa, i quali, grazie ai favori tributati a James Bond, si apprestano adesso a finanziare il mondo nuovo di Vittorio De Sica e investono parte dei loro guadagni in E venne un uomo, il film di Ermanno Olmi su Giovanni XXIII.

Sociologi e studiosi del costume tentano di dare una spiegazione del fenomeno Bond. Le interpretazioni sono contrastanti. « Bond è lo specchio fedele dell'età violenta in cui viviamo », sentenziano taluni. « Bond riflette l'immagine di un uomo nuovo », sostengono altri. « Il nostro mondo, elettronico, atomico e supersonico è abitabile. Un individuo può sfidare le macchine più infernali e i più intrigati complotti dello spirito del male. Ma per tenere testa alla tecnica, alla formidabile potenza tecnica del domani, occorre che questo individuo — James Bond — sia cementato con una pasta speciale e assistito da un'organizzazione, di cui egli è lo strumento esecutivo ». « James Bond è il personaggio più

racchio di tutti i tempi», ribattono gli oppositori. «Erede di Apollo, Ercole e dei loro spigoni — Mandrake, Superman e altri «paras» — rientra nella categoria degli eroi mitici, che non hanno problemi ma un destino e non posseggono un'anima, poiché la loro missione li tiene lontani dalla coscienza».

Mentre le analisi dei saggisti si disputano il terreno del giudizio, l'industria cinematografica, indifferente a questo genere di divergenze e competizioni, sfrutta la miniera d'oro casualmente scoperta. A febbraio avranno inizio le riprese di Operazione tuono, che preludono al «si gira» di Al servizio segreto di Sua Maestà britannica, in programma per il '66. Saltzman e Broccoli non badano a spese. Se Licenza di uccidere è costato 1.500.000 dollari, Goldfinger ha richiesto un miliardo e mezzo. Operazione tuono toccherà la cifra-vertice di 5.000.000 di dollari.

La Fox e la Columbia, dal canto loro, annunciano una «serie» spionistica ricalcata sul modello del filone James Bond; la N.B.C. prepara una collana di telefilm e The Man from uncle; Phil Carlson si accinge a dare l'avvio alla trasposizione filmata — destinazione TV — dei romanzi di spionaggio licenziati da Matt Helm, e presto entrerà in cantiere Codice 7, Vittima 5, interpretato dall'ex Tarzan Lex Barker e tratto dalle strisce di un famoso fumetto inglese. Per tutelare i diritti di esclusività e difendersi dagli imitatori in agguato e senza scrupoli, Saltzman e Broccoli hanno cominciato a stipulare accordi con i loro concorrenti al fine d'impedire, soprattutto nella pubblicità murale e giornalistica, riferimenti analogici a James Bond e alle sue caratteristiche. Dai sintomi registrati si ricava che siamo alla vigilia di un «boom», che risusciterà i film di spionaggio e il mito intramontabile dei paladini duri e spietati, lesti di mano, provetti navigatori di harem gremiti di donnine elettrizzanti, implacabili e insensibili al fascino femminile. James Bond prolifera. Ma già si profila, sulla linea dell'orizzonte filmico, il suo contraltare: Leamas, La spia che venne dal freddo, il Maigret dei servizi d'informazione inglese, l'agente stanco e amareggiato, che all'eroismo atletico dei suoi colleghi oppone l'umiltà di un mestiere ingrato. L'uomo della strada è assalito da un dilemma: in chi identificarsi?

Mervwyn Brodie, un affarista inglese, non ha dubbi, James Bond è il modello che detterà legge nel campo della eleganza maschile e riunirà in una impresa commerciale fuori del comune la ditta francese di tessuti Boussac, il sarto Bayard, il calzaturificio di Bally e la «Colgate-Palmolive». Parigi si accinge a lanciare la moda delle camicie, delle cravatte, delle scarpe, degli impermeabili, dei costumi da bagno, delle tuniche di spugna, dei pullover e dell'acqua di colonia alla James Bond. L'offensiva inizierà il 15 febbraio. Cifra d'affari prevista: due miliardi.