

# Spettacoli

**IL PERSONAGGIO.** Fra Russia e America, fra danza e business. Incontro a Roma con Baryshnikov

ROMA. Se è emozionato, Mikhail Baryshnikov non lo lascia apparire: si siede composto, gesti misurati, parla con voce sommessa ma chiara. Garbato fino alla noia, attacca con il discorsetto di rito, dichiarandosi felice di essere tornato in Italia e a Roma, «città speciale per motivi personali», e si perde a spiegare nei dettagli come e perché non può comunicare subito la scaletta dei pezzi in programma nelle serate dal 10 al 15 ottobre al teatro Olimpico. Un buon espediente, ipnotico, per ammortizzare l'urto con i giornalisti. Probabilmente, anche una misura preventiva: Roma non fu tenera. Due anni fa con l'erede al titolo del «più grande» dopo Nureyev, non gli perdonò un passaggio brusco, senza conferenze stampa e con un prezzo del biglietto esorbitante (vedi scheda a lato). E anche stavolta le domande partono da questa nota dolente. Baryshnikov è laconico: «Mi spiace tanto, ma non posso farci niente. Io non prendo sovvenzioni di nessun tipo e devo garantire ai miei danzatori uno standard di vita soddisfacente».

**Da un continente all'altro**  
Il ballerino dei due mondi - quello russo, lasciato nel 1974, distante ormai anni-luce, e quello americano che lo assorbe tutt'oggi - sa far quadrare i conti della sua luminosa camera. Sarà pure umorale, come lo descrivono cronache mondane ed ex partner, ma le scelte fatte dimostrano una lucidità ai limiti del calcolo, preveggenza e voluttà. Ha lasciato l'Unione Sovietica da primo ballerino del Kirov ed è approdato in America negli anni '70, ventiseienne, in tempo utile per assaggiare tutti i fermenti della danza contemporanea, drenare il proprio classicismo da Balanchine e sperimentare il segno del comando come direttore artistico di una delle più grandi compagnie di danza del mondo, l'American Ballet Theatre (dal 1980 al 1990). Poteva fermarsi lì, integrato dalle esperienze cinematografiche («Due vite in una sola», «Il Sole a mezzanotte», «Giselle») e persino teatrali (a Broadway ha interpretato «La metamorfosi di Kafka»), e invece si è rilanciato in un progetto fianco a fianco con Mark Morris. Il «progetto» è il White Oak Dance Project, compagnia scelta di undici danzatori, fondata nel 1989 con il supporto del magnate americano Howard Gilman, che ha messo a loro disposizione la sua «white oak plantation», una riserva naturale di querce bianche di circa 7500 acri posta ai confini tra la Florida e la Georgia, con laghi, animali in libertà, uno yacht club, una palestra per la danza... È questa compagnia, la «creatura» per il cui standard di vita Baryshnikov ha tanto riguardo, un po' inquietantemente per le nostre tasche. Ma non per i botteghini che registrano il soldo out, tutto esaurito, nei teatri di tutto il mondo. Se lo può permettere, in fondo, questo abile stratega che non dimentica di essere principalmente un artista anche quando fa l'imprenditore.

**La scelta del White Oak**  
Opa per un repertorio contemporaneo «perché quello classico si addice alle grandi compagnie co-



Il ballerino russo Mikhail Baryshnikov durante una conferenza stampa

Torsten Blackwood/Ansa

## Il Misha dei due mondi

Torna a Roma, Mikhail Baryshnikov, che dal 10 al 15 ottobre sarà ospite del teatro Olimpico con la sua compagnia, il White Oak Dance Project, fondata nel 1989 assieme a Mark Morris. Il danzatore russo-americano presenterà un programma di coreografie contemporanee, da Cunningham al giovanissimo e sconosciuto Kevin O'Day. Una decina di danzatori in scena, oltre allo stesso Baryshnikov, e una piccola orchestra d'archi da camera.

ROSSELLA BATTISTI

me l'Abt, il Boston Ballet o il Joffrey» e mescola nei programmi firme illustri come Merce Cunningham («Signals del 1970») o Twyla Tharp e giovani coreografi emergenti, dando loro l'opportunità di farsi conoscere. Come è successo per Craig Patterson, che ha danzato per Mark Morris e debutta con la sua prima coreografia importante, «Make like a tree», o Kevin O'Day, quasi uno sconosciuto ma, secondo l'occhio attento di Mikhail, promette autore che ha creato una commissione «The good Army». Quanto ai criteri di scelta dei giovani da chiamare al suo cospetto, Baryshnikov è galileiano: «vado agli stages, osservo, mi faccio consigliare dai miei collaboratori e poi ci provo. Qualche volta funziona,

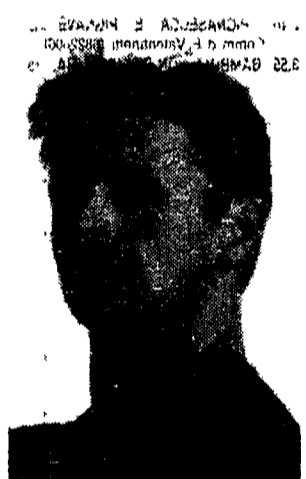
qualche volta no». Altre volte è un puro caso, come con Dana Reitz, coreografa ammirata e inseguita a lungo. «Alla fine mi ha detto si ed è nato «Unspoken territory», un balletto da eseguire in silenzio assoluto, tutto luci e improvvisazioni su un vocabolario prestabilito.

**Un «debole» per la Bausch**  
Non ha prevenzioni di sorta, Mikhail: può spaziare, del resto, su un palcoscenico internazionale, come è quello americano, dove arrivano i fermenti anche dalla lontana Europa, che sta tornando al suo ruolo di creativa copostipite della danza moderna. Fra i coreografi «arruolati» dal White Oak Dance Project c'è, infatti, Joachim Schlomer, che proviene da Wuppertal e

quindi da Pina Bausch. Quasi un segno premonitore per Baryshnikov, che confessa: «Ho un debole per la coreografa tedesca e mi piacerebbe lavorare in futuro con lei».

Ritorno in Europa? La «terra promessa» è ancora l'America per il danzatore russo. Nonostante i tagli dei fondi allo spettacolo, le assurde disquisizioni dell'area conservatrice al governo che «si interroga se le arti debbano essere fine (belle) o moral (morali)», Baryshnikov ritiene che continui ad esserci un bel fermento: «Vedo crescere tanti giovani registi, artisti visuali, coreografi. Questo è un paese che ha un enorme potenziale». Lui si è dato da fare in prima persona per metterlo a frutto, impegnandosi in un programma culturale che gli Stati Uniti non si danno troppa pena di sostenere.

Sembra paradossale, ma fra i pochi a realizzare il sogno americano di successo c'è proprio questo danzatore, dallo sguardo malinconico e dalla muscolatura nervosa, che veniva dall'«impero del male». Misha - dal nome inconfondibilmente russo e inglese per lingua - che oggi, con i capelli a spazzola e quel look da post-esistenzialista in nero, sembra un prodotto del Greenwich Village.



Shonna Valeska

**Biglietti cari? Ma due anni fa al Sistina costavano di più**

Baryshnikov come Pavarotti? I conti, più o meno, si equivalgono: il recital di big Luciano stava sulle duecentomila lire a biglietto e lo spettacolo del White Oak Dance Project si aggira sulle centosessanta, scendendo, si fa per dire, alle 96mila per i biglietti di balconata (ce ne sono ancora di disponibili presso il botteghino dell'Olimpico, tel. 06-3234890/3234936 e presso l'Orbis, tel. 06-4827403/4744776). Solo che certi prezzi per la danza sono inconsueti e gli appassionati sono rimasti col fiato sospeso. Baryshnikov ha ammesso sinceramente che il suo cachet è alto e altrettanto sinceramente che non intende abbassarlo. Paolo Landi, che ha organizzato il Festival Roma '96 che include la tournée nella capitale di Baryshnikov, ha detto di aver predisposto dei prezzi speciali per Crai e studenti a 60mila lire. Un prezzo non proprio stracciato, ma sicuramente migliore di quello di due anni fa, quando la tournée la organizzò al Sistina la «Andres Neumann International» e i biglietti costavano 200mila lire. Senza sconto. □ R.B.



**Carlo Fontana: «Allarme Scala La stagione è a rischio»**

Allarme Scala. O si arriva al più presto a una legge di riforma degli enti lirici che apra all'intervento del privato, o ci sarà la fine, non solo della Scala, ma di tutti gli enti lirici. L'allarme è stato dato dal sovrintendente Carlo Fontana (nella foto) e dagli altri dirigenti del teatro milanese che hanno scelto la data di ieri (due mesi dall'apertura della stagione) per richiamare l'attenzione del Governo sui pericoli che la Scala e gli altri dodici enti lirici stanno correndo in seguito ai tagli ai finanziamenti e, in particolare per la Scala, agli stati di agitazione proclamati dai sindacati. «Da oggi il nostro lavoro è a rischio», ha detto Fontana nella conferenza stampa a cui, per sottolineare il peso dell'appuntamento, partecipava l'intero consiglio di amministrazione scaligero. Il sindaco di Milano, Marco Formentini, presidente dell'ente, ha sollecitato un'iniziativa comune dei sindaci delle 12 città soci del 13 enti lirici per ottenere una legge di riforma nel segno dell'autonomia. «Milano e la Scala - ha annunciato Formentini - daranno un segnale forte invitando i sindaci alla prima scaligera del 7 dicembre». Fontana ha poi ricordato il successo riportato dalla Scala nella tournée in Giappone (55mila biglietti venduti per 19 spettacoli). Segno che il teatro «sa fare il suo dovere quando è messo in condizione di farlo. La situazione diventa brutta quando sono gli altri a determinare cosa deve fare». A fronte di tutto questo, il colpo assestato dai tagli al Fondo unico per lo spettacolo, il blocco delle assunzioni dal '92, e dei rinnovi contrattuali, le agitazioni sindacali. Lo sciopero a sorpresa durante la «Traviata» potrebbe insomma ripetersi. «Il lavoro dunque è a rischio - dice Fontana -. Ma non posso dar ragione ai sindacati».

**LIRICA.** A Ferrara successo per la partitura di Berlioz riscoperta da Gardiner

## Se Romeo e Giulietta cantano in coro

PAOLO PETAZZI

FERRARA. Nella serata d'apertura la stagione di Ferrara Musica proponeva un capolavoro di Berlioz, la «sinfonia drammatica» «Romeo et Juliette», diretta da John Eliot Gardiner con l'Orchestra Révolutionnaire et Romantique e il Monteverdi Choir. La felicissima serata ha confermato la congenialità di Gardiner per Berlioz, ha fatto conoscere una breve pagina che il compositore aveva tagliato e ha rivelato alcuni dettagli affascinanti della fondamentale ma non frequentissima partitura, anche attraverso il tentativo di ricostruire l'orchestra del tempo di Berlioz e di seguire le istruzioni dell'autore sulla disposizione del coro.

Berlioz vuole che il coro entri ed esca di scena ogni volta che deve cantare, e che si disponga non, come di consueto, sul fondo, dietro l'orchestra, ma davanti, a contatto con il pubblico, voltando le spalle al direttore (ci vuole un secondo direttore, l'assistente di Gardiner),

Questa disposizione esalta la particolarissima funzione del coro e dei solisti vocali nel «Romeo et Juliette», che Berlioz scrisse nel 1839, quando ventimila franchi donati da Paganini (o forse da un altro ammiratore attraverso il violinista genovese) gli avevano consentito di concentrarsi per qualche tempo senza problemi sull'attività di compositore.

«Romeo et Juliette» non è un'opera, né una cantata, e neppure si può ricondurre all'insigne modello della prima grande sinfonia con coro della storia, la Nona di Beethoven. È una «sinfonia drammatica» in sette parti, che scavalca le barriere tradizionali fra i generi musicali mescolandoli o alternandoli liberamente, con l'orchestra grande protagonista, mentre le voci hanno un compito talvolta semplicemente esplicito, talvolta di commento (secondo Berlioz affine al coro nella tragedia greca), talvolta di veri personaggi d'opera,

soprattutto nel Finale, che potrebbe trovare posto in un grand'opera di Meyerbeer (irrompono in scena i cori dei Capuleti e dei Montecchi e ascoltano padre Lorenzo che spiega i fatti e induce le due famiglie alla riconciliazione).

Anche questa originale mescolanza di piani narrativi diversi, dall'evocazione alla rappresentazione diretta, è esaltata dalla collocazione del coro vicino al pubblico. La malinconia di Romeo e la festa presso i Capuleti, la scena d'amore, la storia della regina Mab, la morte dei due amanti sono evocate dall'orchestra, il cui linguaggio è, osserva Berlioz, «più ricco, più vario, meno definito e per la sua stessa vaghezza incomparabilmente più potente» di quello vocale. Le voci inquadrano gli episodi sinfonici con un nassunto-commento di Emile Deschamps (su una traccia del compositore): di questa natura è il breve pezzo tagliato da Berlioz e recuperato da Gardiner, il secondo prologo (molto simile al primo) che precede il corteo funebre per Giulietta e

narra la conclusione della vicenda. La fantasia di Berlioz non è stimolata dal testo di Shakespeare (da cui liberamente si discosta anche in dettagli essenziali), ma dall'aura che circonda i nomi e le vicende degli amanti veronesi. Di qui la natura visionaria, l'evidenza teatrale e insieme l'effetto di straniamento che caratterizza il suo linguaggio, negli aspetti tradizionali e nella stupefacente originalità delle intuizioni sonore, nell'intensità evocativa del gesto sinfonico e nelle inesauribili invenzioni timbriche.

Gardiner sa cogliere sempre con intensa adesione il carattere del gesto berlioziano, e la trasparenza, la stessa faticosa tensione che caratterizzano l'esecuzione con strumenti dell'epoca offrono suggestioni particolari. Non era però all'altezza dell'ottima orchestra e del coro la correttezza e incoloro Catherine Robbin, e ancor meno il basso Gilles Cachemaille, così in difficoltà da far pensare a un malessere: garbato invece il tenore Jean-Paul Fouchécourt. Caldissimo il successo.

LA TV DI VAIME



**Il pomo alla mentina**

PER LA TELEVISIONE (intesa come «categoria» entità astratta e suprema) noi siamo soprattutto dei clienti, dei consumatori e anche degli psicobabili da «educare» in un senso paternalistico, anzi da «gestire». Questo atteggiamento non è assunto solo da molti che possiedono il potere del medium, ma anche da chi dello stesso si giova per lanciare messaggi consumistici e commerciali. È finito (ma è finito sul serio?) quel preconcetto attribuito all'ormai mitico Bernabei, gestore per conto terzi della tv di anni passati («Gli spettatori? Cinquanta milioni di teste di cazzo», assioma spregiudicato dietro il quale si leggevano i sintomi d'onnipotenza della vecchia politica). Ora le «teste» vanno non solo istruite, ma coinvolte perché possano esprimere consenso non esclusivamente ideologico, bensì anche mercantile. La pubblicità comanda e condiziona scelte e atteggiamenti, la sponsorizzazione selvaggia ha colpito tutte le reti, anche quelle pubbliche che in teona (molto in teoria) potrebbero prescindere da finanziamenti privati.

La forza della visualizzazione, dell'immagine che comunica, è stata giustamente aiutata da chi si occupa della commercializzazione dei messaggi. Che debbono essere convincenti ma anche intriganti, stupire, scioccare, pur cercando una «riconoscibilità» aggregante: il testimonial può essere rappresentativo degli utenti-consumatori, oppure distinguersi dalla massa garantendo un'analoga distinzione al cliente «normale» che si convencesse allo stesso consumo. Un prodotto è affidabile perché mirato alla normalità oppure è ambito perché promette l'eccezionalità. È la seconda corrente a prevalere in questi anni di advertising vivace fino alla esagerazione. La Saïla produce mentine e liqueurizzate, prodotti non fondamentali al progresso umano, civile e culturale. La campagna tv della ditta ha sicuramente previsto un'analisi di mercato per giungere all'identificazione del destinatario.

TECNICI DELLA comunicazione hanno studiato le possibili suggestioni e hanno scelto di rappresentare il destinatario come un essere afflitto da turbe gastroessenziali. Gli spot Saïla mostrano due consumatori-tipo, un uomo e una donna, che per ottenere una mentina, si degradano in manifestazioni patologiche vicino al pomo: lui, in una specie di trance erotica, si fa calpestare da persone che lo usano come stoino pur di ricevere la pasticca. Lei, per avere la Saïla premio, si strofina su un'auto pulendola col proprio corpo dal fango di una savana pensiamo: un preoccupante libido-show a fini docian.

Certo l'ineccepibilità dell'alto è risultato ambito da molti, se è vero che anche Ambra offre in televendita una quantità ospedaliera di Chloralit per quarantasei lire, come se il mercato scarseggiasse del prodotto spingendo i più riflessivi all'accumulazione. Ma il dato di fatto giustifica certi messaggi così sopra le righe? Siamo nodati in questo modo, noi consumatori-utenti, siamo così labili da dare in escandescenze se qualcuno ci nega qualcosa, fosse anche un deodorante orale?

Be', i sondaggi della pubblicità ne sanno probabilmente più di noi. Che qualche dubbio sulla tenuta del sistema nervoso dei contemporanei l'abbiamo quando la tv ci fa vedere le risse di Montecitorio con certi onorevoli ben identificati (rappresentanti milioni di concittadini che li hanno votati) che aggrediscono altri come teppisti e berliciano frasi incredibili (frocio, puttana, ti infilo l'orecchino in culo). Uno spettacolo di incontinenza comportamentale simile a quello inscenato per la Saïla, ma non riferibile a questa: vogliono comunque qualcosa a loro negato ed esprimono quel desiderio in modo analogo. Un bel mercato potenziale, per la liquidità. I pubblicitari forse non hanno sbagliato.

[Enrico Vaime]