

LONDRA. «Genitori, buona fortuna!» La rivista londinese degli spettacoli «Time Out» ha rivolto queste parole di commiserazione a mamme e papà che nei prossimi mesi si sentiranno chiedere dai figli di accompagnarli a vedere *Spiceworld*, il film interpretato dalle cinque ragazze che hanno dato il nome al complesso musicale Spice Girls. È esattamente quello che si pensa in Inghilterra dei fans del gruppo: la loro età è sui dodici anni. Per cui toccherà appunto a genitori, pazienti o esasperati, di sorbirsi questi 93 minuti di pellicola girati da Bob Spiers. E i produttori del film dimostrano di averlo capito perfettamente: non c'è un solo centimetro di carne in più rispetto a quello che già si vede nelle foto delle cinque ragazze. Non si parla di sesso. Non c'è nessun fidanzato. Non c'è neanche un bacio. E questo perché si sapeva di dover vendere *Spiceworld* a un pubblico di minorenni come veicolo commerciale per far pubblicità agli album del complesso e dare una mano all'industria del turismo, che in Inghilterra va spesso di pari passo con quella musicale.

Che si vede nel film? Le Spice Girls che salgono su un autobus a due piani decorato coi colori della bandiera britannica e passano davanti a Westminster, Buckingham Palace e le Torri di Londra. In pratica dicono al loro pubblico internazionale: voi comprate i nostri dischi e noi vi mandiamo tante belle cartoline. Ad intervalli cantano le loro canzoni e per dare un senso di movimento alla pellicola entrano anche in un ospedale dove tengono il pubblico in sospenso: devono dare un concerto alla Royal Albert Hall. Lo daranno o non lo daranno? I fans aspettano. Chissà quanti genitori si morderanno le dita con la voglia di spuntarle in direzione dello schermo. Forse l'idea più interessante di *Spiceworld* è quella di affrontare lo stato effimero della celebrità del complesso. La stampa inglese continua a pubblicare articoli che trattano le Spice Girls come se fossero già morte, in senso musicale naturalmente. Molti le considerano una vergogna per la nazione che in passato ha dato al mondo i Beatles e i Rolling Stones. Non si tratta di misoginia. Le star inglesi più rispettate per la loro originalità sono donne, come Kate Bush e Annie Lennox e la straordinaria, rediviva Marianne Faithfull. Ma loro, invece di costituire un fenomeno di creatività musicale, si presentano come un «design di stagione» concepito in modo meccanico e brutale: carrozzeria di tette e cosce, cavalli di volume. Insomma, cinque bambolote semisvestite e scalmanate che strillano musica usa e getta. Tutti sanno che hanno i mesi, o gli anni, contati. Se fossero veramente creative e non un'escrescenza nata sopra un disco originale di Cindy Lauper si proverebbe tristezza o pietà pensando a quanto sia transitorio il fenomeno. Ma data la loro volgare sfacciataggine quello che potrebbe essere motivo di compianto diventa solo irritazione

Hanno preso il posto dei Take That

Nel 1996 le Spice Girls sembravano arrivare dal nulla. Emma, Victoria, Mel B, Mel C e Geri (tutte nate, a parte quest'ultima che è la più vecchia - 1972 - tra il 1975 e il 1976) con le loro forti personalità hanno preso il posto dei Take That. In occasione di alcune audizioni si sono incontrate ed hanno deciso di unirsi per raggiungere il successo tanto desiderato. Con quattro canzoni volate in testa alle classifiche inglesi ed un album al numero uno «Wannabe», il loro successo è stato impressionante. Hanno venduto otto milioni di copie del loro album e portato i primi quattro singoli in vetta alla classifica inglese in meno di un anno.

Nelle sale londinesi «Spiceworld» superspot turistico tenerello e marmone alla ricerca di nuovi piccoli fans. Presto anche in Italia

Le cinque scatenate «Spice Girls». Milioni di dischi venduti, poco buongusto e classifiche polverizzate.

Spice trash



Un film per 5 Girls E descrive un'Italia mafiosa e cialtrona

per il troppo tempo che ci mettano a disintegrarsi e sparire dalla circolazione.

Nel film si presentano circondate da uomini maldestri, cinici, manipolatori e sfruttatori. L'attore Richard Grant è un serpente di manager e dietro di lui c'è il criminale Roger Moore in una parodia di James Bond. Potrebbe essere una giusta critica verso il mondo pop dominato precisamente da uomini di questo tipo. Ma si perde ogni stima nella filosofia delle «spezie» quando queste si comportano esattamente alla stessa maniera, e forse peggio, manipolando e andando a pescare nuovi fans nel ventre di una madre. Nel film, difatti, capita che una loro amica, incinta, va a trovarle proprio qualche giorno prima del concerto alla

Royal Albert Hall. Finiscono così al capezzale della partoriente proprio nelle ore in cui dovrebbero salire sul palcoscenico. Nel tentativo di umanizzarsi, non solo sfruttano l'immagine della maternità e la simpatia che tutti provano verso le donne incinte, ma pretendono di farci credere che mettono la vita umana e la solidarietà femminile al primo posto. Nella realtà non gli salterebbe mai in mente di saltare un concerto solo perché un'amica sta per partorire.

È vero in Italia, purtroppo, tra tutti i luoghi del mondo che potevano scegliere per incontrarsi coi loro stereotipi commerciali, che le Spice hanno fatto rotta, considerando questo paese un folla bersaglio anche perché tutto quello che si legge in Inghilterra sul tenore

culturale della tv italiana è che propina programmi clowneschi di infimo ordine sostenuti da ballerini seminudi. Lo scrivono tutti i corrispondenti dei giornali inglesi a Roma e naturalmente non senza ragione. Così, in una scena del film, le Spice Girls volano a Milano per partecipare a uno spettacolo. Trovano un organizzatore-regista che si comporta come un «padrino» mafioso, biascia minacce contrattuali dietro il sigaro e s'incassa invocando la sua mamma. Vuole assolutamente far cantare le Spice Girls insieme a degli uomini in slip col berretto della marina italiana sulla testa. «È pazzo!» dice in italiano una delle ragazze. Ma poi arrivano ad un compromesso: i ballerini porteranno dei pantaloni, ma lasciando il sedere scoperto per accontentare il pubblico locale. È il caso di dire che le natiche rappresentano una verità lampante sul livello d'intelligenza di questo lungo commercial. «C'è qualcosa che puzza», dice una delle Girls ad un certo punto del film. Nessun dubbio: sono le spezie e i loro produttori visti dal basso ventre della sterlina.

Alfio Bernabei

IL RITRATTO

Il nemico? I media «cattivi»

ROMA. È decisamente il souvenir più carino di Cannes '97, anche se certo non il più esclusivo. Una busta contenente otto foto delle Spice Girls - in gruppo o da sole, leggermente spogliate o vestite - da collezionare, appendere nella cameretta e, magari, scambiare con gli amici. Ma Cannes, direte voi, che diavolo c'entra con queste cinque ragazzotte ipervitaminiche, che a guardarle da vicino sembrano, senza offesa per nessuno, più cassiere di supermarket che attrici? Niente, assolutamente niente. Però fu proprio quella la ribalta internazionale scelta da abili manager e scaltri image-maker per battezzare il film sul/del gruppo (come i Beatles ai bei tempi, dice qualcuno: esagerati!) in una conferenza stampa memorabile per idiozia e insipienza. Ora il film esiste e, a quanto pare, non è esattamente un capolavoro. Anche se dovrebbe entrare di diritto nella storia del trash: un genere, anzi una filosofia di vita, che ha sempre più adepti in tutto il mondo.

Coloratissimo e sconclusionato. Privo di idee e pure un po' mellifluiso, *Spiceworld*, imminente anche da noi dove lo distribuisce la Cecchi Gori, è un mega spottone autocelebrativo con cui si tenta di risolvere le azioni già in calo della «speziata» ditta (che ha pur sempre venduto dodici milioni di dischi). La musica, in questi casi, è un optional, anche se il film è farcito da parecchie canzoni. E infatti dell'attuale strategia di espansione, o riconversione, delle Spice fa parte persino un profumo col loro nome. Anzi, per l'esattezza, un deodorante per teen-agers,

con relativo commercial interpretato dalle neo-attrici. Il prodotto è quanto mai adatto allo spirito del quinetto, visto che viene descritto come una fragranza «dinamica, indipendente, affermata». Giusto quello che le cinque fanciulle sono o danno a intendere di essere.

Come polli d'allevamento, insipidi ma affidabili, Victoria, Emma, Geri, Mel C e Mel B non si smentiscono mai. Mica possono. Ognuna ha il suo ruolo - la sportiva, la sexy, l'aggressiva... - e fa un po' tenerezza, più che rabbia, sentirle dichiarare: «nel film interpretiamo noi stesse, anche se i personaggi sono ovviamente estremizzati». Non si smentiscono neppure nei loro rapporti coi media, un mix di odio-amore per il meccanismo che le ha create e che può disintegrarle, ma non lo fa, da un momento all'altro. Ultimo episodio: gli insulti a un giornalista spagnolo a cui hanno dato del «finocchio» perché aveva fatto una domanda giudicata da Miss Geri Halliwell impertinente. Certo, gli animi sono un po' surriscaldati, specie quando le cose girano male, ma è vero che, per loro, questo del perfido mondo dello spettacolo (tutti contro le povere indifese ragazze) è diventato un tormentone. Su cui il film calca non poco la mano mostrandoci un cattivo direttore che confeziona scoop ai loro danni e vari manager farabutti. E pensare che loro, ai manager, devono tutto.

Cristiana Paternò

A San Francisco un mausoleo per i Grateful

È in arrivo un mausoleo per i Grateful Dead. Ad annunciare è stato il portavoce della band californiana, Dennis McNally. L'opera, un complesso delle dimensioni di uno stadio, sarà interamente dedicata alla band guidata da Jerry Garcia, la mente dei Dead, scomparsa due anni fa. Non si tratterà, ha spiegato McNally, di un museo ma di una vera e propria casa dove i fan potranno ascoltare la musica dei Dead, vedere le loro immagini e rivivere le emozioni degli anni '60. Il complesso sarà costruito a San Francisco all'insegna dell'alta tecnologia e aprirà i battenti a Capodanno del 1999 forse con una reunion dei Dead superstiti.

TEATRO

Da domani a Scandicci una originale versione del classico «Finale di partita»

Ecco Beckett, fa ridere un sacco e parla calabrese

«U juoco sta finisciennu», diretto da Giancarlo Cauteruccio che ha lavorato sulla traduzione del glottologo gallese John Trumper.

FIRENZE. Nell'hinterland della rinascimentale Firenze, ovvero in una cittadina industriale e proletaria come Scandicci, domani s'inizierà a giocare una bizzarra partita: l'allenatore risponde al nome di Samuel Beckett, mentre i due attaccanti sono il regista Giancarlo Cauteruccio - uno che normalmente se la passa bene tra raggi laser, diavolerie postmoderne, visuali e avanguardistiche d'ogni genere - e un glottologo gallese, John Trumper. Lo schema di gioco non è un complicato 4-4-2, bensì il dialetto calabrese con tanto di varianti. *U juoco sta finisciennu* - in scena al Teatro Studio di Scandicci da domani fino al 25 gennaio - è il titolo di un'operazione teatrale ad alto rischio e di assoluta novità per le tranquille acque del teatro di ricerca tricolore: ovvero la traduzione in dialetto calabrese, «lingua arcaica ed estremamente meridionale», come dice Cauteruccio, di un testo-icona della drammaturgia mondiale d'epoca contemporanea com'è *Finale di partita* di Beckett, «autore estrema-

mente nordico». Questa traduzione del tutto fuori dal comune l'ha elaborata il professor Trumper, glottologo presso l'Università della Calabria, studioso dei dialetti calabresi e veneti. Un gioco due volte intrigante, e dalla lettura molteplice: da una parte la «carnalità» antica e potentissima di un dialetto «senza né padre né madre» (nel senso che non è mai stato finora codificato nel suo insieme), che mai aveva fatto la sua comparsa nel circuito teatrale nazionale e che riesce a far emergere dal testo beckettiano cose che forse ancora non ne conoscevano. Dall'altra, l'inserimento di tutto ciò in un contesto fortemente profeso verso i dettami dell'avanguardia, con l'uso di telecamera nascoste e non, che ricreano intorno ai due personaggi di Hamm e di Clov (interpretati rispettivamente dallo stesso Cauteruccio e dal fratello Fulvio, in un accattivante *feedback* tra scena e vita) una visualità i cui numi ispiratori sono i dipinti di Francis Bacon



Samuel Beckett

e di Andy Warhol.

Beckett parla calabrese, insomma, e questo potrebbe essere considerato già di per sé una bella sfida. «Beh, sì - racconta il glottologo Trumper - ma in realtà il vero problema è che il calabrese non aveva la sua *koinè*: la Calabria era solo il passaggio dalla Sicilia a Napoli, la legittimazione della sua lingua avveniva solo su un piano anti-autoritario, anti-istituzionale, contro il teatro dell'inesistente, delle pastarelle, e infatti ricordiamo una traduzione del '700, molto poco ortodossa, del Tasso in calabrese». Non solo. Bisognava evitare il rischio di trasformare *U juoco sta finisciennu* in una sorta di farsa paesana: «Cosa che sarebbe avvenuta se avessimo scelto un qualsiasi dialetto locale, visto che il calabrese conosce un'estrema frammentazione: per evitare ciò ho volutamente forzato oltre i suoi limiti il cosentino urbano ed extra-urbano».

Cosa che, inoltre, ha prodotto un effetto forse insperato in questa

versione completamente nuova di *Endgame*. Dice Trumper: «*U juoco sta finisciennu* non è un'operazione fuorviante rispetto alla poetica dell'autore. Quello che in genere viene sistematicamente ignorato dai traduttori e dai critici di Beckett è l'umorismo di Beckett. Forse non poi tanto paradossalmente, in calabrese ho potuto apprezzare molto di più i momenti comici del testo, cosa ancor più interessante alla luce del fatto che normalmente Beckett viene considerato un autore triste, e infatti sia lui che Pinter si lamentavano sempre del fatto che i critici non cogliessero l'umorismo dei loro lavori».

Comprensibilmente, lo studioso ha avuto di fronte a sé una serie di problemi che il traduttore di classici normalmente non ha, a cominciare dall'assenza di un modello, di una traduzione preesistente. «Ho fatto una specie di collage e volutamente ignorato tutte le versioni in italiano di *Finale di partita* per non farmi influenzare: come

base ho così utilizzato il testo inglese, per poi ricorrere talvolta al testo in francese (il testo nacque originariamente nel '57, come *Fin de partie* in francese, per poi essere ripensato nel '58 in inglese, ndr). Non solo: come dice anche Cauteruccio - che, con questo Beckett calabrese ha voluto fare in qualche modo un omaggio innanzitutto alle proprie origini, e in secondo luogo allo stesso territorio sul quale opera (Scandicci sin dagli anni '40 ha un forte insediamento meridionale). D'altronde, è evidente come *U juoco sta finisciennu* contenga in sé una forte presa di posizione antiespressionista. Viva l'unità d'Italia? «Non volevamo fare un'operazione campanilistica - conclude Trumper - ma cercare di vedere come se la cavava un dialetto "brutto, sporco e cattivo" come il calabrese nei confronti della grande letteratura. E bisogna dire che se l'è cavata assai bene».

Roberto Brunelli