

Amarcord degli anni 90

Nel nome dell'Uomo Ragno revival alla radio e in tv

L'operazione nostalgia
Non solo canzonette ma anche il ritorno del telefilm «Beverly Hills» e addirittura un canale digitale vintage

VALERIO ROSA
vlr.rosa@gmail.com

HANNO UCCISO L'UOMO RAGNO. ANCORA. LO HANNO RESUSCITATO PER ACCOPPARLO DI NUOVO. PARE CHE NELLE RADIO COMMERCIALI NON SI SENTA ALTRO. E COSÌ SARÀ NELLE DISCOTECHE E NEI VILLAGGI VACANZE. Chi sia stato non si sa, verrebbe da continuare, ma stavolta la scena del crimine presenta qualche elemento in più, se non altro sul piano del movente: la dura legge del revival, che nella sua ciclicità ricorda i passaggi di certe comete, pretende che l'industria dell'intrattenimento volga periodicamente lo sguardo indietro di vent'anni, solleticando nei potenziali acquirenti non più giovanissimi la nostalgia canaglia dei bei tempi andati. Siano stati quelli della mala o della pubblicità, non c'è via di scampo. Nessuno potrà salvarsi, tranne forse gli eschimesi e i monaci del Monte Athos. E non è finita, visto che anche la dura legge del revival, come ogni altro teorema che si rispetti, ha il suo inevitabile corollario: poiché il ricordo, per essere economicamente redditizio, deve riguardare il maggior numero possibile di persone, il ripescaggio opera scelte atroci ed efferate, scartando con scientifica precisione ogni barlume di anticonformismo.

LAMBADA E MACARENA

Una prospettiva che delinea, quasi sempre e a maggior ragione nel nostro caso, scenari inquietanti: mentre il Paese in ansia attende il ritorno della lambada e di *What is love?*, già si profilano all'orizzonte, come nei film di Romero sugli zombie, le sagome inquietanti delle sorelle che cantavano *Aserejè*, nell'attesa che vengano riesumati, dio non voglia, i due tizi della macarena. Con ottime probabilità di successo, se è vero che *Hanno ucciso l'uomo ragno 2012*, che contiene i brani del vecchio album riarrangiati e ricantati con giovani rappers, a una sola settimana dall'uscita è già al primo posto delle classifiche di vendita, mentre ci si interroga su quanto quel misto di spensieratezza e disagio, di gergo arrabbiato e melodie da Festivalbar, che fece la fortuna dei vecchi 883, sia riproponibile oggi senza sembrare superato.

Uguale sorte potrebbe toccare alle Spice Girls, autentico mistero glorioso del pop: canzononi non memorabili, uogle poco educate, bellezze tutto somma-

to resistibili, a occhio nessun particolare talento.

Le cinque, separate da tempo, speravano in un invito a esibirsi al concerto per il giubileo della regina Elisabetta, poco più di una coetanea. Sarebbe stata una grande occasione per il rilancio, ma hanno dovuto seguire lo spettacolo in tv. Sembrava che il destino potesse inspiegabilmente riservare alle signore un'altra possibilità, riunendole per la cerimonia d'apertura delle Olimpiadi di Londra, ma così non sarà: al loro posto ascolteremo, per rimanere in tema di riesumazioni, i Duran Duran. Bisognerà attendere dicembre per assistere a un musical ispirato a successi delle Spice, e da lì non avremo scampo.

A LONDRA PROTAGONISTI I TAKE THAT

Londra 2012 sarà invece magnanima con i Take That, famigerato quintetto che nei primi 90 inaugurò il fenomeno effimero delle boyband: fu un'epidemia, durò poco, ma ora i tempi sono maturi per una ripresa in grande stile. Converterà rassegnarsi; non sarà sufficiente tenere spenta la televisione, che da anni sfoglia compulsivamente l'album dei ricordi, in una implicita ammissione della propria attuale pochezza.

La tv, anzi, offre da alcuni giorni un nuovo canale digitale, *Vero*, che annovera tra i conduttori volti in auge vent'anni fa, come Marco Columbro, Mari-sa Laurito, Corrado Tedeschi e Laura Freddi, con Maurizio Costanzo come direttore editoriale. Aldo Grasso ha già definito *Vero* una nuova isola dei famosi, una tv del recupero (specchio peraltro del palinsesto generalista delle reti ammiraglie, che si nutrono del già visto e del già sentito), e il discorso introduttivo di Costanzo un annuncio funebre. Ad accentuare l'effetto déjà vu, lo stesso canale offrirà le repliche di *Beverly Hills*, il telefilm adolescenziale per eccellenza (si fa per dire) degli anni 90, che rese familiari in tutto il mondo l'efebico Brandon, la burrosa Brenda, Dylan il maledetto e via continuando. Resta solo da domandarsi se questo nuovo amarcord che ci si vorrebbe imporre possa prendere piede com'è accaduto con altri revival, e se dopo le pettinature afro e le zampe d'elefante rivedremo i camici di flanella a quadri o gli orridi pantaloni cascanti, dal cavallo bassissimo, in voga presso gli adolescenti metropolitani un sacco alternativi. E qui torniamo agli 883, perché *Hanno ucciso l'uomo ragno 2012* si apre con un inedito, *Siamo sempre noi*, illuminato da un verso rivelatore: *Un battito, vent'anni son volati via in un attimo*.

Forse non c'è granché, di quel periodo, da tramandare ai posteri, e sicuramente un attimo è davvero troppo poco per provare nostalgia. Aspettare ancora un po' non sarebbe stata, tutto sommato, una cattiva idea.



La performance «I am America» in lavorazione al Workcenter di Grotowski a Pontedera

Il mestiere dell'attore A Pontedera è sempre l'«era Grotowski»

Un'esperienza totale
Il corso di Richards e Biagini sulla scia del metodo del grande teatrante polacco

MATTEO MARCELLI
PONTERA

DI SICURO UNO SPETTACOLO DEL WORKCENTER OF JERZY GROTOWSKI AND THOMAS RICHARDS ha qualcosa di diverso. Si avverte già a partire dal luogo: stai andando a teatro ma quando arrivi non c'è un foyer, né un palco, non ci sono poltrone e neanche un sipario. C'è un invece un casolare tra le colline di La Rotta (frazione di Pontedera), un paesaggio ameno e vagamente hippy. Manca qualche minuto all'inizio dello spettacolo e il sole picchia forte sull'erba. È appena terminata una giornata di lavoro del *Summer Intensive Program*, un corso che Thomas Richards e Mario Biagini, direttore artistico e direttore associato del Workcenter, coordinano assieme agli attori dei due gruppi di lavoro del centro. Ragazzi cileni, francesi, argentini, turchi, tutti nel posto che Grotowski scelse nell'86 come luogo di lavoro e di studio fino alla sua morte e dove il regista polacco ha sviluppato la sua ricerca sull'Arte come Veicolo assieme a Richards.

Tutto questo però non significa che il Workcenter non adoperi e non riempia quel tipo di teatri (con foyer e tutto il resto), ma piuttosto che «il nome scelto da Grotowski - spiega Richards - focalizza ciò che qui è davvero importante: il lavoro, il mestiere». «Il Workcenter poi - precisa Biagini - non è un luogo ma una maniera di lavorare».

Un lavoro a tempo pieno. Gli attori passano qui otto ore al giorno, spesso di più. Richards racconta di come Grotowski insisteva affinché un lavoro fosse fatto sempre fino in fondo, «perché, e qui incontriamo un'idea di Stanislavskij, quello sul nostro mestiere è, alla fine, un lavoro su se stessi, una grande avventura. Le persone che scegliamo e che scegliamo di lavorare con noi - aggiunge Biagini - sentono la necessità di un lavoro continuo».

Il Workcenter partirà per il Brasile il 3 luglio prossimo e sta lavorando ad alcuni progetti che porterà in Sud America. Prima di vederne uno, *I Am America*, opera del gruppo Open Program tratta dalle poesie di Allen Ginsberg, Biagini diffida lo spettatore dal ricerca-

re una linea narrativa, perché non è su quel principio che è stato costruito il lavoro. C'è però una continuità, data dalle parti dialogate, tutte estratte dalla poesia *America*, il resto sono poesie e frammenti del poeta americano alternati a canti della tradizione afroamericana del Sud degli Stati Uniti. L'assenza di una narrazione non significa neppure assenza di senso. Piuttosto c'è un significato in ogni singola azione, in ogni movimento dell'attore. C'è un'interazione tra attori differente da quella tradizionale in cui battuta chiama battuta. «Si può vedere, quasi con gli occhi, una connessione fatta di fili percettibili, come una ragnatela che si dispiega nello spazio tra gli esseri umani della squadra che la sostengono» sottolinea Richards.

L'energia che sale dai canti è fortissima. Gli attori del Workcenter vibrano e fanno vibrare chi li vede. Nel loro modo di cantare c'è qualcosa di ossessivo e ripetitivo. I riferimenti sono i canti afrocaribici, gli spiritual e un reiterare che richiama la struttura dei salmi, poi anche il blues e il jazz. Evidente soprattutto in *The Living Room*, il lavoro del team di Richards. Nella vibrazione data dal suono ripetuto è possibile stabilire una connessione, dice Richards che ci avverte: un suono è vivo, se c'è una presenza. Ma non è un loop fine a se stesso. «C'è uno sviluppo, aggiunge Biagini, una crescita in ogni ripetizione», una sensazione alla quale in qualche modo partecipa anche lo spettatore.

SENZA PUNTO DI ARRIVO

Poi lo spettacolo si ferma e anche la vibrazione. C'è l'applauso ma non ci sono fiori per gli attori. Nessuno ha la sensazione di un punto di arrivo. Questo perché non c'è soluzione di continuità tra il lavoro e la sua preparazione. In questo mestiere spiega Biagini «la prova e lo spettacolo hanno lo stesso valore. Perché dopo l'esibizione tu possa guardare indietro e dire cos'è che non andava, o meglio, qual è il prossimo passo, la cosa che sapevi e quella che pensi di sapere».

C'è qualcosa di diverso in uno spettacolo del Workcenter, non c'è dubbio. «Nell'88 già lavoravamo assieme a Grotowski, un giorno venne da noi e ci disse: domani verrà della gente. Il lavoro creativo è un processo nel quale a un certo momento siamo accompagnati da spettatori». Forse diverso è soprattutto questo, un altro modo di vedere un'esibizione, un'altra idea del proprio mestiere, davvero il lavoro dell'attore.



La compilation «Hanno ucciso l'uomo ragno 2012» impazza sulle radio