



Extrait du Close-Up.it - storie della visione

<https://www.closeup-archivio.it/la-tv-vintage-di-fox-retro-operazione-nostalgia-canaglia>

LA TV VINTAGE DI FOX RETRO: OPERAZIONE NOSTALGIA (CANAGLIA)

- RECENSIONI - TELEVISIONE -



L'irresistibile ondata nostalgica per gli anni Ottanta in questa annata di crisi ha finito per travolgere anche il piccolo schermo. Se la Rai nel suo sempre desertifico palinsesto estivo offre il collage di Supervarietà, attingendo ai suoi sterminati archivi, per guardare alla tv e all'Italia del passato, dalle esibizioni di Mina e Battisti negli anni del boom ai lustrini di Heather Parisi e Lorella Cuccarini, fidanzatine del Belpaese rivali nelle varie edizioni di Fantastico, Fox crea direttamente *Retro*, un canale dedicato ai nostalgici puri, quelli che al primo accenno di ritorno degli anni Ottanta hanno tirato prontamente fuori dall'armadio sdruciti Levi's (come dimenticare il «Ti chiami Levi Strauss, c'è scritto sulle tue mutandine» che qualificava gli anni Ottanta come il decennio dominato dalle griffe) e All Star o Superga consumate per aver l'impressione di rivivere quella decade colorata e kitsch, ma tutto sommato spensierata, cui in un momento come questo è inevitabile guardare con una certa malinconia.

A rinvigorire questa sensazione è anche l'improvvisa scomparsa - a soli 59 anni - di John Hughes, che di quella stagione fu cantore con indimenticabili ritratti della gioventù americana anni Ottanta, i cui protagonisti venivano ripresi nel delicato momento di passaggio tra le emozioni e i candori dell'adolescenza e i primi traumatici passi nel mondo degli adulti.

Gli anni cinematografici di *Bella in rosa* (regia di Howard Deutch ma a tutti gli effetti pregno della poetica di Hughes), *Un compleanno da ricordare* o *The Breakfast Club* sono - almeno per il pubblico italiano che ha recepito le serie con qualche stagione di ritardo - prossimi a quelli televisivi ricordati oggi con affetto da Fox Retro. Prodotti che, spaziando dalla teen comedy, allora assente in tv e celebrata invece sul grande schermo, al poliziesco nelle più diverse sfumature, omaggiato dai serial di fine anni Settanta e inizio Ottanta, investono lo spettatore contemporaneo con quella importante componente di familiarità che ha riempito per anni l'immaginario collettivo.

Rivedere dopo quasi trent'anni questi fenomeni di massa significa avere a che fare con un oggetto vicino e lontano: vicino perché il cinema (e la tv) ha messo in forma la nostra società, il nostro stesso modo di guardare, incidendo sul reale probabilmente anche più di quanto non abbia fatto la realtà col medium, a parte determinarne modalità di produzione e narrazione. L'acconciatura "terrazzata" di Farrah Fawcett in *Charlie's Angels*, la Ford Gran Torino rossa con striscia bianca guidata da *Starsky&Hutch*, o le musiche melense di *Love Boat* sono patrimonio collettivo i cui echi lontani giungono a volte perfino alle nuove generazioni che non li hanno mai vissuti in prima persona. Esiste il mondo così com'è ed esiste il mondo come ci è stato raccontato dai mezzi di comunicazione: il film o la serie di culto diventa il Grand Recit della nostra epoca e riappropriarsi di quelle vecchie immagini assume il valore affettivo e sentimentale di un ricordo privato. Ma al tempo stesso sono oggetti lontani, cui non si può più guardare con quell'affettuosa partecipazione di allora. Il tempo lascia decantare anche le più grandi passioni e dopo i primi attimi di commozione si scorge il profondo gap con l'attualità, per difetto del nostro mondo o per smascheramento di una infondata felicità.

Questi racconti diventano così delle profonde linee di demarcazione tra l'idea di un mondo passato (che in parte ancora conservano) e un primo accenno al futuro incombente: pensiamo alle tre *Charlie's Angels* e al modello di femminilità forte e autonoma da loro proposto, in cui l'elemento maschile o è assente - il capo Charlie, di cui si ascolta soltanto la voce ma non è presente in scena - o asessuato, come Bosley, sorta di segretario factotum, e custode di cui gli Angeli sembrano fare benissimo a meno. Allora le femministe bruciavano i poster della star del serial, Farrah Fawcett, perché considerata una donna oggetto.

Oggi, dopo veline e miss pronte a mostrare gaie il "lato B" (e già l'infelice espressione dovrebbe rendere conto dei tempi), rivedere le tre bellezze degli anni Settanta intente a guidare auto da corsa, a maneggiare armi senza mai sfruttare più del necessario l'indubbio sex appeal induce a riflettere quantomeno sul rapido corso dell'eredità femminista, che dando pericolosamente per scontata la propria condizione rischia di vanificare le lunghe lotte per l'emancipazione.

Ma se le tre grintose ragazze di Aaron Spelling fanno rimpiangere questa femminilità sensuale ma mai volgare, denunciando così un'involuzione della nostra epoca, pare invece impossibile guardare alla serie *Il mio amico Arnold* con l'innocenza delle prime messe in onda: quando i tre attori bambini sono stati negli anni protagonisti delle sempre tragiche *True Hollywood Stories* del canale E!, che ne ha scandagliato le esistenze traumatiche fatte di eccessi,

solitudine e disperazione, come si può credere ancora al disarmante sorriso di Arnold/Gary Coleman?

Forse dopo il primo proustiano assaggio alla nostra madeleine televisiva, che ci riporta indietro nel tempo, ad assaporare momenti di gioia e spensieratezza, l'amarrezza e la disillusione del presente hanno la meglio e dietro alle guanciotte del piccolo Arnold si scorge la tragicità di un attore-bambino la cui malattia è stata piegata ai fini narrativi e commerciali, appagando il pubblico con altre avventure del suo beniamino che sarebbe rimasto sempre, suo malgrado, nei panni del piccolo Arnold.

È un'immagine crudele che sembra riassumere efficacemente il decennio dell'apparenza, degli yuppies e delle marche - come ha fatto in maniera sublime e probabilmente insuperabile Bret Easton Ellis - ma che al di là della nostalgia per gli anni Ottanta dovrebbe essere rivelatrice del marketing dietro alle emozioni spettatoriali legate all'immaginario cine/televisivo e all'intera cultura pop.

Come ulteriore conferma di questo fenomeno in espansione, esce proprio in questi giorni un libro del critico Emiliano Morreale sull'*Invenzione della nostalgia*, che spiegando le strategie di mercato dietro alle operazioni vintage può essere utile per corazzarsi di fronte a un simile assalto delle immagini, non più solo frontale ma anche *Retro*.