

## Colonizzare l'immortalità

di Giovanni Allegretti (\*)

**Un 'luogo urbano' fondamentale per creare un'officina di importanti trasformazioni sociali. Per la prima volta è così che il cinema ha guardato a un cimitero e al rapporto tra Hollywood e la morte. Il divertente e acuto documentario americano *The Young and the Dead* si è ricavato un suo personale successo alla Mostra del Cinema di Venezia**

"Biblioteca febbrile" dove "il nonsense è normale". Adattando una definizione coniata da Borges ne *La biblioteca di Babele*, potremmo oggi descrivere così una ricerca su internet, dove scopri tantissime cose 'di cui non sospettavi l'esistenza' (sperdute in un mare di ridondanze e non sempre di adeguata profondità ed esattezza), ma dove comunque devi aver almeno fatto un passo per cercare qualcosa. Il cinema e la televisione, invece, più spesso vengono a te, ti invadono di pubblicità, fanno capolino tra le decine di prodotti presentati nei palinsesti di un festival o di una giornata-tipo alla Tv. Agiscono, pertanto (come scrive Eco in *Sette anni di desiderio*) come le vetrine su strada di un *bookshop*, in cui gli scaffali ti 'chiamano' per mostrarti le uscite recenti, ti forzano a prendere atto del nuovo, ti portano a conoscenza di argomenti che ignoravi, che volevi rimuovere o su cui non ti eri mai fermato a riflettere.

È quanto è successo ad alcune migliaia di ignari spettatori partecipanti all'edizione 2000 della Mostra del Cinema di Venezia. La montagna è andata da Maometto, ed è stata apprezzata da un vasto pubblico molto diverso da quei navigatori scaltriti, da quei quasi-maniaci che amano rovistare tra i motori di ricerca votati ai morti (1), o tra le centinaia di siti dedicati ai luoghi della penombra, allo sport del 'cemetery hunting' tra i feticci dello *star-system*, o alle morbide vestigia di 'perversioni, luoghi macabri e di scandalo' del 'Bizzarro a Los Angeles e dintorni'. A Venezia, un tema spesso rimosso o mal sviluppato come quello dei cimiteri, è piombato sul pubblico 'generico' (sostituendo in alcuni orari – e senza preavviso – un previsto film serbo) durante la proiezione del documentario statunitense *The Young & the Dead* [I giovani e i morti], 1 ora e mezzo di divertimento e acuta riflessione sul rapporto che la cultura occidentale intrattiene con la celebrità, la mortalità e il potere di preservazione e conservazione dell'immagine in movimento.

È uno sguardo insolito ed un punto di vista anomalo sulla società quello che i registi Shari Springer Berman e Robert Pulcini hanno scelto di gettare sui miti e i modelli di vita americani, e non solo su quella che la studiosa Jessica Mitford anni fa definì come la *American Way of Death*. Già in passato, del resto, i due registi si erano posti la sfida di leggere *in mortem* alcuni elementi di vita vissuta socialmente significativi. Ad esempio, nel pluripremiato cortometraggio *L'amore dopo la morte* (1993), avevano lavorato a controbilanciare il macabro con il sentimentalismo dichiarato, analizzando le storie intrecciate di due coppie (una viva e una divisa dalla morte) in una discussione sull'amore e la fedeltà propiziata dall'incontro in un cimitero.

In *The Young & the Dead* però, i due sono andati oltre, attingendo al tema della 'morte dei luoghi pubblici quali spazi sociali primari' già trattato nel loro lungometraggio d'esordio *Off the Menu: The Last Days of Chasen's*, docu-drama sulla vicenda di un celebre ristorante in via di dismissione, premio della critica al festival di Locarno. Il 'luogo urbano' al centro del film è stavolta il cimitero Memorial Park di Hollywood (quello dove sono ambientati parte di *Hot Shots*

e *L.A. Story*), nato nel 1899 per volontà di I.N. Van Nuys e del colonnello Isaac Lankershim, poi arricchito dalla costruzione del piccolo cimitero ebraico di Beth Olam e del Memorial Clark (premiato nel 1928 dall'Architectural Society of America come il più bello edificio del triennio precedente), e rinato infine nell'aprile '98 come un'araba fenice sulle sue ceneri. La rinascita è avvenuta ad opera del giovane e intraprendente Tyler Cassity, che – visto un servizio in tv – è venuto a rilevarlo dal midwest per soli 700 milioni, in un'asta seguita ad un processo per bancarotta fraudolenta intentato contro il vecchio proprietario nel 1997 dopo le proteste popolari per alcuni macabri episodi avvenuti a seguito dell'incuria (2).

Il punto di partenza del film è proprio questa rinascita di un luogo morto a se stesso e alla città per molteplici ragioni: ad esempio l'implosione interna (la progressiva saturazione, la cattiva gestione e la bancarotta) e la ghettizzazione da parte dei quartieri circostanti, visto che il camposanto non si trova solo accanto ai gloriosi studi Paramount, ma ha intorno una serie di piccoli ghetti neri o chicanos che l'hanno sempre mal visto, dal momento che – fino alla recente riapertura – nel regolamento interno era rimasto in vigore il divieto a seppellire persone di colore, fossero anche esponenti ragguardevoli della Mecca del Cinema.

Come hanno dichiarato in conferenza stampa, due sono gli elementi che hanno colpito i registi (da sempre sensibili a ogni mito intrecciato intorno a quello di Hollywood) e li hanno convinti a fare del camposanto il soggetto e il 'protagonista principale' del loro film. Il primo è stato lo stupore per la scoperta del cimitero come spazio pubblico di grande importanza nel tessuto urbano, arrivata insieme all'inchiesta di una diffusa rivista che ha classificato l'Hollywood Memorial Park tra 'i 10 luoghi più sexy' di Los Angeles. Il secondo è stato accorgersi che un cimitero ha senso solo in quanto 'luogo per i vivi' (e tra questi, non solo per i dolenti ma soprattutto per la 'gente comune'), capace di instaurare relazioni con essi e con l'intorno, di generare affezione, di creare aspettative. Per questo meritava una riflessione il fatto che "giovani, sani e attraenti" come quelli del *pool* che oggi porta avanti la rivitalizzazione fisica ed economica del cimitero "abbiano scelto di vivere in mezzo alla vecchiaia e alla morte, soprattutto in un luogo dove la gioventù è un valore assoluto e un mito ossessionante ed esse vengono considerate tabù". "Alla fine – hanno aggiunto i registi presentando il film a Venezia – ci ha davvero stupito notare quale affermazione di vitalità sia stata fare questo film; ci ha aiutato a smontare la nostra paura della morte, a capire grazie a chi ci lavora quotidianamente accanto che con la morte viene sempre a braccetto la vita. Ed è questo viaggio che abbiamo voluto ripercorrere con lo spettatore".

Lo stupore per queste due scoperte traspare e guida il tono della narrazione; contribuisce, anzi, a darle un'aura 'magica' che rende il film più un docu-fiction che un documentario, nonostante tutto ciò che è descritto sia vero e documentabile. Del resto, le tecniche di restituzione usate per il loro documentario dai due registi sono (al-

(\*) Università di Firenze – Dipartimento di Urbanistica e Pianificazione del Territorio.

(1) Si veda un'interessante lista di siti e libri sui temi del macabro e del rapporto fra celebrità e morte elencati nel settore 'links' del sito [www.hollywood-underground.com](http://www.hollywood-underground.com) creato dall'intraprendente Karen McHalen nel 1998.

(2) Il cimitero è stato praticamente abbandonato dopo i danni del terremoto del '94 e ha poi subito quelli del tifone El Niño che hanno rovinato il laghetto nel '98.

l'opposto di quanto previsto dal manifesto del gruppo Dogma) quelle tipiche della finzione cinematografica, dalla valorizzazione insistita del volto da *sex-symbol* hollywoodiano del rifondatore del cimitero Tyler Cassity, all'uso dei movimenti di macchina, della steadycam, delle musiche e di fantasiosi stacchi di montaggio. Così, il film finisce per essere un'analisi appuntita ed ironica sul 'mito americano' che usa gli stessi strumenti con cui questo tende ad alimentarsi.

Ad esempio, l'analisi storica della vicenda del cimitero prende le mosse dal tema mitologico del 'pionierismo', applicandolo ai 'padri fondatori' dei maggiori cimiteri sperimentali della città attraverso un'analisi comparata della vicenda movimentata e del coraggio di andare 'controcorrente rispetto alle scelte della propria epoca' del vero 'lanciatore' dell'*ex Memorial Park* - Jules Roth, ex-carcerato da poco scomparso che comprò il *cimitero di servizio* della Paramount - e del fondatore del *Forest Cemetery*, ancora oggi centrato sull'idea dei 'percorsi di formazione all'arte' organizzati fra le centinaia di copie di monumenti statuari della classicità, da Amore e Psiche al David, dagli anonimi maestri del gotico a Canova.

E visto che il film non procede con piatta continuità temporale ma per capitoli 'tematici' e per 'illuminazioni' e 'attrazioni', il tema del confronto con gli altri attrae il discorso su quello che costituisce il 'ponte verso il futuro' al centro dell'interesse dell'opera. La partenza avviene da un accenno alla 'concorrenza', elemento impossibile da non considerare in un contesto dove i cimiteri sono essenzialmente 'privati' e quindi aziende interessate al servizio offerto ma anche (quando non solo) ai profitti. Presenta poi strategie di *marketing* e comunicazione che non restano fini a se stesse, ma convergono anche verso un obiettivo di 'rivoluzione culturale nei riti del lutto'.

Si parla così della costruzione del cenotafio all'attrice Hattie McDaniel, primo premio Oscar di colore nel 1939 per l'interpretazione in *Via col vento*. L'attrice aveva chiesto nel '52 di essere seppellita qui, ma l'*apartheid* previsto dal regolamento cimiteriale non l'aveva permesso. Il nuovo direttore - come primo grande gesto simbolico prima di procedere a costruire 60.000 nuove tombe a spese di 'inutili largheggiamenti in opere paesaggistiche' - cambia il regolamento, e organizza una cerimonia pubblica a cui dà enorme risalto sui media. L'intento è di riparare a un torto (che per anni ha procrastinato *in mortem* ingiustizie non conciliabili con l'immagine democratica del 'modello americano') e nel contempo, certo, anche riconciliare il cimitero con il contesto circostante e con possibili nuovi 'bacini d'utenza'.

L'intrecciarsi fra scelte e valori di principio ed atti di astuzia gestionale e comunicativa è l'aspetto americano su cui i registi sorridono di più. Non importa se i parenti dell'attrice hanno ritenuto troppo tarda la riparazione e la stele resterà un mero 'memorial' (stranamente in granito rosa...); l'importante è aver fatto il gesto e avergli dato pubblicità, rigenerando così l'immaginario simbolico legato al cimitero, a cui Cassity ha persino astutamente cambiato il nome in *Hollywood Forever*, in modo da collegare l'elemento della continuità col passato all'aspetto di rottura con i difetti di un tempo, che rendono necessario quasi un atto di '*fondazione*' *ex novo* che il cambio di nome avvala e concretizza.

Quanto i 'rifondatori' siano gli 'idealisti convinti' che ci vengono presentati, sarà lo spettatore a deciderlo. I registi non prendono posizione: si limitano a creare un mosaico di contesto. E di questo è parte importante la lunga digressione sulle trasformazioni radicali apportate nel gestire un luogo che per ora riduce al minimo le trasformazioni fisiche, puntando proprio sull'immagine rassicurante offerta dal binomio tra modernità e tradizione affiancate. Per la tradizione (garantita dai luoghi fisici in lenta trasformazione e dalla

storia delle lapidi famose contenute), Cassity è riuscito a far valere presso la Contea la tesi che il luogo è fondamentale per la storia cittadina, e a farlo registrare tra gli immobili vincolati del Patrimonio storico nazionale; con i primi co-finanziamenti istituzionali intende riaprire a breve il crematorio chiuso dal 1972. Per quanto attiene all'innovazione, già oggi all'*Hollywood Forever*, le cerimonie funebri vengono animate con l'uso di video biografici commemorativi per costi tra i 400 e i 1.200 \$; è solo un assaggio di una rivoluzione nel culto dei morti che Cassity e i suoi giovani ed entusiasti collaboratori si pongono come sfida per il domani, a partire da uno sfruttamento delle risorse locali più peculiari del luogo dove opera 'questo laboratorio di idee' e degli Studios che lo circondano.

Mantenere in vita almeno l'immagine di chi non c'è più e trasformare in potenziale immortale lo sguardo di ogni cittadino comune è la sfida che cavalca il mito degli eroi di Hollywood che giacciono ricordati nel cimitero da semplici e sobrie lapidi, ma che vivono ogni giorno nei passaggi televisivi e cinematografici dei loro film. È l'essenza del mito americano: poter diventare ognuno un superuomo, meglio se continuando a parlare e a dispensare consigli dall'oltretomba come il capitano del film *Dark Star* di John Carpenter. Del resto - osserva Cassity nella sua visione pragmatica - *50% dei Californiani sono ormai cremati, e ciò che importa sempre meno è il corpo in quanto oggetto fisico, rispetto alle memorie e all'opera-to che ci si lascia dietro.*

Ciò che è interessante del lavoro del nuovo *dream team* che regge l'*Hollywood Forever* è non solo come punti a rivitalizzare 'l'industria della morte', riadattando il culto dei defunti ai bit dell'era digitale attraverso musei e biblioteche di microchip (disponibili nei chioschetti sparsi nel cimitero o anche via internet) che per ogni defunto conservano immagini da lui scelte e fatte montare, musiche e ologrammi personalizzati (e in futuro esami del DNA); ma anche come questa trasformazione epocale venga comunicata per far sì che gli stessi 'necrofori' passino ad essere percepiti diversamente, acquisendo dignità come 'custodi di musei di memorie' e non più come meri gestori di 'rifiuti cadaverici'...

È qui che la spiegazione della composizione del gruppo diventa illuminante e mostra la riproduzione concreta di quei legami 'a doppio filo' con Hollywood che la contiguità dei luoghi era stata finora l'unica a mantenere flebilmente. È a questo punto che i registi ricordano come in un momento di crisi degli Studios il proprietario del cimitero stesse per comprarli, vivendo di rendita della storia del divismo dei momenti d'oro. Ora è la mentalità hollywoodiana che riconquista il cimitero, illudendo tanti uomini comuni di poter loro regalare momenti di presunta celebrità con semplici biografie dal formato tipicamente televisivo. Quanto durerà l'illusione? La domanda resta senza risposta nel film. Certo, milioni di biografie in futuro varranno poco più che nessuna; al massimo qualche raro curioso o qualche parente alla ricerca di radici biografico/genealogiche le consulerà.

E l'invecchiamento tecnologico? Ci vorrà un aggiornamento rapido dei metodi di esposizione e lettura, o quei chip diventeranno presto bisognosi di traduzione come la scrittura cuneiforme. Per ora è silenzio. Il mito americano contempla poco le riflessioni sul lungo termine: si accontenta del presente. Nella società dei consumi tutto passa: si accumula tanto senza più vederlo, ma è sufficiente l'illusione di aver fatto qualcosa (registrato biografie per immagini e voci su un chip?) per ipotearsi una fetta di immortalità.

L'offerta di 'illusione tecnologica' è poi la migliore venditrice di se stessa. Non richiede neppure troppi investimenti in pubblicità; le voci corrono, la stampa si avventa sull'episodio, tanto meglio se anomalo o persino 'macabro', come hanno fatto in questi due anni i

media americani concedendo grande spazio all'Hollywood Forever (3).

Così Cassity e i suoi hanno potuto concentrare tutte le forze sul loro ruolo di 'moderni pionieri', studiando feste ed eventi (come quelli per Halloween) per mantenere costante il richiamo dell'attenzione pubblica sul luogo e le nuove 'tombe virtuali' in via di costruzione. Le decine di siti autogenerati dai maniaci del *grave-hunting* (la caccia alle tombe) delle *star* sono sufficienti a mantenere viva l'immagine del cimitero come 'luogo urbano' importante e ricco di storia per una città che sente e denuncia l'*handicap* della sua giovinezza. Sono stati anche quei siti a dare impulso alle indagini sulla banca-

rotta della vecchia gestione, e sono anche loro che garantiscono a quelle pietre la loro immortalità, accompagnando nel tempo il ricambio di quegli strani personaggi 'feticisti' (su cui il film insiste in divertite descrizioni) che affollano il cimitero per devozione verso Rodolfo Valentino, Cecil B. De Mille, Tyron Power o Douglas Fairbanks jr. Saranno forse quegli stessi siti a continuare a fare pubblicità gratuita all'Hollywood Forever e alle sue iniziative come la fanno al Forest Cemetery, la cui direzione simula di voler garantire la *privacy* ai propri clienti non rivelandone mai i nomi: tanto già ci sono le 'mappe informali' delle tombe a richiamare i curiosi e la stampa ...

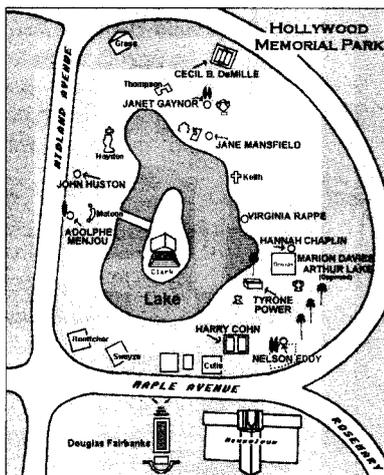


Figura 1  
Mappe dell'Hollywood Forever

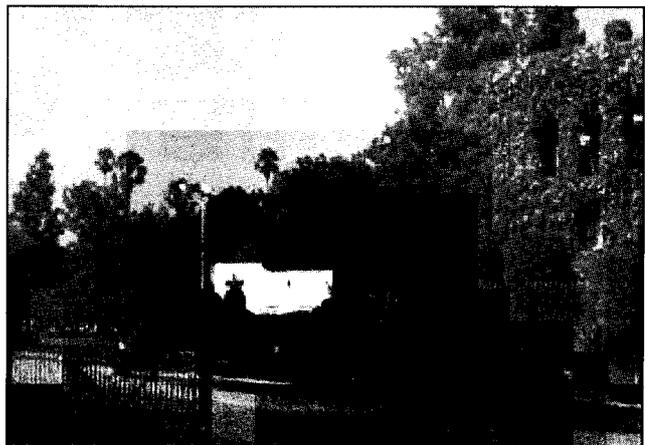


Figura 2  
Ingresso dell'Hollywood Forever

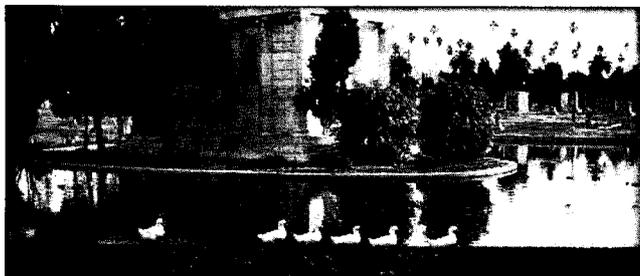


Figura 3  
Il laghetto dell'Hollywood Forever

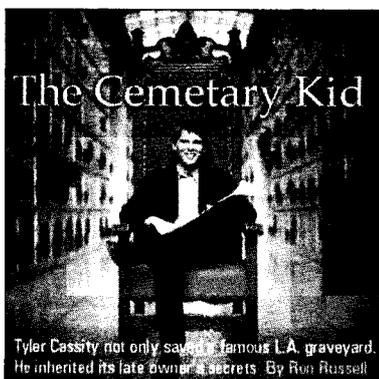


Figura 5  
Copertina articolo del *New Times Los Angeles* del febbraio 2000

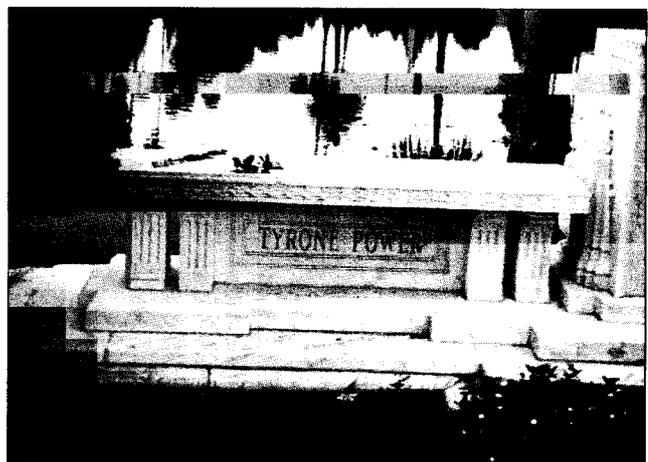


Figura 4  
Tomba di Tyron Power

(3) Ad es. crf. il *San Francisco Weekly* del 20/26 ottobre 1999, il *Seattle Times* del 16.2.1999, il *New Times Los Angeles* del 17.2.2000, il *Jewish Bulletin of California* del 24.4.1998, il *L.A. Weekly* 13/19 novembre 1998, o i vari articoli dedicati al cimitero da *The Silents Majority Journal on-line* dal 1998 a oggi.