

NEL 1992, *NEWSIES*, IL FILM (CON CHRISTIAN BALE E ROBERT DUVAL) SULLO SCIOPERO DEGLI STRILLONI FU UN FLOP. OGGI IL **musical** TRATTO DA QUELLA STORIA È UN TRIONFO. E PRESTO DEBUTTERÀ IN ITALIA

Nella fabbrica Disney anche gli insuccessi sono a lieto fine

di **Emiliano Coraretti**

LOS ANGELES. Per fortuna ci sono i sette nani a reggere il tetto, altrimenti sembrerebbe di essere finiti in un accampamento militare. Avvolti in un silenzio rigoroso, i Disney Studios che il signor Walt inaugurò il 24 dicembre del 1939 (dopo aver rivoluzionato il mondo dell'animazione con la sua *Biancaneve*) non sembrano proprio una Wonderland, un luogo fantastico dove negli ultimi settantacinque anni hanno preso vita *Aladdin*, *Dumbo* e *Bambi*. Neanche quando scatta la sirena antincendio e i pompieri irrompono tra i vialetti perfettamente potati che circondano edifici simili a enormi scatole di cartone (compreso quello più grande, con Pisolo e compagni a decorare la facciata), gli Studios si animano come in *Fantasia*. I centinaia di impiegati, che escono dai loro uffici in rigorosa fila indiana (poco preoccupati da quello che si dimostrerà un falso allarme), sembrano però una quantità sufficiente per spiegare come qui, a pochi chilometri da Hollywood, si decidano ancora le sorti dell'entertainment mondiale.

Nel 2013 *Frozen* ha fatto incassare alla Disney oltre un miliardo e duecentomila dollari, diventando il film a

cartone animato più visto nella storia del cinema. L'anno prima, nel 2012, l'agguerritissimo Ceo Bob Iger ha acquisito la LucasFilm (dopo aver già inglobato la Pixar e la Marvel). E oggi, nel 2015, la Disney è pronta a far uscire in tutto il mondo (accadrà a Natale) il settimo episodio della saga di *Guerre Stellari*, *Il risveglio della forza*. Incassi pronosticati dagli analisti americani, oltre due miliardi di dollari.

Ma in questo silenzio irreale non solo si inventano successi, ma addirittura si trasformano flop clamorosi in clamorosi trionfi. Così è accaduto con il film *Newsies*, vent'anni fa bocciato ai botteghini, ma da tre stagioni diventato un musical che fa il tutto esaurito a Broadway e che, in autunno, arriverà a Milano con una produzione completamente italiana. È il 1992 quando la Disney porta al cinema un musical ispirato a una storia vera: lo sciopero del 1899 degli strilloni newyorchesi, i *newsies* del titolo. La rivolta nasce dopo che i due magnati dell'editoria Joseph Pulitzer e Wil-

Il cast dell'edizione americana di *Newsies* alla prima di Philadelphia, lo scorso 30 ottobre. Lo spettacolo, nell'edizione italiana, debutterà il 31 ottobre al Teatro Nazionale Barclays di Milano

liam Randolph Hearst (Orson Welles si ispirerà a lui per il suo *Quarto potere*) alzano il prezzo delle pile dei giornali, che centinaia di bambini acquistavano ogni giorno, per poi rivenderli sulle strade di New York urlandone i titoli più sensazionali. Arrabbiati per il rincaro, decine di strilloni decidono di incrociare le braccia, provocando un dimezzamento delle vendite dei quotidiani e costringendo i due editori a promettere di ripagare ai ragazzi almeno le copie non vendute. Con un Christian Bale diciassettenne (ancora lontano dal diventare Batman) nel ruolo del giovane strillone e promotore dello sciopero Jack Kelly, e Robert Duvall in quello di Joseph Pulitzer, il film fu appunto un fragoroso insuccesso. Una volta su Vhs, però, *Newsies* diventa un cult, vedendo aumentare anno dopo anno i suoi *fansies*, come si sono poi ribattezzati i fan della pellicola. Registrato questo interesse tardivo, nel 2012 la



GETTY IMAGES

Glistudi, fondati dal signor Walt nel '39, prevedono di incassare due miliardi di dollari con il nuovo *Guerre Stellari*





DEEN VAN MEER

Disney prova quindi a trasformare quel flop in un musical teatrale: chiede all'autore delle musiche del film, l'otto volte premio Oscar Alan Menken (sue le colonne sonore di *Pocahontas* e *La Sirenetta*), di rinfoltire il numero dei brani, scrittura due dozzine di giovani cantanti-attori-ballerini, e mette in scena il nuovo *Newsies* in qualche teatro periferico. Poi, una volta visto il pubblico accalcarsi per comprare i biglietti dello show (e arrabbiarsi sul web con Bale, colpevole di aver dichiarato che per lui *Newsies* era stata «un'esperienza imbarazzante»), la Disney capisce che lo show può sbarcare a Broadway.

«*Newsies* uscì nelle sale nel momento sbagliato» spiega Felipe Gamba, responsabile della Direzione teatrale della Disney. «All'inizio degli anni Novanta, infatti, i musical al cinema non erano ancora diventati una moda e in pochi credevano che la Disney sapesse raccontare una storia che

non fosse di pura fantasia».

Quando si alza il sipario del Pantages Theater di Los Angeles (neanche a dirlo, tutto esaurito) e prende il via uno show che unisce una musica dal «tipico sound Disney» (parola di Alan Menken) con «numeri di danza adrenalini» (*New York Times*), non è difficile capire come *Newsies* abbia conquistato un Tony Award per la colonna sonora e abbia superato le mille repliche. Da noi lo spettacolo arriverà il 31 ottobre al Teatro Nazionale Barclays di Milano, con un cast tutto italiano e alla regia Federico Bellone, che a 33 anni ha nel curriculum la direzione delle versioni italiane dei musical *Grease* e *Dirty Dancing* oltre che un vero passato da *fansies*.

«Neanche mi ricordo quante volte ho visto il film» racconta il regista. «Quando ho scoperto che la Disney voleva crearne un musical, non ci ho pensato due volte a inviare alla produzione dei bozzetti di sce-

na creati da me. Devono essergli piaciuti, visto che adesso sono qui».

Per Bellone *Newsies* è «una storia rock, in cui i giovani convincono le vecchie generazioni a farsi da parte». Ma è l'allampanato Jacob Kemp, lo strillone Davey nella versione americana dello show, a spiegare bene il successo del musical: «Grazie a questo spettacolo io e i miei compagni siamo amati come una boy band».

Ecco cosa ha fatto la Disney: ha preso un film sbagliato e lo ha trasformato in una sorta di *Glee*, dove un gruppo di perdenti diventa famoso come gli One Direction. E quando fuori dal Pantages Theater arriva un pullman con a bordo una cinquantina di ragazze ovviamente biondissime, che poi applaudiranno i loro eroi come *groupies* devote, diventa chiaro che, nel silenzio dei Disney Studios, i sogni diventano desideri. Quelli creati dalle migliori strategie di marketing. ■