

[Ludovico Fiamozzi]

Giulio D'Antona, *Milano. Storia comica di una città tragica. I Club, la malavita, il cabaret e la televisione*, Milano, Bompiani, 2020



La risata è una caratteristica innata nell'uomo, è un fatto biologico incarnato nell'*homo ridens* teorizzato dal sociologo Peter Ludwig Berger, o è l'espressione particolare di un luogo e di un tempo specifici? È un fenomeno naturale dell'uomo che attraversa i secoli, o è un atto storico che racchiude valori e idee diffuse nella società e nella popolazione di un territorio e di una città?

Leggere il libro di Giulio D'Antona dal titolo *Milano. Storia comica di una città tragica*, pubblicato da Bompiani nel marzo del 2020, ci dà una possibile interpretazione: la risata di un luogo è unica, riconoscibile, e diversa dalle altre. Giulio D'Antona ricostruisce in queste pagine l'epopea del cabaret milanese dal secondo Dopoguerra a oggi, dalle prime esibizioni improvvisate nei bugigattoli in periferia, alla consacrazione televisiva e all'entrata nell'immaginario mainstream della comicità italiana. Una galleria di posti e di personaggi che hanno definito ciò che oggi la generazione dei nati dagli anni Ottanta collega alla parola comicità.

Giulio D'Antona, editore, giornalista, traduttore del recente volume di Fran Lebowitz *La vita è qualcosa da fare quando non si riesce a dormire*, per rispondere alla domanda su dove sia l'origine della risata milanese ritorna a un ricordo familiare: il senso dell'umorismo del nonno. Scrive:

ho sempre pensato che l'umorismo fosse qualcosa che non si può insegnare, che si impara vivendo e osservando, respirando, e che quindi dipenda molto dal momento e dal luogo in cui si cerca. Milano ha un suo modo di metterci l'umorismo sotto il naso, differente dagli altri, ancora più istintivo proprio perché meno evidente. Mio nonno [...] mi ha insegnato l'umorismo milanese attraverso quello che faceva ridere lui. (p. 18)

Partendo dal ricordo di una battuta del nonno che rimane senza finale, misteriosa, perché lo scoppio della risata non gli permetteva di concluderla, D'Antona apre una porta nella comicità unica di una città che enfatizza alcune tendenze nazionali. È la Milano degli anni Cinquanta, quando dal vuoto della guerra si pongono le prime basi del boom economico.

In questa città si crea un nuovo modo di vivere la comicità: «i milanesi hanno uno strano modo di essere simpatici: ridono solo sotto i baffi, mai apertamente, e sembra sempre che sappiano qualcosa più degli altri, qualcosa che ogni tanto gli torna in mente e gli fa affiorare un sorriso sulle labbra. Ma mai un sorriso di simpatia, sempre un sorriso di scherno» (p. 17). Una risata distaccata ma partecipe, che affonda le proprie radici nella tradizione delle canzoni: forma d'intrattenimento raccontata e recitata, diffusa nelle osterie, che narra le gesta di ladri, spiantati, piccoli criminali come contrabbandieri di poco conto e topi d'appartamento, che si muovevano nelle macerie lasciate dalla guerra, in un mondo più semplice, decifrabile, facilmente comprensibile a tutti rispetto a oggi.

Da questo contesto sociale nascono le basi per fare cabaret, con le varie maschere che si alternano sul palco per intrattenere gli ospiti, come il "Bisciela", un mendicante con i vestiti lerci e troppo larghi che si muove da un lato all'altro della città, da una piazza all'altra in cerca di qualche spicciolo.

Come scrive D'Antona, «se è dal niente che vengono le idee, per parafrasare Groucho Marx, di niente, a Milano, negli anni cinquanta, ce n'era tantissimo» (p. 22). Da questo "niente" nascono i luoghi di incontro e di scambio per la vita comica della città. Scantinati, locali umili, dove la varia socialità milanese si accalca fino a notte fonda, alla ricerca di un momento di libertà dal ritmo della città che diventa sempre più veloce. Nascono i locali come il Santa Tecla, dove si suona il jazz, o il bar Gattullo, che raccoglie i fuoriusciti dalla città, o la galleria La Muffola, di proprietà dei coniugi Mantegazza, con Titin, creatore di Dodò de "L'albero azzurro", che fonderà anche il mitico locale Cab 64.

L'energia che si respira nella città e che si concentra in questi nuovi locali culmina nell'apertura nel 1959 dell'Intra's Derby Club, poi conosciuto semplicemente come Derby, a opera di Enrico Intra. Qui si alternano i nomi più importanti della musica jazz internazionale, con i pittori di Brera alle pareti e il tocco estetico di Bruno Munari e Achille Castiglioni. Al Derby si esibiscono il Gruppo Motore del medico allampanato Enzo Jannacci, la coppia Cochi e Renato, Paolo Villaggio agli esordi, Diego Abatantuono, Teo Teocoli, Massimo Boldi. Il gruppo poi troverà altri e più ampi spazi, con carriere diverse e molto discusse, ma che condivide in quel periodo gli esordi in un clima di contaminazione culturale e di incroci continui. Nello spazio stipato dentro le mura del Derby si percepiscono le parole, i modi, le inquietudini che si vivono fuori, nelle strade della città. È in questi palchi che nasce la figura topica del "cumenda", una persona non ricca ma che ambisce a uno status altolocato, con gesti, vestiti, inflessioni che diventano parodiche.

Il rapporto con il mondo esterno è sempre sottile e contraddittorio: «il collegamento tra il Derby e la politica già dai primi tempi è sempre stato ambiguo. [...] sembrava che il Derby incarnasse l'esplicita negazione dell'attivismo» (p. 70). L'espressione della comicità nata dal Derby è più sociale, macchiettistica, e sembra ignorare la complessità delle vicende politiche italiane tra gli anni Sessanta e Settanta.

Esistono realtà anche più impegnate, che hanno una volontà di agire concretamente sul presente, come il Refettorio, che offre «una programmazione più raffinata, e magari un ambiente dove non si dovesse temere per la propria incolumità» (p. 92). Il Refettorio rimarrà aperto solo per quattro anni, ma segnerà la strada a una via satirica dell'espressione comica, adatta a chi non si riconosceva nei riti del Derby. Con questi quattro anni di storia il cabaret ritorna alla sua funzione primaria: «operazioni come quella del Refettorio rappresentavano un tentativo di riavvicinare il cabaret alla sommossa sociale, ripristinando il ruolo che aveva avuto in passato di avanguardia intellettuale e di contraltare politico all'intrattenimento sorvegliato» (p. 93).

Gli anni Settanta non sono solo impegno e politica, ma sono anche il periodo di sperimentazione nel cambio dei linguaggi e nella fruizione dell'intrattenimento. Si formano le prime radio libere, che non sono sottoposte al controllo statale e permettono la nascita di nuove professionalità come la figura dell'autore (che faceva anche da talent scout di nuovi talenti comici). La strada verso un nuovo modo di fare e vivere la televisione è aperta: nel 1977 nasce Antennatre, ad opera di Renzo Villa ed Enzo Tortora. Gli studi televisivi di Villa e Tortora rivoluzionano la comicità milanese e nazionale: «la chiave per conquistare il pubblico era simile, anche se meno ideologica e più pratica, a quella adottata nello stesso periodo dalle radio libere come Radio Popolare: concedere una libertà di inventiva e di espressione che di rado venivano garantite dalla TV pubblica» (p. 147).

Intorno ad Antennatre cominciano a gravitare i comici del Derby, che cambia così la sua funzione e il suo interesse per gli aspiranti comici. Il nuovo canale è la fonte d'ispirazione per i progetti ambiziosi e danarosi di Silvio Berlusconi, che nel 1980 crea Canale 5 e apre così alla rivoluzione della TV commerciale, che non cambia solo la comicità ma segna una tappa di trasformazione storica dalla portata immensa, difficile da comprendere tanto i suoi confini sono ampi.

Sicuramente modifica in modo indelebile la comicità televisiva dei decenni successivi, grazie soprattutto a un programma: *Drive In*, ideato da Antonio Ricci, con protagonisti Ezio Greggio e la coppia Zuzzurro e Gaspare. Un programma che aveva il solo scopo di far ridere, con «una serie di sketch slegati tra loro, accomunati solo dal tono sempre sopra le righe e mai serio, nemmeno per sbaglio» (p. 154). Soprattutto cambia la finalità che lega queste scene, il cui mescolamento «dava spazio per l'inserimento [...] della vera linfa della televisione commerciale: la pubblicità» (p. 154). Negli studi delle tv di Berlusconi si incontrano ed enfatizzano gli elementi di un periodo di creatività eccezionale che si concentra a Milano, che con il declino dei locali, parallelo e conseguente alla nascita di questi nuovi linguaggi, rischiava di andare sprecata.

Nel passaggio tra gli anni Settanta e gli Ottanta la situazione dello spettacolo d'intrattenimento dal vivo cambia, anzi declina, come la storia del Derby esemplifica bene: «i comici avevano continuato a considerare il Derby come un tempio, ma piano piano avevano smesso di vederlo come un punto d'arrivo. Era più un nodo di scambio: il locale che dava da vivere fino al primo passaggio televisivo» (p. 151).

La TV diventerà sempre più il regno del comico, e la storia dello Zelig, da locale nato nel 1986 a programma di culto del mainstream televisivo, lo dimostra bene: da piccola quinta, dove si esibivano gli aspiranti comici dopo il lavoro (Claudio Bisio e Dario Vergassola ad esempio), al grande palcoscenico del Teatro degli Arcimboldi, dove veniva registrato il programma.

La comicità milanese, però, e con essa la tradizione dell'intrattenimento dal vivo, continuano a esistere nella voce e nella prossemica della nuova generazione di comici della stand-up italiana¹, che porta avanti, più come sottile intuizione che come esplicita influenza, il modo di ridere nato a Milano, adattato però a un pubblico nuovo e diverso rispetto al passato.

Come scrive D'Antona, «comici come Saverio Raimondo, Edoardo Ferrario, Francesco De Carlo, Michela Giraud, Luca Ravenna e centinaia di altri della stessa età [...] occupano lo spazio di decine di scantinati, palchi appena attrezzati, angoli prestati per ripetere la stessa sinfonia con strumenti diversi» (p. 195) e che portano avanti «lo stesso senso dell'umorismo impercettibile, gli stessi sorrisi di sbieco [...]» (p. 195).

¹ Giulio D'Antona se ne occupa per professione, sia come produttore per la società Aguilar Entertainment che come scrittore (sua l'antologia *Stand-up Comedy. La prima antologia italiana*, Torino, Einaudi, 2019, che raccoglie i testi recitati dei più importanti stand-up comedians italiani).

Per concludere che il fenomeno della stand-up guarda molto agli Stati Uniti, ma non viene da lì, non nasce dal nulla:

Forse è vero che nessuno ha inventato niente, ma tutti quelli che hanno fatto e faranno comicità a Milano aggiungono qualcosa a un sistema in evoluzione e col passare degli anni si troveranno a far parte di una tradizione che forse stenteranno a riconoscere per via della distanza cronologica, ma che a loro dovrà qualcosa (p. 195).