

Doppio senso: spettatore osservato o speculazione voyeuristica

di Antoni Muntadas

« Quando il festival diventa il *supermarché de la culture*. Durante la rappresentazione rendiamo consapevole lo spettatore perché noi attori ci stiamo spelando per metterlo nudo al sole. Allora lo spettatore diventa consapevole. Poi va via. Anni dormienti. Lo spettatore va al festival cercando la consapevolezza, cercando ancora fedelmente un'interpretazione delle parole sacre che renderanno comprensibile il linguaggio. Il festival cerca prestigio municipale, e il denaro dei turisti. Quello che ci amareggia è quest'ultimo. Dobbiamo danzare agilmente tra le sue lame. Il festival ci dà il teatro, ma può la penetrazione delle luci interiori aver peso contro il rozzo proclama del mercato come cultura? ».

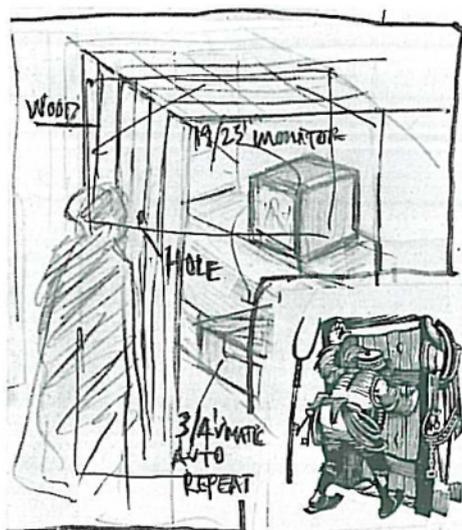
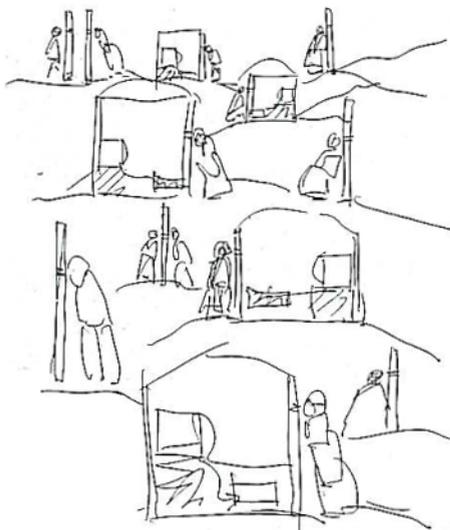
Julian Beck, *Changes 2*, 18-7-1982, da *Teandrico*, inedito, di futura pubblicazione.



« Nelle città di oggi, musei, mostre, conferenze, festival e architettura moderna sono attività che fanno parte dell'industria dello spettacolo; manifestazioni per diffondere la cultura in un senso ampio e massiccio. Come queste attività siano in relazione con un'altra industria, il turismo — con le proprie caratteristiche (sociali, economiche, ecc.) — è un dilemma. Il dilemma è come siano connessi la cultura e il pubblico. Un sistema naturale/artificiale, dove politica ed economia speculano su quantità, numeri, profitto e voti ».

« Uso di cabine da spiaggia (sei), pre-esistenti o di nuova costruzione, e di 4 pareti in legno, dimensioni approssimative 2,5 × 3 metri.

Una serie di vignette (durata 30-60 secondi) con dissolvenza in nero tra ciascuna, che si ripetono continuamente per la durata di un'ora. Un videotape su: guardare, souvenir, turismo, fotografie, luoghi comuni, voyeurismo e stereotipi ».





Vocazione e storia del turismo

[...] E i normanni la "consacrarono" perciò sede turistica residenziale proprio per questi motivi e divenne sin da allora centro di congressi e di convegni, di visite e di soggiorni, assumendo il carattere di una vera e propria stazione turistica. Sarebbe più giusto dire però che Taormina è nata turistica perché i Siculi la scelsero anni e anni prima a loro sede. E dopo i Siculi, i Greci, i Romani, i Bizantini, i Saraceni, tutti i dominatori insomma, vi soggiornarono a lungo e non solo per vicissitudini politiche. Il primo turista importante fu comunque Johann Wolfgang Goethe che le dedicò pagine esaltanti nel suo *Viaggio in Italia*. Ma forse Taormina deve la fama di centro turistico internazionale a un giovane pittore prussiano dai capelli rossi, Otto Geleng. Aveva vent'anni quando arrivò in Sicilia alla ricerca di nuovi soggetti per le sue tele e, di passaggio a Taormina, si fermò perché rimase affascinato. E cominciò a dipinge-

re tutto quello che Taormina offriva. Angoli, colori, fiori, alberi, panorami mai visti. E quando le tele furono poi esposte a Parigi nessuno dei critici e dei visitatori volle credere che il giovane prussiano aveva soltanto copiato e non immaginato. E Geleng sfidò tutti invitandoli a Taormina pronto a pagare per tutti se avesse detto il falso. Tornò a Taormina, organizzò in una casa patrizia, l'attuale Timeo, un albergo, il primo ed il gioco era fatto: quelle tele rispecchiavano la realtà di bellezze assolutamente naturali ed uniche al mondo. Più tardi un altro tedesco, Wilhelm von Gloeden, diffuse in tutto il mondo le sue fotografie, soprattutto quelle dei nudi di ragazzi agghindati con corone di lauro che mandarono in visibilibio l'alta borghesia di Berlino. Taormina era ormai meta amata da tutti.

Dal catalogo *Taormina attraverso chiese, palazzi e monumenti*, a cura dell'Azienda Autonoma di Soggiorno e Turismo di Taormina.



39-46. Antoni Muntadas. Fotografie, illustrazioni, studi preparatori per un video.