

Orlando mercante troppo pop

DA MILANO DOMENICO RIGOTTI

Un testo problematico ma anche un testo che conosciamo tutti (o quasi tutti) *Il Mercante di Venezia* tanto viene rappresentato anche per dar soddisfazione ad ogni bravo attore che vuol cimentarsi nel ruolo di Shylock, l'usuraio ebreo. Questa volta è Silvio Orlando che lo affronta guidato da Valerio Binasco regista che ama anche lui le sfide forti e ama (e persin troppo) l'originalità. L'idea centrale sappiamo, è che il denaro domina ogni cosa compresa la fiaba, o qualcosa di simile ad essa. Non per niente, il *Mercante* è il lavoro in cui si parla più di quattrini, con un'insistenza addirittura quasi morbosa e basata sui fondamenti commerciali che, come dice il titolo, fece grande e opulenta Venezia.

Per aspirare alla mano dell'ereditiera Porzia il giovane Bassanio deve affrontare spese superiori alle sue possibilità, e l'amico del cuore Antonio, il cui capitale è impegnato, gli presta il necessario indebitandosi a sua volta con un

**Al Piccolo Teatro di Milano
il capolavoro di Shakespeare
riversitato in chiave moderna
da Valerio Binasco che
esagera con lo humour. Spicca
però il bravo protagonista**

usuraio ebreo che lo odia e quindi esige in caso di insolvenza una penale disumana: la famosa, arcifamosa libbra di carne. Sappiamo come andrà a finire. Binasco, non tradisce del tutto lo sfondo, ma astrae (scena essenziale, fondali e quinte variamente illuminate a seconda dell'azione, cioè Belmonte o l'interno di un bar dove giovani ricchi e gaudenti chiacchierano tra risate, pettegolezzi e battute da strapazzo) e porta l'intreccio in un'epoca che s'avvicina alla nostra traducendo naturalmente con un linguaggio contemporaneo. Non solo, più che sull'anima o la coscienza ebraica del protagonista ve-

de Shylock come il diverso, il forestiero che alligna fra noi ed è pronto al ricatto. E, tra un intreccio amoroso e l'altro (prevale quello di Bassanio e la bella Porzia, qui vista come una sorta di capricciosa bambolotta) affronta temi come la giustizia, la legalità e l'intolleranza verso l'estraneo.

L'operazione è interessante ma il meccanismo funziona solo in parte, meglio dire a fatica. Troppo è schiacciato sul pedale umoristico e caricaturale, quando non si predilige addirittura il pop e il trash televisivo. Ma si sa bisogna adeguarsi ai tempi. Del resto l'insegna della compagnia che contempla bravi professionisti, porta il nome di Popular Shakespeare Company. Esce dal coro Silvio Orlando che rifiuta lo stereotipo del vecchio e bizzoso usuraio ebreo. Disegna uno Shylock asciutto, umbratile, chiuso dentro una sua cupa malinconia. Bravo. Lungo il tour in partenza dallo Strehler di Milano dove è ancora il ricordo di altro *Mercante* messo in scena da Ronconi con ben altra fantasia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

