



One Direction: This Is Us (2013)

Dal terzo posto a X-Factor alle arene stracolme, il racconto del successo di One Direction in un'occasione mancata per Morgan Spurlock.

Un film di Morgan Spurlock con Harry Styles, Zayn Malik, Niall Horan, Louis Tomlinson, Liam Payne. Genere Documentario musicale durata 92 minuti. Produzione USA, Gran Bretagna 2013.

Uscita nelle sale: giovedì 5 settembre 2013

Dopo la partecipazione, nel 2010, all'edizione britannica del programma televisivo X Factor, gli One Direction si sono piazzati in vetta alle classifiche di tutto il mondo.

Emanuele Sacchi - www.mymovies.it

Difficilmente il documentario 'One Direction: This is Us', veicolo promozionale per la boy band che sta dominando il globo, avrebbe destato altrettanta curiosità se la regia non fosse stata affidata a Morgan Spurlock. Ex-provocatore engagé à la Michael Moore in 'Super Size Me', quindi promotore di progetti atti a far parlare di sé più che a cambiare concretamente le cose, come 'The Greatest Movie Ever Sold' sul product placement, ora Spurlock si ritrova nel più insolito dei ruoli, quello di regista per il film sugli One Direction. Chi da Spurlock si attenda provocazioni anarchiche o sovvertimenti dell'inviolabile ordine costituito del music business, notoriamente caratterizzato dal più stereotipato e schematicamente rigido dei marketing possibili, resterà a bocca asciutta. Forse Spurlock vuole provocare "dall'interno", più probabilmente vuole solo passare alla cassa, fatto sta che il suo tocco si avverte solo in un curioso siparietto di un neurologo che spiega "scientificamente" le ragioni del successo di One Direction analizzandone gli influssi sul cervello di una ragazza.

Per il resto assistiamo alla più ovvia delle parabole consolatorie: cinque ragazzi (uno musulmano, politically correct!) che arrivano terzi a 'X-Factor', un produttore che li scopre e ci racconta una versione romanzata dei fatti, l'ascesa repentina dei nostri verso il successo, che cambia radicalmente le loro vite, le arene sold-out, l'aspirazione a essere i nuovi Beatles. Sui lati meno gradevoli del cambiamento del loro quotidiano o sulla consapevolezza che tutto ciò non durerà (e l'esperienza degli immediati predecessori come Take That o Boyzone ieri e Monkees ieri l'altro insegna), nessun accenno. Fatto salvo che il fine promozionale dell'operazione non è mai stato in discussione - ma le operazioni analoghe su Katy Perry e Justin Bieber hanno sortito esiti migliori - resta un'inspiegabile occasione mancata la sostanziale scelta di Spurlock di spersonalizzarsi, ma di apporre comunque la firma sul kitsch quasi insostenibile del concerto fumettoso in 3D, con sovraimpressioni e altri espedienti discutibili. Ma, uscendo da logiche di firma autoriale, la fotografia del fenomeno resta fedele, appropriata e in qualche modo necessaria.