

## Spice Girls, aria di crisi Un fenomeno già finito

Segna il passo, il «girl power» delle cinque Spice Girls. La band inglese è al centro di voci, pettegolezzi e numerosi incontri con i vertici della casa discografica, che indicano per il gruppo se non l'imminente scioglimento, almeno la crisi. «Se non lo lasci, è finita», è l'ultimatum posto, secondo il tabloide Sun, dalla rossa Ginger Spice, Geri Halliwell, alla bionda Baby, Emma Bunton. A Geri la relazione della compagna con l'ex manager Simon Fuller non sarebbe andata giù. «L'ultima cosa che Emma vuole», hanno dichiarato al giornale fonti vicine alle musiciste, «è che le Spice si sciolgano. Il gruppo è tutta la sua vita. La relazione con Simon non è affatto finita, comunque. Non si parlano da giovedì scorso e stanno soffrendo tutti e due». Ma le altre quattro Spice Girls non vogliono avere più niente a che fare con il loro ex manager, che secondo loro le ha sfruttate, fatte lavorare troppo, obbligate ad abbracciare pubblicità per prodotti che non concernono la musica, come deodoranti, patatine, macchine fotografiche e bibite analcoliche. Da quando poi hanno scoperto la relazione tra i due, sono sul piede di guerra. Le frequenti consultazioni con la casa discografica Virgin, alimentano intanto gli interrogativi sul futuro. E oltre ai pettegolezzi pseudo-sentimentali se la devono vedere anche con le ragioni dello scarso successo dell'ultimo album, «Spiceworld». Le vendite vanno a rilento, tanto che le azioni della Emi, il gigante alla quale fa capo la Virgin, all'inizio della settimana sono scese di 19 pence diminuendo temporaneamente il valore di mercato del gruppo discografico di 409 miliardi di lire. Le cinque ragazze, che hanno appena ingaggiato un avvocato ed un'assistente personale - tutto l'entourage precedente era sotto il controllo di Fuller ed ha lasciato il gruppo con il manager - sarebbero intenzionate a comunicare a ricominciare da capo. Mentre nei supermercati inglesi è da oggi in vendita una torta decorata con i loro visi sorridenti, le Spice vogliono abbandonare i soprannomi che le hanno rese famose e puntare su «un'immagine più adulta».

La prestigiosa rivista musicale celebra i suoi 30 anni con un numero speciale tutto dedicato alle «rockeuse»

# 1997, le donne alla riscossa del rock? Un omaggio firmato «Rolling Stone»

In copertina Tina Turner, Madonna e Courtney Love, per un numero ricco di interviste e foto, «perché l'evento musicale dell'anno sono le donne». Patti Smith ha rifiutato di comparire: «Non si può distinguere il rock tra maschile e femminile».

Tina Turner, Madonna, Courtney Love. Sono lì, coi capelli al vento, grintose e sorridenti come si addice ai loro personaggi, sulla copertina del numero di «Rolling Stone» in edicola da oggi, negli Usa ma anche in Europa (d'importazione). Si tratta di un numero speciale: la «Bibbia» del giornalismo rock compie infatti trent'anni e il suo compleanno «fa notizia», smuove scegge di memoria, fa gola anche al business, infatti questo numero speciale ha uno sponsor altrettanto speciale, il gigante della telecomunicazione AT&T.

Come sua consuetudine, come successo anche per il 20ennale e il 25ennale, Rolling Stone festeggia insieme ai suoi lettori, pubblicando un'edizione «da collezione». Monografica. «Le donne del rock», hanno intitolato quella che esce oggi, perché l'evento musicale più rilevante di questo 1997 che corre verso la fine è stato, secondo la rivista fondata da Jann Wenner, il boom delle artiste donne, e a guardarsi indietro non si riesce a dar torto. Jewel, Björk, Sheryl Crow, Fiona Apple, e poi Courtney Love, Alanis Morissette, Liz Phair, Me Shell Ndegeocello, Ani Di Franco, Mary J. Blige, Erykah Badu... Sono molte le artiste che si sono imposte all'attenzione negli ultimi due, tre anni, e alla quantità corrisponde sempre di più anche la qualità, insomma sono artiste con qualcosa da dire, il gusto di osare, stravolgere modelli, imporre desideri e bisogni del tutto nuovi o semplice-

mente a lungo inesperti. E nel mazzo ci potremmo mettere anche le Spice Girls: non sono simpatiche come i gruppi vocali femminili degli anni Sessanta (ricordate le Ronettes o le Shangri-Las?), ed difficilmente riusciranno a sopravvivere alla prossima stagione. Ma hanno stabilito un triste primato, quello di essere riuscite a sfondare su un terreno - la dance pop adolescenziale - solitamente occupato dai maschi, Take That, Duran Duran, Boyzone e compagnia bella. Peccato, almeno questo primato glielo potevamo lasciare...

Ma è un segno dei tempi. E il loro sbandierare slogan come «girl power» non va confuso con quella piccola rivoluzione, quella profonda mutazione che il punk, soprattutto la cultura punk, ha segnato nel protagonismo rock al femminile, aprendo un'area di nuova consapevolezza, anche quella per cui non esiste un «rock al femminile», così come non esiste «al maschile». Per cui Tori Amos può rivendicare come modello i Led Zeppelin, e Patti Smith rispedire al mittente l'invito di «Rolling Stone» a farsi intervistare perché «non si può dare alla musica un connotato sessuale». Si può invece parlare di come l'industria ha usato e abusato le artiste donne - vero per il rock, ma anche, ad esempio, per l'industria hollywoodiana del cinema -, di come l'establishment prettamente maschile del rock negli anni Sessanta e Settanta ha affidato alle donne ruoli

preconfezionati, ingessati, rassicuranti perché prevedibili, tranne qualche eccezione (Janis Joplin, ad esempio). Ed è come invece dalla fine degli anni Settanta in poi si siano affacciate alla ribalta generazioni di artiste capaci di prendere in mano il controllo del proprio lavoro, della propria immagine, della propria vita di rockstar.

Per questo «Rolling Stone» sulla sua copertina ha scelto di mettere Courtney Love, Tina Turner e Madonna, malgrado riuscire a riunirle per la foto session sia stata «una faccenda complicata quasi quanto varare la riforma del welfare». Perché Tina, la pantera nera, è l'emblema di quella generazione di musiciste nate fra gli anni '50 e '60, succube degli uomini (nel suo caso, il marito-padrone Ike Turner), che ha però avuto la forza di rinascere, completamente, risalendo dagli inferi e costruendosi da sola un'«inossidabile» carriera di rockstar. Così come Madonna è l'icona della popstar anni Ottanta e del nuovo protagonismo femminile, determinata e intelligente creatrice del proprio mito. E Courtney Love è lo spirito inquieto degli anni Novanta; è la «ragazza cattiva» vedova ribelle della generazione grunge, che sul set fotografico si è portata i vestiti firmati che oggi indossa, ma anche i suoi vecchi straccetti da mercatino dell'usato, perché, confessa, «nel cuore sono ancora una punk»...



Alba Solaro

La copertina di Rolling Stone per il trentennale

Peggy Sirota

## Internet

### Riconosciuta l'editoria on line

Il Tribunale di Roma ha riconosciuto, primo in Italia, l'informazione on line su rete Internet. «La sezione per la stampa e l'informazione - afferma l'Ordine dei giornalisti del Lazio e del Molise - con una intelligente motivazione, ha ritenuto che un periodico telematico può beneficiare della tutela rappresentata dalla registrazione, in quanto possiede sia il requisito ontologico sia quello finalistico relativo alla diffusione di notizie, pur con una tecnica diversa dalla stampa. Il tribunale, inoltre - aggiunge la nota - ha finalmente stabilito, in modo chiaro, che il messaggio, di cui è portatrice l'informazione, può essere trasmesso, in tutto o in parte, con mezzi diversi dalla stampa, ed ha riconosciuto la compatibilità delle nuove tecniche editoriali con la vigente normativa». Il tribunale ha anche ribadito che la direzione responsabile dei «giornali telematici» può essere affidata solo ai giornalisti professionisti o pubblicisti.

### «Barbie Girl»

### Ora è la Universal contro la Mattel

Continua la guerra tra la Universal Music e la Mattel sulla canzone «Barbie Girl» del gruppo danese Aqua. Infatti, alla querela della Mattel (perché il brano «associa temi sessuali e comunque osceni ai prodotti Barbie») la Universal ieri ha risposto con una contro-causa per diffamazione.

## Una rivista «saggia come un 30enne e piena di vita come un adolescente»

Il primo numero di Rolling Stone uscì in edicola il 9 novembre del 1967; costava venticinque cents e sulla copertina in bianco e nero c'era una foto di John Lennon con in testa l'elmetto militare, dal film «Come ho vinto la guerra», di Richard Lester. Dentro, articoli sui Grateful Dead, Donovan, i Byrds. Quel primo numero vendette poco più di cinquemila copie, nell'area di San Francisco e dintorni. «Sono passati trent'anni, adesso la rivista è patinata e colorata, ha quintuplicato le sue pagine, usciamo in edicola ogni quindici giorni e vendiamo 1 milione 300mila copie, ma se sfogli bene le nostre pagine ti accorgerai che sono giovani e piene di vita come allora, così come lo spirito del rock'n'roll è ancora giovane, anche se il rock non è più una musica esclusivamente per i giovani - racconta al telefono Robert Love, direttore editoriale della rivista rock più prestigiosa del pianeta - il fatto è che oggi abbiamo tutta la saggezza di un adulto di trent'anni, e tutta l'energia di un diciottenne. Ed è questo che ci rende speciali». Non è solo questione di qualità, attenzione alle tendenze, alle novità, al rapporto tra musica e società, avete anche un notevole potere sul

mercato: quello che scrivete fa sempre «opinione»: «Questo è vero - risponde Love -, soprattutto oggi che il rock è entrato nella cultura mainstream, di massa. Ma è altrettanto vero che l'ingresso di nuovi canali di comunicazione, penso ad esempio a Mtv, hanno mitigato questa specie di potere». Anche Internet? «Quella è una sfida completamente diversa, e infatti già dal 1996 noi abbiamo un nostro sito e una nostra redazione on line (l'indirizzo è Rollingstone.com)». Guardandosi indietro, quale ricorda come il periodo migliore per Rolling Stone, e quale il periodo più buio? «Il più buio io lo associo sempre alla metà circa degli anni Ottanta, quando uscivano nostre copertine su band come Flock of Seagulls, o Men At Work, gruppi tutto sommato mediocri il cui successo non poteva durare più di tanto. E i momenti migliori sono stati quelli legati ad artisti come Springsteen o come Madonna, che hanno segnato un autentico crossover sia generazionale che musicale». Un augurio per i prossimi trent'anni di Rolling Stone? «Per dirla con Bob Dylan: speriamo di rimanere sempre giovani. Forever Young». [A.L.S.]

## Scripta

Mark Dery collabora a Wired, Rolling Stone, Village Voice, Mondo 2000 e New York Times. Si occupa di nuove tecnologie e affini e, come testimoniano le sue collaborazioni è uno dei critici più gettonati. «Velocità di fuga» esce negli Usa nel 1996. Diventa uno dei libri più discussi dell'anno. La tesi? Pagheremo l'euforia per le tecnologie con i nostri corpi. Alle soglie del millennio, saremo più liberi o più schiavi? Infatti, sostiene ancora lo scrittore, la dimensione esclusivamente «elettronica» della vita può trasformarsi in un'arma a doppio taglio e renderci neoschiavi (discorso non molto differente dal teorico del data trash, Arthur Kroker, su cui, Dery, però, nel suo libro ironizza non poco a proposito del linguaggio utilizzato). A compendio della sua ipotesi Dery porta una serie di esempi di «arte» estrema da questo punto di vista (la musica di David Myers, le performance di McMurtrie e Rick Sayre, Stelarc e Orlan). Un libro, come dice lo stesso autore, molto più sul presente che sul futuro, che guarda con sospetto alla visione ottimista, alla Gilder per intenderci, sulle comodità che ci aspetteremmo nel futuro tecnologico, ottimismo che servirebbe a distrarci dalle ingiustizie e dai rapporti di potere del presente. Libro interessante che non vi lascerà dormire tranquilli.

■ **Velocità di fuga.**  
Cyberculture a fine millennio  
Mark Dery  
pp.366 50mila lire  
Feltrinelli

[Antonella Marrone]

Un ripasso con qualche nozione filosofica in più. Il libro di Mettiti Manera si inserisce nella lunghissima serie di testi sulla comunicazione via Internet, l'interattività, la sfera della comunicazione interpersonale filtrata da un modem, l'uso civico e politico della Rete. Se siete veramente nuovi dell'esperienza «rete» vi viene spiegato il Web (ma non è qui la cosa più importante), l'IRC, la netiquette, i BBS, la posta elettronica. Non manca il glossario e, udite udite, una breve lista di «emoticon» (la faccine disegnate con parentesi e tutti i segni di interpunzione possibili, che, in rete, nei newsgroup, indicano lo stato d'animo dello scrivente e che erano molto in voga nell'era pre Web), lista che non si vedeva dal mitico testo di Giorgio Banau, «La Bibbia del modem» del 1993. Lasciando da parte Java e HTML, le pagine animate e quant'altro sia deliziosa (e croce talvolta) degli utenti Web. «Incontri Virtuali» sembra un testo d'altri tempi, che, però potrebbe avere un ruolo importante: quello di riportare l'attenzione sull'aspetto di interattività di Internet. Non solo e non tanto televisione interattiva, non solo bellissime pagine a colori, bellissimi disegni e curiosità audio video, ma donne e uomini, ragazze e ragazzi che ormai una vera comunità virtuale. Che esiste ancora, parola di Howard Rheingold.

■ **Incontri virtuali.**  
La comunicazione interattiva su Internet.  
F. Mettiti, G. Manera  
pp.295 Apogeo

[A.Ma.]

Per la prima volta in edicola un film introvabile e imperdibile.

**VINCITORE DI 1 OSCAR**

novità  
**IU**

Muhammad Ali, Kinshasa 1974