

# La D Destra

1) CONTRORDINE: È FICTION DI DESTRA  
2) PER LA LEGA, TROPPIA FERILLI IN TV

Non fossero pezzi di un governo che ha spazzato l'Italia come Katrina ha steso New Orleans, sarebbero anche divertenti. Non hanno humour e questo li rende irresistibili. Ecco i due spot di gran livello. 1) Ricordate lo spassoso attacco del ministro di An Landolfi alla fiction Rai sul grande Torino? Aveva detto che trasudava comunismo. Bene, rispondete alla domanda: chi ha detto, ieri, del ministro «stavolta ha preso un granchio, la storia trasmette valori di destra»? Mario Capanna, forse? Nein: l'ha detto al Corriere Italo Bocchino, vicepresidente dei deputati di An nonché



leader dell'opposizione a Napoli. È ben vero che sua moglie è la produttrice del film tv ma sarà sufficiente questo a fargli capovolgere il senso di una fiction accusata da un fiero anticomunista di essere una falce e un martello? 2) La deputata della Lega Francesca Martini, travolta dalla stessa ansia purificatrice che ha trasformato un ministro della Repubblica in un pescatore di granchi, ha tuonato contro Sabrina Ferilli. Secondo l'onorevole, non si può accettare che una che ha fatto da icona per la campagna referendaria per la fecondazione assistita, e poi si fa fotografare assieme a Piero Fassino, vada in tv così spesso. «Per gente del genere è ora di applicare la par condicio», conclude con la capricciosità di una padroncina. Macché Marx, questi non ci hanno perdonato nemmeno la presa della Bastiglia.

Toni Jop

**HIT PARADE** Provate a scorrere l'elenco dei dischi più venduti oggi e capirete che ormai gli eroi di ieri e le nuove reclute sono compresenti. McCartney o gli Stones insieme a i Coldplay. Il passato non esiste più perché è qui tra noi...

di Roberto Brunelli

# N

on conosce più passato, non conosce più futuro. Guardate le classifiche. Anziani rugosi come i Rolling Stones e il paffuto Paul McCartney ai primi posti a vedersela con Ligabue, poco sopra l'avanguardia islandese dei Sigur Ros, Biagio Antonacci, i Coldplay e i Negromaro. Ieri, oggi, domani, un bel frullato. È il pop (o rock, o rock'n'roll, chiamatelo come volete) che ormai vive nell'eterno presente, fotografato nei volti e nei modi dei ragazzi e dei trenta-quarantenni: una sola immensa generazione (o una «doppia» generazione?), che determina il mercato e la fisionomia di un'epoca, la nostra. Individui che stentano a conoscere fratture con



Mick Jagger, fresco come una rosa, sul palco

# Mamma, gli Stones sono roba mia

chi li ha preceduti, individui che sono cresciuti a forza di cocacola e videoclip, che non conoscono più la suddivisione in generi e che oggi si specchiano ognuno nella propria «playlist»: che è il catalogo potenzialmente immenso e personalizzato di canzoni di ogni genere e specie, di ogni epoca, che ognuno di noi può portarsi sempre appresso. È il vissuto musicale *pret-à-porter* di una generazione-multiplex, che si identifica nell'Ipod o in un'immensa cartella di brani scaricati via mp3 sul proprio computer. Ragazzi onnivori. Te lo sanno dire quelli del canale vi-

**Ecco una generazione onnivora nella cui playlist convivono Ligabue, Beatles e Sigur Ros. È questo il loro presente**



1 Franz Ferdinand

no sia stato registrato ieri oppure quarant'anni fa. Nella propria playlist, convivono serenamente popstar ultracommerciali come Anastacia, Shakira, tormentoni recenti come James Blunt, vecchi brani dei Beatles o dei Pink Floyd o magari *My Sharona* degli Knack del '79 (uno dei pezzi prediletti da George W. Bush sul suo Ipod). Subito dopo il Live8 la canzone dei Beatles *Sgt. Pepper's*, suonata dal vecchio Paul insieme agli U2, ha battuto tutti i record di brani venduti on-line ed è entrata nel Guinness dei primati per la velocità supersonica con la quale è stata scaricata. Lo sapete bene, è un pezzo composto e registrato nel 1967, l'anno santo del rock, trentotto anni fa.

Controprova. I video in «heavy rotation» su Mtv, tanto per dire, sono Anastacia, gli U2 (nati, musicalmente, negli anni Ottanta), i Coldplay (nati ieri). Non solo. Il cortocircuito-mix è la vera cifra del nostro presente. Prendiamo l'ultimo McCartney, rubizzo sessantatreenne: il cui nuovo disco, che vende bene in tutto il mondo, è prodotto dal produttore dei Radiohead (i quali citano i Beatles), e a tratti assomiglia ai Rem (soprattutto in un brano in cui lo stesso McCartney fa il verso ai Beach Boys nello stesso modo in cui lo fanno i Rem... e, nota

bene, anche i Rem lavorano sin dagli Ottanta e citano i Sixties). Fino a qualche anno fa, dominava, nelle sonorità odierne, il recupero degli anni Sessanta. Bene o male, poteva essere ancora un'operazione più o meno «consapevole» da parte di una generazione, quella degli anni Novanta, che riscopriva il «big bang» del rock, la sua età d'oro. Oggi, passata la dominazione r'n'b e hip-hop, tutto suona irrimediabilmente anni Ottanta. A cominciare dai Franz Ferdinand, gruppo-tormentone-fenomeno dell'ultimo anno: sembrano teletrasportati da uno special di *Top of the tops* dell'81/'82. Roba

**Oggi tutto suona Anni Ottanta, compresi i Franz Ferdinand. Ma non è frutto di un ripescaggio passatista. È così e basta...**

di 23, 24 anni fa: a malapena l'età di chi li ascolta. Così dicasi di altri «beniamini dei giovani», come i Keiser Chief, The Killers, i Maximo Park, gente che nelle hip-parade ci sguaizza abbastanza bene (chiedete ai vostri figli). Qui non siamo solo al recupero di materiali antichi, al recupero «vintage» di antiche sonorità: qui è semplicemente il passato che si fa tutt'uno col presente. E vagli a chiedere agli acquirenti (e/o scaricatori) dei dischi dei Franz Ferdinand o dei Killers se li percepiscono come «artisti vintage». No, è roba di oggi, così come ai tempi dei Guns n' Roses che suonavano *Knocking on heaven's door* a quasi nessuno gliene fregava granché che fosse puro Dylan. E che oggi hai una tavolozza con un'infinita gamma di colori: e i ragazzi che ascoltano la musica oggi non sanno da che storia vengono fuori quei colori.

Il fatto è che sul mercato discografico si sono incrociati due «target» pesanti. I ragazzetti e i trenta-quarantenni, che si avviano ad essere l'attuale classe dirigente. Comprano dischi, scaricano dalla rete, vanno ai concerti. Un grande supermarket sempre più digitale e interattivo, dove i prodotti - le canzoni della nostra vita - non hanno data di scadenza.

**PROFEZIE (SI FA PER DIRE)** Perché i ragazzi ascoltano e comprano i grandi degli anni Sessanta? Perché la vita abita lì  
**Non cercate i nuovi Beatles, il rock è un giacimento sfibrato**

di Toni Jop

se il rock fosse come il petrolio? Se, come il petrolio, fosse condannato dal mercato, e dallo stesso consumo, ad una fine certa? Forse siamo di fronte a un suggestivo paradosso e forse no. Conviene sollevarsi da terra e dal tempo e leggere da un modesto osservatorio quel che sta accadendo allargando le coordinate. Per esempio: Brunelli, qui sopra, sta cercando di dare senso a un fenomeno apparentemente curioso, il fatto, cioè, che le cosiddette giovani generazioni mastichino indifferentemente, oggi, Beatles, Stones, Dylan e Franz Ferdinand, con una spruzzata di hip hop. Il fenomeno sta nella compresenza, sul mercato e nel consumo, di messaggi che provengono da ere diverse, lontane molto se la distanza viene calcolata con quel metro-nomo futurista che scandisce il ritmo della civiltà occidentale. La verità è che dai Beatles ai Franz Fer-

dinand il percorso storico è breve se si può condensare in meno di una cinquantina d'anni. Teniamo conto, poi, che dopo il boom degli Anni Sessanta/Settanta, così poco è successo in questo arco temporale da determinare nella ormai immensa platea del rock una sorta di attesa messianica che spinge, ritualmente e inutilmente, masse di giovani e meno a

**L'industria ha svuotato il rock della sua vitalità. La musica ha ceduto libertà in cambio di una diffusione di massa. Così si torna alle origini**

gridare «Ecco i nuovi Beatles» ogni volta che qualcuno, sul palco o da una sala di registrazione, sembra toccare cuore e cervello di chi ascolta. Una coazione snervante e deprimente che rubrica e enfatizza l'esiguità dei giacimenti e insieme l'immensità del bisogno. Uno scarto doloroso e consapevole col quale la platea del rock affronta la scala che accompagna l'ascesi di questo linguaggio verso un altare istituzionale. Il rock entra nei teatri, nei luoghi delle musiche «alte», nelle Università proprio mentre perde virulenza, intensità, creatività, capacità di trasmettere antagonismi rispetto alle strutture e agli assetti di potere. Bisogna dire che in questi cinquant'anni il rock ha bruciato molto e con gran vividezza la sua libertà ma se ora un ragazzo cerca una fonte che non ha mai smesso, nonostante le logiche di mercato, di eruttare energia, deve abbeverarsi dalle parti dei Beatles, giusto per indicare un'area vasta in cui non ci sono ovviamente solo i Beatles. Il

molto, o troppo, è stato bruciato proprio col fiato del mercato sul collo che ha costretto gruppi e singoli artisti a produrre oltre ogni ispirazione, promuovendo una standardizzazione dei mille dialetti che affollano il pianeta del rock, costringendo alla sommarietà, lavorando forse inconsapevolmente a un processo riduzionistico dei sensi e degli accenti per renderli più agevole e più velocemente commestibili. L'industria ha fatto del rock il più formidabile trasmettitore di impulsi della terra, è vero; l'industria ha svuotato, per contropartita, il rock della sua vitalità e ora ne amministra i residui non tossici con buona soddisfazione economica. Ma se cercate i «nuovi Beatles» continuerete a trovarli dove sono sempre stati, in quei tredici dischi che hanno cambiato la storia del mondo. Forse è venuto il momento di scoprire fonti energetiche alternative al rock, come forse al cinema così come lo abbiamo conosciuto fin qui. Buona caccia.