

In Tivu

HO VISTO SU RAIDUE A «CONFRONTI»
I TRE BUONTEMPONI DELL'APOCALISSE

I tre buontemponi dell'apocalisse appaiono in terza serata. Appaiono, sugli schermi di Rai2, e tu capisci a che livelli di surrealità arriva oggi quella che in Italia ci ostiniamo a chiamare informazione politica: eh sì, perché *Confronti* (quella cosa con Gigi Moncalvo, Luca Telesse e Maria Giovanna Maglie che chiacchierano seduti ad un grosso tavolo grigio) è un bizzarro e incomprensibile catalogo di temi viscerati con l'aria complice del cazzeggio, in un crescendo che talvolta lascia senza fiato anche i più smaliati. Ieri l'altro si è parlato di satira, di finanziaria, di partito democratico, della Mitrokhin, di Gentiloni, del male di Berlusconi e del nervosismo di Fassino, senza soluzione di continuità. L'ex



leghista Moncalvo, tutto preso a mostrare comprensione per la sinistra, dice che l'odg che ha bloccato il decreto Turco lo ha presentato Anna Serafini e non è vero, attacca il talk show del collega Mentana, *Matrix*, chiamandolo per sbaglio *Mixer*, ed infine grida che Fassino è nervoso per via della Mitrokhin. A chiusura, dichiara il suo amore per la Littizzetto. Tu rimani sbalordito chiedendoti quale possa essere il tema della puntata, quando vieni sorpreso da sketch di altre trasmissioni riproposti a raffica: Crozza, Fiorello & co, un catalogo da cui intuisce solo che la destra sbaglia a prendersela con la satira visto come essa tratta la maggioranza. In tutto ciò, Maglie recita la parte di una Richelieu al femminile e Telesse incarna il giornalista di destra che finge di essere di sinistra o viceversa. *Confronti?* Mah... Ogni tanto qualche lettore ci scrive, stupefatto, chiedendo: «Perché?». Difficilissimo rispondere. **Roberto Brunelli**

FENOMENI È la rivista musicale più conosciuta al mondo, la fondò nel '67 l'ex hippy Jann Wenner, ha dieci edizioni inclusa la Cina, nei soli Usa vende un milione e mezzo di copie: radiografia di un'avventura editoriale e culturale

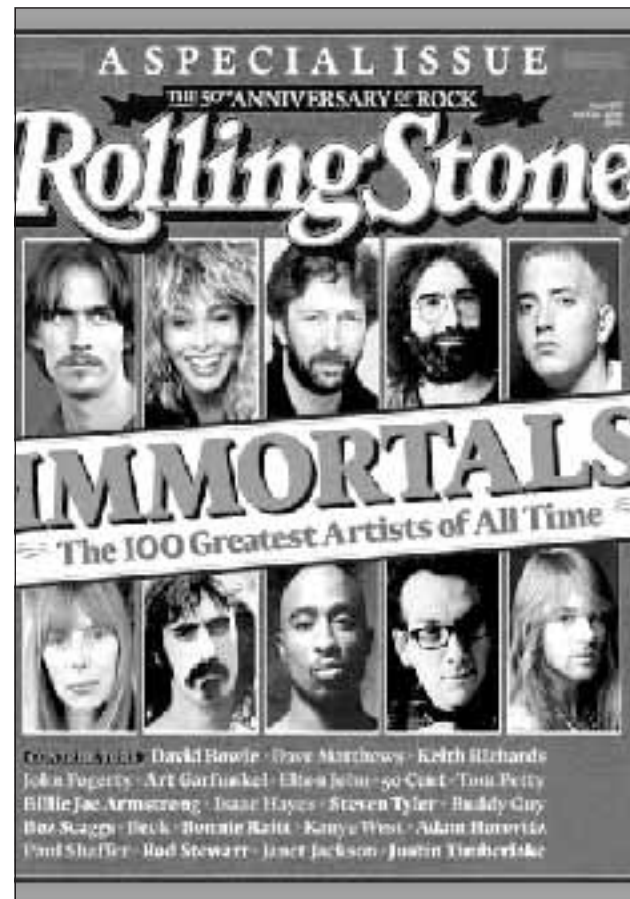
di Roberto Rezzo / New York

U

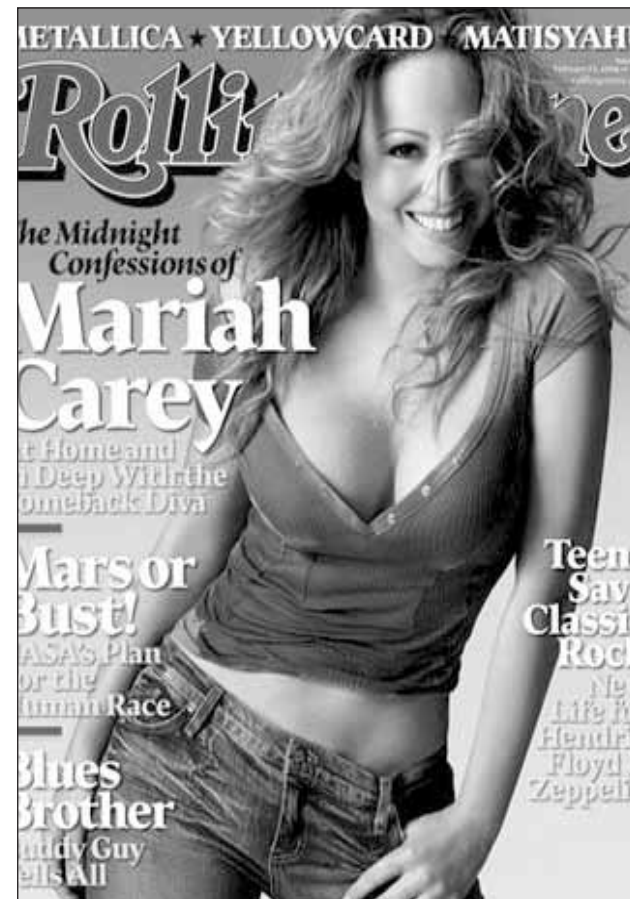
na tirata mozzafiato che va dal mangiadischi all'iPod. Quarant'anni sulle spalle e ancora non si perde un concerto. Oltre mille numeri in edicola e *Rolling Stone* - come un vecchio camaleonte scapigliato - resta la bibbia della scena musicale americana e internazionale. «Non è una rivista di musica. È una rivista su tutte le realtà e gli



Un numero di «Rolling Stone» del '68



Copertina di un'edizione della rivista uscita nel 2000



Un recente numero di «Rolling Stone» con la popstar Mariah Carey

«Rolling Stone», così vive un mito

atteggiamenti che riguardano la musica», è il motto di Jann Wenner. Un ex hippy che è diventato una potenza, il geniale freaketteone che da una fanzine per rockettari ha creato un impero multimediale. *Rolling Stone* è il suo one man show: fondatore, editore, direttore. L'idea del quindicinale gli viene nel mezzo d'una notte brava a San Francisco insieme al critico musicale Ralph Gleason. Il capitale iniziale è costituito da una lista di contatti con l'industria discografica rubata da una stazione radio locale e da un prestito di qualche migliaia di dollari strappato ai suoceri per disperazione. Oggi *Rolling Stone* ha una circolazione di circa un milione mezzo di copie e un fatturato pubblicitario di oltre 300 milioni solo negli Stati Uniti. Vanno aggiunti un popolare sito internet e la stampa di altre dieci edizioni nel mondo, dall'Australia alla Repubblica popolare cinese. La prima copertina esce il 9 novembre 1967 con la foto di John Lennon, elmetto militare in testa: «Così ho vinto la mia guerra». *Rolling Stone* nasce nel fermento culturale degli anni '60 ma il suo taglio si distingue immediatamente rispetto alle pubblicazioni militanti rivoluzionarie che spuntano come funghi tra la sinistra radicale di allora. Wenner ha una visione: «Si sta formando un nuovo ordine sociale, che viaggia

con un'energia intrinsecamente legata a quella della musica». E lui ne anticipa le tendenze, abbracciando i più alti standard giornalistici. Con un fiuto straordinario per trovare collaboratori straordinari: da Annie Leibowitz a Cameron Crowe. «In realtà non sapevamo bene quello che stavamo facendo. C'era uno straordinario entusiasmo e abbiamo avuto una discreta dose di culo». Quando *Rolling Stone* decide di seguire da vicino la politica a Washington si affida alla penna leggendaria di Hunter Tompson, l'inviato «gonzo» di *Pauna* e *disgusto* a *Las Vegas*. Reportage psichedelici narrati in prima persona per «una banda di degenerati», come Thompson chiamava affettuosamente i suoi lettori. Ha continuato a scrivere per la rivista sino a quan-

«Non è una rivista di musica, è su tutte le realtà che riguardano la musica»: è il motto dell'editore-direttore il geniale Wenner

do - ormai vecchio e malato, ridotto su una sedia a rotelle - si è sparato un colpo di fucile alla testa. «Non raccomandando a nessuno di usare droghe ed esplosivi - recita il suo testamento - Ma per me hanno funzionato proprio bene». David Weir, che negli anni '70 ha pubblicato su *Rolling Stone* la storia esclusiva di Patty Hearst - l'ereditiera rapita che si mise a rapinare banche con i sequestratori - sta scrivendo un libro sulla rivista che ha lanciato la sua carriera. Un pezzo di storia del giornalismo diventato un mito, il resoconto dell'atmosfera allucinata e creativa che si respirava nel loft di San Francisco, che era la casa e l'ufficio di Wenner. La visita di John Belushi e Dan Aykroyd in redazione, preceduta dall'omaggio di una grossa busta coi marching Blues Brothers contenente polvere bianca. E non si trattava di antrace. «Nonostante il clima alternativo e l'uso abbondante di sostanze chimiche di cui il giorno dopo non era neanche possibile ricordare il nome, i ritmi di lavoro erano pazzeschi e la qualità del prodotto in qualche modo eccezionale». Wenner ha uno straordinario tempismo nell'intercettare le star del cinema e farne parte integrante della copertina di *Rolling Stone*, ma arriva tardi in alcuni momenti fondamentali, come nel 1991, data di nascita della scena giunge a Seattle. L'esordio dei

Nirvana è seppellito in una minuscola recensione con tre stelle. E il ritardo con cui si accorge dell'esplosione del fenomeno hip-hop lascia spazio ad altre riviste specializzate come *The Vibe* e *The Source*. Il punto di svolta, secondo i più vecchi lettori e collaboratori, avviene nel 1976, quando Wenner decide di spostare il quartier generale dal San Francisco a New York. E diventa lui stesso una star del jet set, fotografato ad ogni party al fianco di Jackie e Caroline Kennedy. Wenner, il gran ribelle, oggi ha 53 anni e per molti i vecchi compagni si è molto imborghesito. Eppure sull'ultimo numero manda in prima un articolo dell'economista Paul Krueger dal titolo: «Come i super ricchi si fottono l'America».

Debuttò con Lennon in copertina, le sfuggì il grunge dei Nirvana I suoi reportage psichedelici restano indimenticabili

VERSIONI In edicola fa 30mila copie «Rolling» d'Italia Il mondo in chiave rock

Il *Rolling Stone* italiano è arrivato nelle nostre edicole oltre tre anni fa. Mensile (mentre l'americano è quindicinale), ha un target ampio, come d'altronde quello del fratello d'oltre oceano, ma la centralità della musica è sicuramente più manifesta e l'attitudine meno «fashion». Se sull'originale campeggiano (spesso in copertina) articoli incentrati su personaggi del cinema o dello star system in genere, la nostra «pietra rotolante» predilige la musica, sia quella nostrana che quella internazionale. Gli articoli tradotti dalla versione americana occupano circa il 20-25 per cento del contenuto globale, cosa che assieme al bel materiale fotografico d'archivio (americano) fanno il vero valore aggiunto rispetto ad altre riviste musicali. Se Tom Waits (vedi il numero in edicola in questi giorni), schivo com'è a comunicare, rilascia una sola intervista al mondo e la dà a *Rolling Stone* America, sa di contare su un'enorme distribuzione, visto che il pezzo viene poi tradotto per i fratelli minori in mezzo globo.

L'insieme di interviste esclusive a grandi personaggi, le anteprime di album, la discreta copertura sulla musica italiana e un'inevitabile zona dedicata alla moda e agli «stili di vita», fanno sì che il nostro *Rolling Stone* piaccia e riesca a vendere attorno alle trentamila copie. Una bella cifra in un paese dove stenta a decollare la cultura della critica musicale. In redazione sono in pochi, il resto è rappresentato da contributi esterni (il precariato dei giornalisti musicali in Italia è praticamente la normalità ovunque, sia nei periodici che nei quotidiani), tra cui «firme» che appartengono ad altri ambiti, ma chiamate a decodificare, con i propri strumenti, il linguaggio musicale. Scrittori come Valerio Evangelisti e Tommaso Pincio o, in passato, persone come Niccolò Ammaniti, Enrico Ghezzi, Daniele Luttazzi, il pilota Valentin Rossi. La filosofia del giornale è quella di occuparsi degli argomenti con un'attitudine «rock», il che significa parlare di storia, politica, società e musica da un punto di vista non istituzionale, obliquo, che comprenda anche un'analisi sociale del fenomeno.

Silvia Boschero

TENDENZE In America chiude la Tower Records. In Gran Bretagna rischia lo sfratto il più antico negozio di dischi del mondo Il morbo infuria, il pan ci manca e nemmeno il cd sta troppo bene

di Toni Jop

Il direttore di Emi Music, Alain Lévy, dice «Il cd è in via di sparizione». Bravo, ma se è questo il tempismo con cui la grande impresa prende coscienza delle mutazioni del mercato, stiamo freschi. Intanto, a noi comuni mortali viene concesso di assistere in diretta alla sequenza dolorosa di una via crucis di immagini che raccontano chiusure, fallimenti, liquidazioni e licenziamenti. L'ultima «stazione» si celebra in queste ore: la Tower Records chiude, a casa 3000 impiegati. La Tower era una delle più agguerrite reti di distribuzione del pianeta, fortissima in Usa, storica per consuetudine e forza del marchio. Ma niente tiene più e il palazzo crolla. Il perché questo accade lo sapete bene: la vendita del cd ormai segue strade diverse da quelle delle rastrelliere degli «store», ma soprattutto è il mez-

zo fisico, quel dischetto argentato, a non tirare più, anzi a precipitare nei diagrammi che piacciono tanto ai piani alti delle multinazionali. La gente, i ragazzi in particolare, scaricano da Internet, legalmente o ai margini della legalità. Del resto, chissà perché si sarebbe dovuto chiedere a chi senza colpa non ha reddito di spendere quindici euro per avere un brandello di musica, elemento necessario alla vita come l'aria e l'acqua. Sono stati questi prezzi a creare il terreno per l'illegalità e le major sapevano, così come sapevano che la vita del cd era molto a termine. Così come sapevano molte altre cose che non volevano comunicare al mercato: che la fonte della «musica perfetta» - ricordate gli slogan degli esordi? - era tutt'altro che perfetta, sia sotto il profilo della qualità della riproduzione, sia per quanto riguarda la ipersuscettibilità del dischetto alla manipolazione abituale, che comporta graffi e strisci, for-

se in misura maggiore di quanto accadeva per i vecchi dischi di vinile. Sospendiamo i pensieri e torniamo alla cronaca. A Cardiff, è notizia di questi giorni, sta per chiudere il più antico negozio di dischi della storia del mondo. Si chiama «Spinner Records» e vende musica dal lontano 1894. Su quei banchi è passato di tutto: dai nudi forati

I manager della Emi ora ammettono: il cd sta per morire. Grazie lo sapevamo da tempo Un mondo (di bugie) verso il tramonto

ai settantotto giri fragili e pesanti registrati senza mediazioni elettroniche, ai «45», ai «33», gli immortali «lp», fino ai caduchi cd. Gli hanno aumentato del cinquanta per cento l'affitto e il proprietario non ce la fa a tirare la carretta a questi costi. Dovrebbe essere considerato un tempio, ma il mercato non ha l'anima, lo sappiamo, e baderà al «tempio» solo quando capirà che gli porta in tasca qualche cosa. Bello da sapere, invece, che in difesa di questa nobile vetrina si sono mossi musicisti e politici. Vedremo come finirà, ma il segno è mortifero comunque. Un'era è finita o sta finendo con una certa grandiosità, la tecnologia riassume produzione e diffusione; al potere, al solito, interessa governare il processo a modo suo. Raccontando balle, sfruttando a più non posso, lanciando nuove mitologie a basso costo, sbattendo per la strada chi non gli serve più. In fondo, è sempre la stessa musica.