

Mario Almerighi

TRE SUICIDI ECCELLENTI

in edicola dal 19 luglio
il libro con l'Unità a € 6,90 in più

20

venerdì 11 luglio 2008

LU IN SCENA

Mario Almerighi

TRE SUICIDI ECCELLENTI

in edicola dal 19 luglio
il libro con l'Unità a € 6,90 in più

Luca

DICE BARBARESCHI: ABBIAMO MESSO SOLO MIGNOTTE NEI POSTI CHIAVE

Eccoci a raccogliere i cocci di un altro cuore infranto dalla «sua» destra, quello di Luca Barbareschi, attore rispettabile, testimone di una parte politica che lo ha usato quando gli serviva e dalla quale qualcosa ha ricevuto, visto che è entrato in Parlamento senza passare dai boudoir di Berlusconi. Un segno, questo, di stima o di un giudizio di scarso interesse? Comunque, ora Barbareschi lamenta che il «suo» sindaco, Alemanno, per cui ha speso tempo e «faccia» in campagna elettorale, non lo riceva, non gli parli. Di che vuol parlare? Luca è sincero e spiega che non possono pensare di averlo soddisfatto dandogli una sedia pieghevole nel consiglio di amministrazione della Festa di Roma. Dopo tutto quello che ha fatto. Diciamo la verità:



Barbareschi, senza offesa, è davvero l'ultima ruota del carro della destra che ha messo il basto a Roma. Non è organico perché è inopportuno e ha del coraggio: ha criticato il governo quando ha sospeso la credit tax in favore del cinema italiano; ha detto in pubblico: «Fino ad ora abbiamo messo solo mignotte nei posti chiave», il che non ci suona male dal momento che non abbiamo proprio niente contro le signore da lui citate ma è abbastanza evidente il riferimento alla politicamente potente clientela che ne fa decollare - come illustrano le intercettazioni telefoniche - la magnifica carriera istituzionale. E a lui niente; sembra sintetizzare Barbareschi: chi sbriga pratiche sessuali ai piani alti della destra fa strada, gli altri caccia. Da queste parole, ecco che un'ombra inquietante si allunga sulle sorprendenti fortune di gente che ci sembrava integerrima come Bondi. Che brivido. Luca, lascia stare: non è pane per i tuoi denti - e questo sì che è un segno di stima - fai ciò che sai fare e cioè il tuo teatro. **Toni Jop**

MUSICA E ESTATE Non è la prima volta che ce lo diciamo: non è più tempo di tormentoni musicali ai quali legare i ricordi della vacanza. Ma forse accade perché è morta la canzonetta italiana. Per il resto, consoliamoci con vecchie glorie...

di Roberto Brunelli

Ci restano un watusso e sapore di sale per cantarcela al mare

Chi è l'assassino del tormentone estivo? Chi ha ammazzato la canzonetta italiana da ombrellone? Perché non ci sono più i watussi e perché il sapore di sale suona ancora, quarant'anni dopo, come una nostalgia inarrivabile? Davvero le spiagge ci sembrano tutte un po' più tristi, davvero l'amore non fa più rima con cuore? Siamo incattiviti noi, imbastarditi e imbevuti di cinismo, che non abbiamo più il coraggio di liberare l'animo e il cuore affidando la voce al venticello fresco di una rima lieve come l'aria e di una melodia che s'attacca nel subconscio come un dolce vizio, oppure siamo solo un po' più grandi, un po' più disincantati, un po' più freddi? Il juke-box e il calcio-balilla sono perdite vere, oppure vestigia di

un passato che fingiamo solo di rimpiangere? Domande canaglia o nostalgia canaglia per chi si ostina a sognare balneare, ma il dubbio cattivo che s'insinua nella cultura popolare d'Italia tiene duro: che, insieme a quel venticello fresco che era la canzone da ombrellone, si sia gravemente ammalata la canzone italiana *tout court* (intendiamoci: non la storia della canzone, non la tradizione, non la canzone popolare, non il rock, non il pop, ma proprio lei la canzonetta, quella melodica, strapaesana e straitaliana, a seconda dei punti di vista). Il processo abbia inizio.

GLI INDIZI. Vi ricordate, sette anni fa, la bomba canora deliziosamente insulsa di *Tre Parole* («dammi tre parole: sole, cuore e amore / dammi un bacio che non fa parlare / è l'amore che ti vuole / prendere o lasciare / stavolta non farlo scappare / aahh, ahhh...»), indimenticabile nulla pieno zeppo di malizia che portò l'ignota Valeria Rossi ad una abnorme popolarità, poi crollata immediatamente dopo? Ebbene, secondo i maggiori storici di cose canzonettari italiane è l'ultimo vero tormentone italiano. Intanto intendiamoci: il tormentone estivo è un qualcosa che prende vita al di là del suo interprete, è un fenomeno in sé, è una specie di mantra sonoro e testuale in genere privo di senso che si attacca perfettamente al bisogno di levità che si suppone caratterizzi l'estate. Negli ultimi anni qualcosa del genere capitò, in verità, con Caparezza e il «Tunnell-ell-ell... del divertimento-o-oo-ohh», via via fino a stemperarsi, vagamente, nella *Paranza* di Daniele Silvestri, ma neanche qualcosa come i *Fiumi di parole* dei Jalisse è mai più sorto, via Sanremo, sulle italiane spiagge. Vi si perdonano Giusy Ferrero venuta dal

nulla di *X Factor* con la sua vocalità da provino estenuato su una base orrenda (*Non ti scordar mai di me*), e stenta ad approdarci, troppo pieno di presunti significati sociali, il rapper Fabri Fibra in combatuta con la Nannini (*In Italia*)...

Non provate, per intanto, a rivolgervi speranzosi agli ultimi album dei «big» tipo Zucchero e Vasco Rossi: canzoni che puoi eventualmente chiamare successi, ma certo non tormentoni, niente di paragonabile al «Ci vuole una sana e consapevole libidine...» che due decenni e passa fa s'innestò pervicacemente anche nelle menti più resistenti. Né si può sostenere che l'ultima Tatangelo (*Il mio amico*), in cerca di un posto al sole nell'arena dei post-neo-



La copertina di «Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band»

RIMPIANTI 530mila euro per il foglietto di Lennon. «Battuto» anche il tamburo di «Sgt. Pepper's» Hanno venduto il testo di «Give Peace a Chance»

/ Roma

A proposito di tormentoni che salgono dai fondali del passato, ci giunge l'infelicitosa notizia - poi spieghiamo perché ci rattrista - che la prima stesura del testo di *Give Peace a Chance* scritto a mano da John Lennon è stato venduto ieri pomeriggio da Christie's a Londra. A parte il fatto che non siamo particolarmente affezionati alle aste di cimeli storici, men che meno se legati alla vicenda del rock, questa vendita, salvo miracoli, è una lapide su un sogno, nostro. Flash back. Quel testo è un simbolo molto forte, uno straordinario marchio - direbbe un pubblicitario - che rischia di soffocare inutilmente nella bacheca di un collezionista privato, magari in un fetido salotto «in stile», di quelli che piacciono al nuovo sindaco di Roma. Stiamo parlando del-

l'Inno pacifista più celebre del mondo, il più usato, il più globale, decisamente il più bello, il più docile rispetto al bisogno di coralità che gli inni suggeriscono. Avevamo fatto un piccolo voto: che il nostro giornale si comprasse quel pezzo di carta assumendo Lennon tra i simboli cari al giornale di Gramsci. Ci pareva una bella idea. A dire il vero, non sappiamo chi lo ha acquistato, per cui...Comunque, tirerem innanz e torniamo alla notizia. Il foglietto dell'ex Beatle è stato portato a casa da qualcuno che ha speso circa 530mila euro; tanto, dicono le agenzie ma noi crediamo che non sia poi così salato perché è uno di quegli oggetti che se lo metti in mostra puoi contare sulla fila alla biglietteria. Oppure sbagliamo ma chi se ne frega, il valore di quella scrittura crescerà nel tempo sia sotto il profilo economico che sotto quello emotivo. Conviene annotare co-

me, per esempio, l'oggetto sia stato battuto a una cifra che ha raddoppiato la stima d'asta. Sullo stesso banco è stato venduto un altro «coso» beatlesiano al prezzo di 680mila euro, una collina di soldi. Volete sapere di che si tratta? Stiamo parlando del tamburo ritratto nella copertina da vinile più famosa del mondo, quella del *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*. Ricorderete che in quel miracoloso quadrato di cartone, oltre ai Beatles, c'era ammucchiato un sacco di gente brava e famosa, tutti attorno al tamburo colorato dalla scritta della band dei cuori solitari. Noi avremmo acquistato anche questo; non si sa mai, magari prendendoli tutti e due i cimeli ci avrebbero fatto uno sconto. Niente ironie, lo sappiamo: niente sconti da Christie's. Pazienza, quando hai di fronte la qualità, si spende forte volentieri. È questo che ci rende irresistibili. **tj.**

melodici si sia imposta sulle spiagge: dove, intorno al fuoco, la sera con la chitarra in mano si continua a cantare *La canzone del sole* (...ma questa, forse, è un'altra storia). Qualche botta di vibrazione giungeva, secoli fa, dall'estero: vedi la *Macarena* o manie ipnotico-ossessive come quella di *Barbie Barbie girl, living in a Barbie world* degli Aqua, o più recentemente *Umbrella-a-a-ah!* di Rihanna, ma anche lì sono realtà sempre più pallide che lasciano rapidamente le menti dei bagnanti. Provate poi a fare un giro nelle discoteche all'aperto: qualcosa vorrà pur dire se i soli pezzi che vanno veramente forte sono le hit immortali della disco music anni 70 (*I will survive* di Gloria Gaynor e *YMCA* dei Village People su tutti) e i supersuccessi degli anni 80 (*Tainted Love* dei Soft Cell e *Sweet dreams* degli Eurythmics)... Insomma, la contemporaneità se l'è data a gambe, solo il passato, anche il meno nobile, pare dotato del sufficiente carattere per imporsi come innocente evasione.

IL MOVENTE. Attenzione, non stiamo dicendo non ci sono più «fenomeni» nel mondo della canzonetta. I dj e i giovani segnalano *American Boy* di Estelle come tormentone estivo, ma sembra più che altro un fuoco di paglia, e comunque non c'è niente di italiano. Né mancano alzate d'ingegno tipo *Badabum Cha Cha* di Marracash («nella testa c'ho un grosso bordello che fa / badabum badabum cha cha / quando arrivo la prendo e la porto di la e / badabum badabum cha cha»), o le esplosioni ormonali scatenate dai Tokio Hotel, eppure, eppure... Domandiamo ad un esperto, uno che ne sa qualcosa del modo dei giovani di fruire la musica. Alessio Olivieri, autore di *Tri Live*, la trasmissione-tormentone di Mtv oggetto di culto e di sfrenate passioni d'adolescenti: «Il tormentone estivo esiste ancora? Tassativamente no». Perché? «Perché, come direbbe il mio amico Beppe, la playlist è troppo una facility». Traduciamo per gli umani: sono ovviamente Internet e l'ipod ad avere ucciso la canzone-tormentone, terminando il lavoro già avviato dal mercato dei cd, con milioni di generi e di sottogeneri che frazionano in altrettanti frammenti la domanda. In altre parole: l'eccesso di offerta rende quasi impossibile coagulare l'attenzione intorno ad un solo prodotto. Con la rete questo fenomeno si è allargato in maniera abnorme: puoi scaricare più o meno qualsiasi cosa da Internet, selezioni quello che vuoi, e l'offerta si perde in mille rivoli. Così quello che ai leggendari tempi del vinile era il mitico singolo, il «45 giri», un totem di desiderio in cui si concentrava un pezzo di identità, si è perso come una goccia d'acqua in un mare troppo vasto.

LA SENTENZA. Oggi persino *Vamos alla playa* dei Rigueira, profondi anni 80 proprio come gli abissi di *People from Ibiza* di Sandy Marton, sembrano relitti di un passato che non tornerà più. Senza stare a tirare in ballo le grandi canzoni estive degli anni sessanta, paradossalmente anche queste istantanee di sublime idiozia viste col senno del poi sembrano limpidi esempi di cristallina cultura popolare: oggi pare diventato impossibile, per la canzone italiana, catturare la semplicità di un messaggio chiaro, per quanto stupido, e immediato. La canzone è sempre più opaca, chiusa su se stessa, così come forse sono più opachi e confusi gli italiani. Tra gli assassini della canzone, forse, ci siamo anche tutti noi.