

Staino



Terapia

Francesco Piccolo

I duellanti

Veltroni ha dichiarato che il duello con D'Alema è finito. Se lo chiedessero a D'Alema, direbbe lo stesso. Saremmo tutti molto contenti se fosse vero, ma siamo ancora scettici. Una prova a sfavore, per esempio, è che nei quindici anni trascorsi a farsi la guerra, nessuno dei due lo ha mai ammesso. Eppure, quando Veltroni dice che al Circo Massimo, voltandosi verso il palco del gruppo dirigente, vide gente non contenta per il successo, a noi appare il volto di D'Alema. Una prova della fine della guerra ci sarebbe se, per esempio, per una volta avessero appoggiato lo stesso candidato; e invece i due candidati sembrano indossare le maglie del solito derby.

Oltretutto, sarebbe più facile crederci se oggi, dopo 15 anni, si vedesse all'orizzonte qualche ere-

de migliore di loro. Invece D'Alema e Veltroni restano di gran lunga le due personalità più forti del Partito Democratico. E in tutto questo tempo, hanno rappresentato sempre opposte fazioni.

Quali fazioni? Questo è il nodo. Il lungo duello avrebbe avuto senso se avesse rappresentato due idee politiche distinte, due modi diversi di pensare la Sinistra; se alla fine, potessimo dire di stare da una parte o dall'altra per motivi fondamentali. E invece i motivi del duello non ci hanno mai rappresentato, non ci hanno mai riguardato, non ci hanno mai interessato. Il rammarico nostro - e, speriamo, loro - è che se avessero speso una parte di quelle energie per cause migliori, forse saremmo in un altro momento politico. Ma è andata così. ❖

Pescirossi a niuorc Jovanotti

La musica del futuro



Il grande Virgin Megastore di Union Square chiude. STORE CLOSING. Ultima settimana, tutto a un terzo del prezzo. Comprare un cd a 5 dollari o 3 dvd a 10 è un piacere inquieto. Tempo fa ha chiuso la catena Tower Records, uno dei negozi di dischi mito d'America, e anche i negozietti del Village non hanno più l'aria di luoghi pulsanti dove si compra il futuro. "La musica è finita gli amici se ne vanno". Ma non è vero. La musica non è finita e gli amici si spostano da un'altra parte. STORE CLOSING significa che quella folla che faceva del megastore di Union Square un luogo di pellegrinaggio imperdibile sta prendendo la musica da qualche altra parte. La rubano senza sensi di colpa, in molti, la comprano in molti altri, la maggioranza silenziosa, le persone con un cuore, direi.

La fine del disco è stata annunciata quando è arrivato il cd. Noi cresciuti con il vinile, che aveva qualcosa di definitivo, come una scultura in marmo, lo abbiamo saputo da subito che quell'oggetto specchiante che sembrava venuto da un'altra galassia era un disco volante. Come tutte le cose ipermoderne sono già vecchie quando nascono perché nascono per essere sostituite, nascono per morire in fretta. Il primo iPod che ho comprato nel 2001 oggi sembra un mattone del Colosseo. È l'era digitale, baby. Non è una degenerazione del mondo, è un'evoluzione.

La nostalgia. È la mamma di tutte le musiche. Esiste anche una nostalgia del futuro. Così come la propria infanzia è la miniera di tutte le proprie visioni, la nostalgia, che è la tecnica per abitare l'infanzia anche da grandi, è la miniera della musica.

Pensateci. La musica nei film di fantascienza è sempre debole rispetto alla parte viviva a meno che i registi non ricorrano a una musica senza tempo, magari classica o classicheggiante, come ha fatto Kubrick o in 2001 o Lucas e Spielberg lavorando con John Williams, uno che scrive rispettando tutte le proporzioni della classicità. Il futuro non lascia immaginare una musica. Eppure se c'è una cosa certa è che il futuro avrà musica. Forse non avrà dischi, negozi, case, strade, armi, verdure, famiglie come le conosciamo noi o le abbiamo conosciute fino a ora ma avrà musica, senza dubbio l'avrà. Noi non possiamo immaginarla ma possiamo a provare a farla, la musica del futuro. Partendo dalla nostalgia ma che sia nostalgia del futuro.

Abbonamenti l'Unità

www.unita.it

Postali e coupon

Annuale
7gg/Italia 296 euro
6gg/Italia 254 euro

Semestrale
7gg/Italia 153 euro
6gg/Italia 131 euro

Estero

Annuale
7gg/estero 1.150 euro

Semestrale
7gg/estero 581 euro

Postale consegna giornaliera a domicilio
Coupon tagliando per il ritiro della copia in edicola
Versamento sul C/C postale n. 48407035 intestato a Nuova Iniziativa Editoriale Spa, Via Benaglia, 25 - 00153 Roma
Bonifico bancario sul C/C bancario n. Iban IT25 U010 0503 2400 0000 0022 096 della BNL, Ag. Roma-Corso (dall'estero Cod. Swift: BNLIITRR)
Importante inserire nella causale se si tratta di abbonamento per coupon o per consegna a domicilio per posta.

Per informazioni sugli abbonamenti:

Servizio clienti Sered
via Carolina Romani, 56 20091 Bresso (MI)
Tel. 02/66505065 fax: 02/66505712
dal lunedì al venerdì, ore 9-14
abbonamenti@unita.it