

FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE AL VIA LA KERMESSA DI CAMOGLI. SI CONCLUDERÀ DOMENICA

Popstar disconnessa? Un “Vorrei ma non posto”

LUCIO SPAZIANTE

Tittenhurst Park, 40 km. da Londra, attorno al 1970. Da alcune notti un ragazzo dorme nel giardino della principesca villa di John Lennon sperando di incontrarlo. John decide di parlargli (il dialogo è visibile nel film biografico *Imagine* del 1988). Il fan gli chiede: “Stavi pensando a qualcuno in particolare quando scrivevi quella canzone?”. John gli risponde: “Come puoi pensare che stessi pensando proprio a te?”

SEGUE >> 31

Via al Festival della Comunicazione

Senza connessione non c'è popstar

Nell'era globale non si vendono più dischi, il successo oggi si misura solo sulla Rete

L'intervento di Lucio Spaziente che pubblichiamo affronta il tema che verrà affrontato dall'autore domani alle 10.30 al Festival della Comunicazione di Camogli. Spaziente è autore di “Icône pop” (Bruno Mondadori).

dalla prima pagina

Non confondere le canzoni con la tua vita. Io sono solo uno che scrive canzoni”. Tra il 1962 e il 1966 i Beatles erano diventati la più importante celebrità musicale a livello mondiale: modelli da imitare e nei quali identificarsi. In un

periodo nel quale si vendevano milioni di dischi essi divennero un fenomeno di costume, cultura e moda ben al di là della semplice musica; oggetto di cronache e gossip morbosi. L'idolatria aveva però raggiunto forme di isteria e di vera e propria ossessione così da far decidere loro di interrompere le esibizioni dal vivo. Non era più possibile tenere separata la loro vita reale dai testi delle canzoni e dalle maschere che il pubblico vedeva in loro. Settembre 2016. Mentre Obama ha reso nota la propria playlist dell'estate su Spotify, le star della musica pop non vendono più dischi e il loro successo si mi-

sura con le visualizzazioni su YouTube o con i download su iTunes. Tra i profili di Twitter più seguiti in Italia troviamo (in ordine crescente) Emma, Ligabue, Laura Pausini e Jovanotti. La musica pop è dunque ancora nei nostri pensieri ma passa rigorosamente attraverso una connessione Internet. Le icône pop contemporanee rappresentano un ibrido tra una persona reale che possiede emozioni, ha una famiglia e paga le tasse e un'entità immaginaria affine a Spiderman, Harry Potter o Daenerys Targaryen. Visibilità, notorietà, condivisione, capacità comunicativa, racconto di

sé sono oggi il pane della celebrità pop. Una sua qualunque giornata è idealmente scandita attraverso la condivisione sui social a favore del pubblico. All'epoca dei Beatles i fan potevano solo immaginare quale fosse la giornata-tipo di John e Paul, a meno di non penetrare impunemente in casa loro attraverso la finestra del bagno (come cantano in "She Came in Through the Bathroom Window, in Abbey Road", 1969). Oggi è invece sufficiente andare sul profilo del proprio beniamino per poter vedere i dettagli del suo nuovo attico (Fedez) oppure semplicemente seguirne passo passo i movimenti, quasi come con un gps personale. "Oggi sono a Pescara, domani vado a Napoli". "Ragazzi, qui a Francoforte piove sempre".

Jovanotti tramite il suo canale JovaTv inserisce pressoché quotidianamente contenuti di ogni tipo: making of di video, set fotografici, backstage di programmi televisivi, demo di canzoni inedite, recensioni di libri, cronache notturne dei suoi trasferimenti in auto da una città all'altra. La forte sensazione di vicinanza e prossimità è data anche dal poter accedere al lato privato o comunque riservato. La comunicazione con i fan oggi è a due vie, più di quanto avvenisse in passato: dai fan alla star ma anche viceversa. Vasco Rossi scoprendo Facebook nel 2010 disse che gli sembrava di essere tornato ai tempi delle radio libere. Non c'è più la mediazione obbligatoria della stampa e dei media tradizionali, oramai relegati a semplici ripetitori, ma tutto passa attraverso i social (Twitter, Facebook, Instagram). I singoli fan possono comunicare direttamente con il

proprio idolo esprimendogli amore, sostegno, stima, a loro volta ricambiati: "Ragazzi, grazie a tutti per la bellissima serata di ieri", generando l'effetto di una reale interazione a due: Emma sta parlando con me.

Ma i social media sono anche uno strumento di presa di parola. Negli anni d'oro del rock, Bob Dylan o John Lennon venivano considerati portavoce del mondo giovanile per i contenuti delle loro canzoni o per l'impegno civile che mettevano in campo. Oggi quel clima è mutato ma le potenzialità di comunicare sono virtualmente maggiori. La pop celebrity può intervenire nel dibattito sociale forte della popolarità mediatica acquisita, dell'autorità conquistata attraverso le proprie canzoni (laddove sussista) e dell'identità artistica che ne è scaturita. Spesso si tratta però di affermazioni estemporanee a favore o contro il tema del momento, tipiche soprattutto del formato a 140 caratteri. Se la domanda è: cos'è oggi una pop celebrity?, la risposta forse non è più "nel vento", come avrebbe detto Bob Dylan, ma è "Vorrei ma non posto".

LUCIO SPAZIANTE

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

I protagonisti

••• Tra i protagonisti di oggi al Festival della Comunicazione, **Monica Maggioni, Ferruccio De Bortoli, Paolo Fabbri e Alessandro Barbero**. Tra i primi appuntamenti di domani, alle 9.30 **Alberto Diaspro** intervverrà su "Il vivente alla nanoscala sulle nuvole" alla Terrazza delle Idee. In piazza Battistone alle 10 **Charles Seife** parlerà di "Irrealtà virtuale: la Rete, i Big Data, informazione e verità" mentre alle 11 **Evgenij Morozov** terrà la conferenza "La Piattaforma del Capitalismo arriverà a divorare se stessa?". Alle 15 l'intervento dell'architetto **Massimiliano Fuksas**. Il programma su www.festivalcomunicazione.it



Jovanotti in concerto: è uno degli artisti più attivi e seguiti sui social

Eco nei disegni di Pericoli

Il Festival della Comunicazione si apre con la mostra di Tullio Pericoli "Quanti ritratti, caro Umberto", che sarà inaugurata oggi alle 12 nella Sala Consiliare del Comune. In esposizione disegni e schizzi che ritraggono il grande semiologo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 124113