



I Depeche Mode all'Olimpico e a San Siro
DAVE GAHAN SI È RIPRESO: SARÀ IN ITALIA
IL 16 GIUGNO A ROMA E IL 18 A MILANO

La cerimonia
A FORTE DI BARD
OGGI IL VINCITORE
DEL PREMIO MOGOL



Fan scatenati
Ammiratori accalcati
ad un concerto _LAPRESSE

Fan a braccetto con gli artisti: marketing o partecipazione?

Fenomeni >>> Sempre più spesso i musicisti coinvolgono nei progetti i propri ammiratori

Musica e backstage

>>>
Simone Cosimi
Roma

Videoclip confezionati dai fan, protagonisti reclutati su Facebook, concorsi promossi dagli artisti o dai mass-media e miliardi di byte caricati sui portali di videosharing: una bulimia da cineasti della cameretta si sta impadronendo del mondo della musica filmata. L'ultima è dell'altro giorno: l'ex 883 Max Pezzali ha deciso che il clip del suo ultimo singolo, "Il meglio", prodotto da un suo fan alla modica cifra di 9 euro, diventerà quello ufficiale trasmesso da tutte le tv. E ancora è nell'aria - e in rete - la ben più complicata operazione di Jovanotti, che aveva chiesto ai suoi aficionados di girare a loro gusto il video di "Mezzogiorno". «Se mi domandi quanto c'è di genuino e quanto sia una mossa di marketing, ti rispondo che ci sono entrambi gli elementi e che non c'è nulla di male» osserva Domenico Liggeri, giornalista, regista di videoclip (ha lavorato con Le vibrazioni, Raf, Sugarfree, Stadio, Baustelle e molti altri) e autore del monumentale volume "Musica per i nostri occhi - Storie e segreti dei videoclip"

(Bompiani). «D'altronde, il marketing deve poter vendere anche il respiro dell'artista, vive di quello. Persino le operazioni filantropiche costituiscono uno straordinario veicolo d'immagine per chi vi prende parte. Pensa a Bob Geldof che c'ha vissuto di rendita. Ma ripeto, non ci vedo nulla di deprecabile». L'aspetto inquietante, semmai, va scovato da un'altra parte. «Bisogna sempre capire qual è il modo e lo spirito dell'iniziativa. Più che gli artisti, ci sono diversi siti o tv locali che contribuiscono a far passare un messaggio socialmente devastante, una specie di diritto all'esposizione: tu giri un filmato, qualsiasi cosa anche una schifezza, io la trasmetto e tu sei figo. Questo è pericoloso: sta crescendo una generazione di presuntuosi». Tecnicamente, ormai, tutto è possibile:

Gli esempi
In Italia Jovanotti ha chiesto agli aficionados di creare un video. Un ammiratore di Pezzali sarà il suo regista

I rischi
Liggeri: «Non c'è niente di male, ma si deve stare attenti al messaggio "giri un filmato, io la trasmetto e tu sei figo"»

videocamere vendute a prezzi stracciati e software di montaggio intuitivi e facili da usare ci trasformano tutti in raffinati creativi dell'immagine in movimento. Non a caso, gli esempi si sprecano e vanno ben oltre i confini nostrani: dai Radiohead che hanno delegato agli ammiratori ben tre videoclip, fra cui appunto quello di "Videotape", tratto dall'ultimo disco "In rainbows", fino ai Make the girl dance, che hanno pescato le ignude protagoniste del loro clip-scandalo "Baby, baby, baby" su internet. Dalla fase di casting alla post-produzione, fino alla parodia: ormai la videomusica mangia a bizzefze dalla fantasia delle cosiddette "fanbase". Volendo, anche la nuova moda dei video curriculum rientra in questa specie di delirio da taglia e cuci. Do it yourself o smania da protagonismo? «C'è molta furbizia anche fra gli artisti, sebbene non sia il caso di Pezzali - chiude Liggeri - si illude la gente, e in particolare i giovani, che partecipando in questo modo potranno essere più vicini ai loro miti, anzi diventare artisti anche loro, ma non è così. Se uno viene pescato, si tratta di un anarchico caso, non certo di democrazia. Il mio timore è che per un Michael Gondry che salta fuori, ci siano migliaia di persone che producono filmati col piglio sbagliato, senza studiare, pensando di essere i nuovi fenomeni di Youtube. Il diritto al successo non appartiene a nessuno: va guadagnato sul campo».

Memoria

Alberto Sordi il ricordo di tutti nell'anniversario della nascita

>>> Con quella faccia poteva dire tutto. E in effetti è quello che ha sempre fatto. Ha ironizzato sui suoi interlocutori, su se stesso, sugli italiani tutti. Questo lo ha reso "Albertone" nazionale. Alberto Sordi nacque il 15 giugno del 1920, e oggi, nell'anniversario della nascita, la sua città si prepara a festeggiarlo, e la cultura ad omaggiarlo con programmi speciali. Si intitola "Albertone" il cofanetto edito per EinaudiStile Libero contenente il libro "La grande anima d'Italia" a cura di Valentina Pattavina e un dvd raccolta delle migliori apparizioni tv, conosciute o meno. Dal Carosello agli Studio 1, passando per Sanremo. Questa sera al Teatro Argentina di Roma una serata in suo onore durante la quale verrà assegnato il premio che porta il suo nome ad un personaggio dello spettacolo che si è distinto per l'impegno sociale. Perché Albertone, che si è sempre portato dietro la fama di tirchio (aspetto sul quale scherzava per primo), ha lasciato dei terreni dove è sorto il Centro per la Salute dell'Anziano, dove si svolgono attività di sostegno e ricerca accanto al Capus Bio Medico dell'Università. «Diceva sempre che il problema degli anziani non è solo la salute, ma la solitudine, e il fatto che perdano interesse per le cose» spiega il direttore della Fondazione Alberto Sordi Sergio Utili. Così, oltre ai sorrisi, Albertone ha regalato loro qualche speranza. << D.P.



Alberto Sordi
L'attore romano al fianco di Monica Vitti _LAPRESSE