

Opening Act



UNA VITA IN VACANZA, A POSTARE COME MATTI

DI
GIOVANNI
ROBERTINI

Che fare, se si continua a desiderare il massimo quando a disposizione non c'è che il minimo? Si proiettano immagini, si trovano surrogati; ci si butta sul Texas hold'em e sui videogiochi, ci si inventano vite fittizie su Facebook, si partecipa alle selezioni di un reality o di un talent show; si comprano scarpe o giacche tarocche che però sembrano quelle firmate, ci si specializza come "odiatori" sui blog, si guardano i programmi di Cracco e Bastianich e poi ci si arrangia con quel che c'è in frigo, si nega e ci si traveste. Oppure, ultima e maggiore risorsa, si sciala in comunicazione e in tutto quello che non costa niente.

(da *Pagare o non pagare* di Walter Siti, Nottetempo edizioni)

Come ai tempi – più fluo e meno bui degli attuali – del Mike Bongiorno fenomenologizzato da Umberto Eco, ci voleva un intellettuale (con un passato da autore televisivo) come Walter Siti per suggerirci una lettura socio-pop del "Fiorellismo" oggi. In un'epoca di impoverimento diffuso, se la comunicazione è la nostra moneta di scambio per l'autoaffermazione, YouTube e i social network diventano il Club Med in cui sudarci la nostra "vita in vacanza", come paraculissimamente cantano i vincitori morali di Sanremo. Più o meno quello che faceva Rosario prima di diventare l'MC della Comunicazione Fiorello, ovvero l'animatore nei villaggi turistici, intrattenitore senza rete, prima che la rete diventasse per tutti il web, e si sdoganasse l'idea che per intrattenere non servano né talento, né professionalità. Celebrando il Fiore del 2018



post-Festival e nuovamente on air, rimane da chiedersi una cosa: dove dobbiamo andare a guardare per stanare i suoi eredi, o semplicemente per immaginare un nuovo intrattenimento possibile? No, in televisione no, quella rimane l'Isola (dei famosi, dei poracci, dei talenti e dei sempreverdi raccomandati) dove arrivare in elicottero con l'abito firmato, o da cui stare alla larga. Sui giornali e in radio? Nemmeno, quello è già lavoro: bisogna avvicinarsi – come suggerisce Siti – a quello "che non costa niente", arrivare al gratis *ebbasta*, dove diventa virale quello che non può essere venduto, perché ancora non ha prezzo. Se fossimo romantici tireremmo in ballo il *Do It Yourself* del punk, le webzine, le radio pirata. E invece no. Qui non c'è un obiettivo culturale o politico, è il 3.0 dello start-uppismo, si comunica per comunicare, per esserci, ma senza la smania di apparire, come una qualunque stellina di Instagram. *Just entertainment*.

Non è un caso se l'intrattenimento musicale più interessante di questi tempi passi attraverso due non-facce, senza apparenti coordinate bancarie, né major vampirizzanti alle spalle. La prima, di cui abbiamo parlato a lungo qui su *Rolling Stone*, è quella "incappucciata" di Liberato: lo scovammo agli esordi con un'intervista via mail (le risposte erano tutte in caps lock e in napoletano stretto), l'unica rilasciata finora, e ce lo ritroveremo a giugno al Sònar di Barcellona, e chissà che non atterri a un Sanremo presentato da Fiorello, nel 2020. La seconda ci è capitata sul computer un paio di settimane fa, sbirciando sul canale YouTube Gab Loter: si chiama "*De André canta la trap*", un tizio con la voce (e la cadenza, il timbro e gli accenti) del cantautore genovese, che si è messo a interpretare alla maniera di De André i pezzi trap più in voga del momento, ovvero *Habibi* di Ghali, *Cono Gelato* della Dark Polo Gang e *Tran Tran* di Sfera Ebbasta. Il risultato è incredibile: ovazioni online, plauso della critica e clic a gogo. Intervistato dai colleghi di *Noisey* circa il futuro della cosa da lui stesso creata, "*De André canta la trap*" ha risposto: "Penso che qualche altra cover potrei farla, ma in realtà non ho dei piani per il futuro". Una "vita in vacanza", senza piani per il futuro? Si può, ma ricordatevi di schiacciare il pulsante rosso REC sulla telecamera.

@GRobertini

@rollingstoneita