

SKIN / MH / Mobile

Sky Tg24 Insider

ID: 19047

Esplora tutte le offerte Sky

OFFERTE SKY

LOGIN

 [SPECIALE ARMANI](#) [MOSTRA DEL CINEMA DI VENEZIA](#) [STORIES](#) [LA RUBRICA FLASH](#) [MODA](#) [SKY TG24](#)

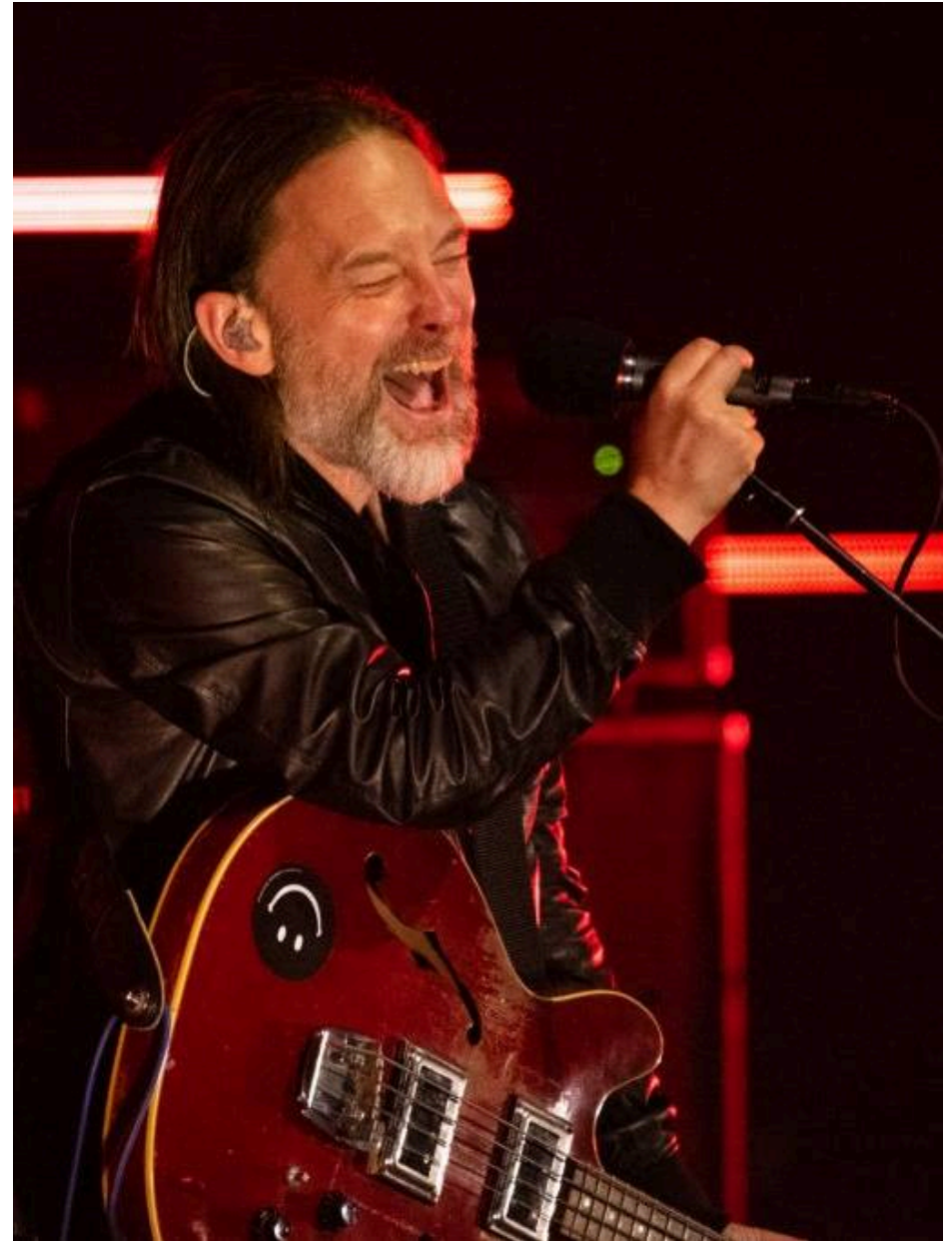
MUSICA

IL LIBRO CHE RACCONTA LA STORIA DEI RADIOHEAD OLTRE IL LORO MITO

08 set 2025 - 07:00



GIUDITTA AVELLINA



©Getty

**Un'inchiesta lunga anni, fonti riservate e retroscena di studio:
Fernando Rennis svela i segreti della band, da *OK Computer* al caso *In Rainbows*. Tra metodo, rivelazioni e contraddizioni. L'intervista**



CONDIVIDI

Pop is dead. La storia dei Radiohead è un libro che entra nella stanza dove la musica prende forma e la leggenda si costruisce. Fernando Rennis, giornalista musicale, lo ha scritto come un cronista: ascoltando decine di voci, incrociando versioni, inseguendo indizi minimi fino a farne prove. Il risultato è un racconto che smonta gli stereotipi (“band triste, politicissima e inafferrabile”) e ricompone il quadro con rigore: i Radiohead come un paradosso vivo del pop—capaci di spingersi fuori asse senza perdere la centralità della canzone.

METODO D'INDAGINE E FONTI

Nel libro si percepisce un lavoro da inchiesta. Come ha costruito la sua rete di fonti?

Ho parlato con un numero enorme di persone: tecnici, musicisti, registi, giornalisti, compagni di scuola. Alcune hanno chiesto più volte di non essere citate. Con quelle fonti, per verificare, proponevo tre ricostruzioni che ritenevo vere e una falsa: spesso abboccavano. Poi però arrivava il caps lock: *PLEASE DO NOT MENTION ME*. È stato un puzzle, ma sempre con un principio: niente gossip, solo rigore e *double check*.

Qual è stato l'accesso più delicato?

Le ultime interviste sono state con la responsabile della galleria Tin Man Art: mi hanno fatto avere materiale prima che uscisse – script con commenti, premix, persino appunti di Thom Yorke. Ho mantenuto la privacy della band: l'obiettivo non era la curiosità morbosa, ma il giornalismo.

Come si riaccende la memoria di chi ha vissuto le session?

Ricostruendo la scena. A volte partiva da un dettaglio minuscolo e poi riaffiorava tutto: "Quella sera Thom si è seduto, ha fatto *Everything in Its Right Place* e l'abbiamo registrata".

Potrebbe interessarti



MUSICA



Il ritorno del Walkman e la libertà che ci ha insegnato

È stato il primo oggetto a regalarci una colonna sonora tascabile. Ma il Walkman non è solo...

IN RAINBOWS: OLTRE LA LEGGENDA

La pubblicazione “pay-what-you-want” del 2007 è entrata nel mito. Che cosa ha scoperto?

Che non fu un colpo di teatro nato in due giorni. È stata un’operazione andata avanti per mesi, con un livello di segretezza incredibile: nemmeno alle famiglie avevano rivelato l’esistenza del disco e la data di uscita.

Da dove è partito per ricostruire quel periodo?

Da un indizio marginale: un’intervista in cui si citava *Primrose Hill*. Lì vicino c’era uno studio. Ho contattato chi lo frequentava: la prima risposta è arrivata da un tirocinante (“portavo solo i CD... però puoi sentire questo qui”). Da lì, tassello dopo tassello, tutto è andato al suo posto – *everything in its right place*.

In che modo quell’episodio ha cambiato anche la comunicazione della band?

Dopo *Kid A* molte sorprese si sono spostate sul lato della promozione. Nel libro ricostruisco la giornata di *The King of Limbs*: il livello di attenzione fu tale che qualcuno fece un live blog per un’uscita discografica. Sono maestri nel ribaltare i rituali dell’hype.

Dov’è il bivio che trasforma i Radiohead in una band “mitologica”?

Tra il 1997 e il 2000. *OK Computer* suona da subito come un classico: chitarre, ambizione, forma-canzone che si allarga. Con *Kid A* fanno un disco anticapitalista

anche nel modo di promuoverlo. Poi *In Rainbows* allunga quella traiettoria: per molti è stato “il loro *OK Computer*”, un nuovo punto d’ingresso generazionale.

POP VS SPERIMENTAZIONE: SMONTARE GLI STEREOTIPI

Quali stereotipi ha voluto mettere in discussione?

Che siano solo cupi o esclusivamente politicizzati. In realtà sono meno tristi e meno 'militanti' di quanto sembri. E meno "sperimentali" di quanto li raccontiamo: sotto c'è sempre una base molto pop, ed è anche così che si vendono 30 milioni di dischi. *Idioteque*, alla fine, è strofa-ritornello.

"Pop is dead" è una condanna o una chiave di lettura?

È una chiave. Dicono: "facciamo pop", e insieme lo uccidono – nel senso che allungano i margini del pop e poi lo fanno rinascere. Li penso come una "bara trasparente": puoi vedere se c'è ancora uno spasmo, un ritorno alla vita. Accanto a un brano più spigoloso ne mettono uno struggente, e i due convivono nella stessa identità.

Li vede più vicini ai Pink Floyd o ai Beatles?

Molti citano i Floyd, ma loro non hanno mai fatto un lato occupato interamente da un brano di 23 minuti. Direi: più vicini ai Beatles per l'attitudine – prendere il pop e spingerlo il più lontano possibile restando canzone.

Potrebbe interessarti



1022842

Live Aid: quando la musica provò a cambiare il mondo

13 luglio 1985: due palchi, due continenti, due miliardi di occhi. Ma un solo scopo:



no regno...
salvare vite...

NUOVE GENERAZIONI, SOCIAL E “CACCIA AL TESORO”

Che cosa rappresentano oggi per chi li scopre nello streaming?

Una doppia via: attrazione e respingimento. Se entri nel loro mondo, trovi umanità. Curano ancora i dischi – l'ordine dei brani – e i video provano sempre a stuzzicare. Quando un trend come TikTok rilancia *Let Down* succede a molti; con loro funziona perché l'esperienza è progettata.

Perché la band continua a usare strumenti analogici dentro il digitale (volantini, indizi fisici)?

Perché così riportano il gioco nel mondo reale. La gente scriveva su Reddit, ma poi doveva andare nei posti. I segnali erano nascosti in teatri o store inattesi. L'effetto sorpresa è la loro firma.

C'è un rischio nel raccontarli?

Idealizzarli. È giusto criticarli quando serve, ma ricordiamo anche che hanno insegnato molto: non solo canzoni, spesso sul loro blog condividevano link, idee, proteste. Hanno educato a guardare oltre.

DUE BRANI PER CAPIRLI

Il “classico totale” e la sua scelta personale?

Paranoid Android: sei minuti e mezzo come primo singolo radio e funziona.

Body Snatchers, invece, il mio: loro in una stanza, prima take, energia pura... Li ho odiati perché le volte che li ho visti live non l'hanno fatta.

UN PARADOSSO CHE FUNZIONA

Il merito di *Pop is dead* è riportare i Radiohead alla loro scala reale: non un santino, ma un organismo vivo fatto di metodo, scelte rischiose e controllo del racconto. È così che una band rimane centrale per decenni: spostando i confini del pop senza smarrire la canzone, tenendo insieme accessibilità e inquietudine, sorpresa e progetto. Se i Radiohead sono un paradosso, questo libro spiega perché quel paradosso funziona.

TAG:

MUSICA

[TORNA AD INIZIO PAGINA ↑](#)

I siti Sky:

[SKY SPORT](#)[SKY TG24](#)[SKY VIDEO](#)[SKY ARTE](#)

Servizi:

[SKY TV](#)[SKY APPS](#)[NOW](#)[SKY BAR](#)[SPAZI SKY](#)[PROGRAMMI](#)

Note legali:

[GESTIONE COOKIE](#)[COOKIE POLICY](#)[NOTE LEGALI](#)[DICHIARAZIONE DI ACCESSIBILITÀ](#)[OFFERTA SKY MEDIA](#)[CORPORATE](#)[ACCEDI A SKY GO](#) 

Per il consumatore clicca qui per i [Moduli](#), [Condizioni contrattuali](#), [Privacy & Cookies](#), [informazioni sulle modifiche contrattuali](#) o per [trasparenza tariffaria](#), [assistenza](#) e [contatti](#). Tutti i marchi Sky e i diritti di proprietà intellettuale in essi contenuti, sono di proprietà di Sky international AG e sono utilizzati su licenza. Copyright 2025 Sky Italia - Sky Italia Srl Via Monte Penice, 7 - 20138 Milano P.IVA 04619241005. SkyTG24: ISSN 3035-1537 e SkySport: ISSN 3035-1545. [Segnalazione Abusi](#)

[an error occurred while processing this directive]