

Così la generazione X (Factor) passa dalla musica all'editoria

Libri >> Prima "In parte Morgan", ora un volume sulla Ferreri: costume o marketing?

Superstar

>>
Simone Cosimi
Roma

Il punto non sta tanto nel fatto che il nome si sia trasformato in un vero e proprio brand. Succede da mezzo secolo, se non di più. Con annesso sfruttamento intensivo. La vera cifra del mondo dello spettacolo post-moderno risiede nella velocità, a volte pornografica, con cui si passa dallo status di totali sconosciuti a superstar planetarie, degne di una biografia prima dei trent'anni. Un'assillante schizofrenia del personaggio mediatico. Non poteva non accadere anche alla record woman Giusy Ferreri, che si è vista catapultare, come evidenzia il sottotitolo del libro firmato da Ugo Soave intitolato alla palermitana, "dal supermercato alle stelle". Effetto X Factor, si dirà. Sì e no. Perché anche in altri ambiti, dal cinema al teatro, si agguanta il momento con sempre più avidità e lo si coltiva con la cosiddetta strategia "a ombrello": faccio, registro, recito, partecipo, incido, scrivo, pubblico e chi più ne ha più ne metta. Dopodiché, appiccico il mio nome sul libro, film, disco, evento. Risultato garantito. Il problema su cosa diffondere viene dopo, se viene. In qualche modo,

anche se con una storia totalmente diversa e con una dignità artistica guadagnata sul campo, persino il mefitofelico Marco Castoldi alias Morgan - il barocco giudice dell'adattamento nostrano del format britannico - ha visto sdoganata la propria immagine (il proprio marchio, pardon) verso fasce di pubblico prima inimmaginabili. Altro che Bluvertigo. Dall'esplosione del (proprio) brand, anche per lui - e come ti sbagli? - è arrivato un libro: "In parte Morgan" (Eleuthera). Un'intervista durata un anno col giornalista Mauro Garofalo che spazia dalla tv alla poesia passando per il potere dei media. E che mette sotto la lente il rapporto biforcuto fra il musicista Morgan e l'uomo Marco Castoldi. "La forma - ha spiegato il bassista - è quella del dialogo, già dai tempi di Platone un modo di scrivere le idee".

Dalla storia allo show
Il leader dei Bluevertigo ha una carriera decennale ma è salito alla ribalta con il programma di Rai Due

Scrivono di lei
Nel racconto della quasi trentenne: «Questo piccolo grande amore di donna merita già una biografia?»

Oltre 160 pagine che partono da "un appartamento al sesto piano di un condominio di mattoni rossi" e arrivano fino a X Factor. Personaggi diversi, senza dubbio. Ma la strategia è ormai a senso unico: invadere gli ingranaggi del sempre più flaccido sistema culturale col proprio nome. D'altronde chi li confeziona, questi prodotti, il quesito lo sente. Eccome: "Questo piccolo grande amore di donna merita già una biografia?" - attacca infatti Soave nella biografia di Giusy per i tipi di Castelvecchi, probabilmente la più rapida pubblicazione di questo tipo in tutta la storia della musica - e perché no? Alle soglie dei trent'anni ha dimostrato di vivere alla grande l'avventura che Thor Heyerdahl (quello che si fece con la zattera in balsa Kon-Tiki 4.600 chilometri di oceano con la stessa semplicità con cui noi inforchiamo la bicicletta per andare dal giornalaio) diceva essere la più grande possibile: andare ogni giorno al lavoro felici di fare quel che si sta facendo". Nessuno vieta nulla a nessuno. Il problema semmai sta nell'opportunità di un'invasione così repentina di ogni livello mediatico: è come se un produttore di cibo per cani decidesse di mettere il proprio marchio su un caffè solubile. E poi su un ombrello. E poi ancora su maglione. Dove sono il percorso, la coerenza, il (tanto) tempo che serve? Il dubbio che tutto rientri in un trito meccanismo di amplificazione televisiva è forte. Anche perché capita con ogni reality.



Morgan, in parte
Il giudice della trasmissione e protagonista del libro _LAPRESSE