

DOSSIER

sulla luna del rock

MARCO SANTORO

Non so se Marco Castoldi, alias Morgan, abbia mai studiato sociologia. Ma di certo la sua è una postura intellettuale ed estetica che presuppone la circolazione riflessiva del sapere sociologico e la sua ri-appropriazione nella vita quotidiana da parte di quelli che il sociologo chiama l'attore o l'agente sociale. Ammetto di aver conosciuto Morgan (il personaggio quindi, e non l'uomo, la persona Marco Castoldi, di cui ancora non ho il piacere) prima come compagno di Asia Argento che come musicista. Di lui ricordo le foto viste su un rotocalco, nudo e abbracciato al corpo rotondo ma comunque attraente di una futura giovane, famosa e bella madre. Lo sapevo leader di una *band* di cui ugualmente non conoscevo le prestazioni musicali, ma solo il nome e vagamente il *look dandy*. Altri erano i miei riferimenti artistici nel panorama musicale di quei tempi: Afterhours, Massimo Volume, Marlene Kuntz e naturalmente CSI, solo per restare nei confini del rock nazionale. Ma ricordo anche la sorpresa e la curiosità all'uscita di una *cover* di quello che considero una delle vette della canzone d'autore italiana, il deandreiiano *Non al denaro, non all'amore né al cielo*. Ci voleva un bel coraggio per cimentarsi in questa opera(zione), ho pensato, e ammetto che il coraggio è uno dei valori con cui misuro non solo l'uomo ma anche l'arte. Così ho acquistato il disco (non prima di averne sentito un brano alla radio), e da lì Morgan non è più stato solo il compagno di Asia o il leader di una band di cui conoscevo solo il nome e poco più. Ho pensato, ascoltandolo, che quel disco era una prova d'autore. Che riusciva nel difficilissimo compito di rifare De André senza fargli il verso. Alcuni pezzi, ho pensato e tuttora penso, sono riusciti meglio a lui che al grande genovese. Insomma, c'era del talento in questo giovane, e valeva la pena approfondire. Cosa che ho fatto qualche tempo dopo, decidendomi per l'acquisto (in offerta, come quasi tutto quello che acquisto in questi tempi di facili *download* da *Internet*) del successivo *Canzoni dell'appartamento*, disco sofferto e intenso che celebra la fine di una storia d'amore. Beh, anche questo era decisamente un bel disco, e alcune di quelle canzoni sono diventate parte del *soundtrack* quotidiano che condivido con mia moglie, anche lei di professione sociologa, nel nostro appartamento. C'è qualcosa in Morgan che solletica o soddisfa questa categoria professionale, evidentemente. Forse l'abi-

Il pop-rock e la mediazione della televisione, quarant'anni dopo Tenco

Il corsaro Morgan

Musicista, autore di canzoni, personaggio televisivo che eleva la "canzonetta" a vera e propria espressione artistica e culturale: chi è Marco Castoldi, in arte Morgan?

lità nel giocare con le parole per rappresentare trasfigurando le relazioni sociali (straordinaria in questo senso la canzone *Aria*, di sottile ispirazione... asiatica), ma anche la complessità di una costruzione musicale e lirica che sa combinare fonti diverse evocandole distintamente ma trascendendole in un prodotto che non suona mai come pura ripetizione (è la chimica che trasuda da un pezzo pur deandreiiano come *Crash*).

Morgan restava però per me, per noi, una semplice, distante voce che usciva dalle casse acustiche. C'è voluto *X Factor* - un programma che sembra fatto apposta per solleticare le fantasie e le velleità di questo nostro popolo di ballerini e cantanti, benché adattato da un *format* di successo inventato nelle ben più compassate lande britanniche - perché mi apparisse chiara la forza d'attrazione e l'*appeal* che questo musicista monzese dal capello ribelle e dal *look* prezioso e pretenzioso esercitava su di me, sociologo di professione ancorché appassionato di musica e di canzoni.

Perché quello che Morgan praticava (e posso pronosticare praticherà in questa nuova edizione) in questo programma televisivo legato a filo doppio all'industria massmediatica,

DOSSIER

www.ecostampa.it



{ È un'ispirazione, o meglio un'ambizione, tenchiana quella che muove Morgan, che è poi ancor prima una vocazione gramsciana. }
 Costruire una nuova egemonia culturale, sfruttando le armi della vecchia. }

sia essa quella del piccolo schermo o della fonografia (rispettivamente, e simbolicamente, rappresentate dalla coppia Simona Ventura e Mara Maionchi), era proprio quella sorta di micropolitica culturale teorizzata come resistenza simbolica da decenni di studi sui destini meno che apocalittici ma più che integrati della cultura di massa, e in particolare sulle apparentemente straordinarie, e imprevedute, capacità della gente comune di appropriarsi dei prodotti dell'industria culturale, anche stravolgendoli, trasformandoli in frammenti di autentica cultura popolare. Solo che Morgan questa micro politica della resistenza non la pratica(va) seduto comodamente in salotto davanti alla televisione, sgranocchiando popcorn e chiacchierando e scherzando con gli amici, ma standoci *dentro* alla televisione, agendo dall'interno del meccanismo produttivo, in diretta davanti a milioni di telespettatori la cui competenza artistica e culturale non potrebbe che essere alquanto diversificata, con una evidente e anzi dichiarata volontà di dare al pubblico televisivo le risorse intellettuali e



Elena Ascari, *Senza titolo*, 2009, olio su tela, dittico, 200x70 cm, courtesy San Salvatore Art Project

culturali – nella fattispecie, musicali, sia tecniche sia storiche – per manipolare il mezzo massmediatico aggirandone le logiche di costruzione, meglio di riproduzione, del consenso estetico. In breve, cercando di portare quello che la tradizione della musica rock (ma più in generale pop) ha saputo produrre di buono negli oltre cinquant'anni ormai della sua storia, non solo alle orecchie della gente ma anche alle loro capacità di decodifica, di ascolto consapevole, insomma al loro orecchio musicale. “Tendo a usare un linguaggio molto semplice, divulgativo, quando sono in televisione (...). Mi sforzo di rendere il discorso il più comprensibile possibile (...). Anche quando sembra che sia irriverente, perché invio messaggi lontani da quello che il pubblico si aspetta o le circostanze prevedono e richiedono, lo faccio perché voglio che chi sta in basso possa arrivare al livello più alto di comprensione” (MARCO MORGAN CASTOLDI E MAURO GAROFALO, *In (p)arte Morgan*, Elèuthera, Milano 2008, p. 148). Che ci sia della vocazione pedagogica in Morgan è evidente da

019630



■ ■ ■
 Elena Ascari,
Senza titolo,
 2008,
 olio su tela,
 150x220 cm,
 courtesy
 Galleria
 De Foscherari,
 Bologna

ogni puntata di *X Factor*, in cui il nostro si dilunga nel racconto delle condizioni di produzione di questo o quel pezzo, della sua storia di interpretazioni e revisioni, e nell'analisi del suo contenuto o significato (ho così finalmente capito, lo confesso, chi era l'Elisa della canzone di Alice, scritta da quel Battiato a Morgan tanto caro).

Che questa sia anche esibizione del suo – bisogna riconoscere non piccolo, per quanto almeno apparentemente disordinato – capitale culturale in campo musicale e artistico, strategia di costruzione di un personaggio e della sua aura carismatica, e soprattutto occasione per siparietti televisivi anche esteriormente violenti capaci di fare *audience*, non deve distogliere dagli effetti (*ideologici*, si sarebbe detto una volta) che questa pratica decisamente atipica nel contesto televisivo può produrre. In effetti, come sociologo, sono portato a interpretare l'agire televisivo di Morgan meno con gli strumenti della teoria della resistenza simbolica e più alla luce della

nozione di imprenditore culturale: di colui cioè che utilizza il suo capitale culturale per la costruzione e propagazione di un modello di gusto artistico inedito, modello che in questo caso si potrebbe descrivere come una socialmente più equa distribuzione del gusto per la canzone intesa come forma d'arte, cioè produzione non formulaica, non standardizzata, ma capace di sorprendere per le soluzioni linguistiche e musicali che adotta.

Questo non significa, si intende, che la creazione artistica della canzone possa avvenire in diretta televisiva. Morgan non è così ingenuo. "Nel media televisivo non si può fare l'arte. Ma si può fare l'etica, la politica", dice all'intervistatore. "L'arte si fa – spiega – quando c'è il tempo per farla. Pretende giustamente tempo, è un atto che richiede di attardarsi sulle cose. Invece non è possibile fare arte in mezzo alla velocità della televisione (...)". La televisione "impone una musica buona per le vendite, pronta da subito, dal primo ascolto. Non c'è mai tempo nei *format* televisivi, solo quello per lanciare il prossimo *hit*". Sembra di leggere il sociologo Pierre Bourdieu, che se Morgan non ha letto in prima persona, deve però avere in qualche modo adocchiato od orecchiato tante sono le analogie: "l'accesso alla televisione ha come contropartita una formidabile censura, una perdita di autonomia legata, tra l'altro, al fatto che l'argomento è imposto, che le condizioni della comunicazione sono imposte e soprattutto che la limitazione del tempo impone al discorso vincoli tali da rendere davvero minime le probabilità che qualcosa possa essere detto" (*Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano 1997, p. 14). E ancora: "Il potere mediatico è una forma di dominio simbolico, visivo ma concreto, degli uomini sugli uomini", dice Morgan. E il sociologo: "la televisione esercita una forma particolarmente pernicioso di violenza simbolica, (...) una violenza che si esercita con la complicità tacita di coloro che la subiscono e anche, spesso, di coloro che la esercitano" (*Sulla televisione*, p. 17).

Di questa violenza Morgan è consapevole e vuole rendere consapevoli gli altri. Come? Usando il mezzo televisivo ma stravolgendone le regole di funzionamento, ad esempio strappando più

DOSSIER

tempo di quello concesso e insistendo per sostenere la propria visione anche contro quella ufficiale del programma, rappresentata per l'occasione dal figlio del Pooh Francesco Facchinetti (la cui aria di bravo ragazzo televisivo sembra fatta apposta per contrastare, nonostante le apparentemente comuni ascendenze marinaresche, con quella dell'impertinente e sempre eccessivo Morgan): "Molto spesso ho dovuto interrompere le interruzioni, cioè ho dovuto chiedere di non interrompermi" (*In (p)arte Morgan*, p. 152).

Ma perché Morgan va in TV? La risposta è disarmante nella sua semplicità, ma proprio per questo, ritengo, rispondente al vero, cioè autentica: "Perché così ho l'occasione di far passare musica, e riesco anche a parlarne. Se non fosse così, non la farei" (*In (p)arte Morgan*, p. 151). È un'ispirazione, o meglio un'ambizione, tenchiana quella che muove Morgan, in questo l'erede forse più puro di quella originaria tensione il cui esito tragico è a tutti ben noto, ma il cui effetto culturale non è meno evidente, e si riassume nella categoria estetica di *canzone d'autore*, parto dell'immenso lavoro culturale svolto nell'associazione che ha raccolto per prima l'eredità dello sfortunato cantautore piemontese, l'eponimo Club Tenco. Un'ispirazione tenchiana che è poi ancor prima – come sapeva bene lo stesso Tenco – una vocazione gramsciana. Costruire una nuova egemonia culturale, sfruttando le armi (i capitali, i mezzi di comunicazione) della vecchia.

Seppure non mi risulti lettore di Gramsci, Morgan è di certo consapevole di quanto debba alla lezione di Tenco, cantautore da lui esplicitamente amato e anche interpretato. Ma Morgan non è Tenco: e questo non solo per il pizzetto e l'abito da corsaro, ma perché da allora sono trascorsi decenni di trasformazioni sociali, culturali, economiche e tecnologiche i cui esiti rendono inevitabilmente diverso, semioticamente diverso, il progetto intellettuale di Morgan da quello del suo predecessore. Che non solo non è morto invano, ma ha anche condotto la sua battaglia culturale in un'epoca in cui la consapevolezza riflessiva del potere mediatico era appannaggio di pochi esperti, e difficilmente di chi si dedicava professio-

nalmente alla canzone. In questo senso, Morgan è uno dei prodotti più puri della modernizzazione culturale che ha radicalmente segnato l'Italia degli ultimi tre decenni, rendendo sempre meno plausibile l'equazione adorniana fra canzone e barbarie (cioè non cultura).

C'è però una contraddizione, non troppo apparente ma reale, in questo prodotto puro, una tensione irrisolta fra una vocazione estetica tipicamente postmoderna (che si esprime non solo nei suoi dischi ma anche nelle sue scelte estetiche come giudice di *X Factor*), votata al *pastiche* e alla contaminazione, e una fiducia tipicamente modernista nel valore della cultura e nella possibilità di attingere con l'arte la verità. "La musica che interessa a me, invece, rispetta la fruizione del pubblico. Si inserisce in quella zona di reazione nella quale l'ascoltatore può riconoscersi, rendendosi conto che quello che ascolta almeno è vero, se non giusto". Sembra sfuggire a Morgan che la logica del postmoderno trova nella televisione il suo più solido baluardo, luogo per antonomasia in cui tentare esperimenti musicali appunto postmoderni ma anche spazio dove il confine fra realtà e finzione praticamente si annulla, trasformandosi in quella iperrealità virtuale su cui hanno costruito le loro fortune intellettuali Baudrillard e i suoi seguaci. Ed è questa logica a ispirare, e cognitivamente sostenere, la domanda che mi sono sentito rivolgere solo qualche mese fa da una cara compagna di liceo che non vedevo da anni, anche lei come me e tanti altri – ho scoperto – ammiratrice di Morgan e fedele spettatrice di *X Factor*: ma Morgan, mi ha chiesto contando sulle mie peraltro non eccelse competenze musicali, è davvero un esperto di musica o ci fa? In altre parole, come distinguere il vero dal falso televisivo? È questo il punto debole del progetto intellettuale, e morale, e politico, di Morgan. Che intanto però è diventato una stella della televisione a furia di scardinare le regole apparentemente ferree della logica televisiva con le sue azzardate proposte musicali e le sue disquisizioni musicologiche. Potere del mezzo, si dirà. Ma anche, mi piace credere, potere della musica. ■