

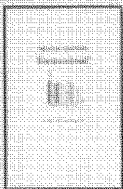
Tormentoni

di Peter Szendy - **Adelphi** Edizioni,

pp. 112, euro 12,00

Non fosse chiaro intuitivamente il soggetto, spiega tutto il sottotitolo: *La filosofia nel juke-box*. Di questo si tratta: esaminare col più raffinato strumento d'indagine intellettuale ciò che il docente di marketing statunitense James Kellaris - citato nel testo - chiama "tari nell'orecchio", ossia le canzoni che penetrando nel padiglione auricolare finiscono per installarsi - sovente a dispetto della "vittima" - nel cervello.

L'eclettico e sregolato Boris Vian le definì oltre 50 anni or sono - quando era direttore artistico della Philips - *tubes*, prendendo a prestito il titolo di un brano - *Le Tube* - da lui scritto per Henry Salvador. Di lì parte



la dotta discettazione dell'autore, che insegna all'Università di Nanterre ed è consigliere della Cité de la Musique. La missione è spiegare perché i "tormentoni" hanno quel potere. E

lo sforzo compiuto è ammirevole: un esercizio d'equilibrismo concettuale che trova sponde nella filosofia (Kant, Kierkegaard, Benjamin) e nel cinema (da Fritz Lang a Hitchcock). Esemplare, da quest'ultimo punto di vista, l'allusione - inevitabile - al recente *On Connait la Chanson* di Alain Resnais, da noi *Parole, parole, parole*:

come la canzone interpretata - era il 1972 - da Mina in tandem con Alberto Lupo, a cui Szendy dedica un intero capitolo del pamphlet. Fa poi slalom tra alcuni paletti che hanno segnato la storia della musica popolare del secondo Novecento, da *Satisfaction* degli Stones all'"insopportabile" - a suo dire - *Imagine* di John Lennon, fino ad *Around the World* dei Daft Punk.

Fulcro del ragionamento è l'idea che le canzoni stesse siano depositarie di una consapevolezza di sé su cui si fonda una sorta di metalinguaggio autoreferenziale. Qualcosa come un'anima, ricondotta nel testo al principio marxiano del valore di scambio, che sovrappiù il valore d'uso e genera il feticismo delle merci (sindrome di cui ultimamente è preda chi si lascia atterrire dalla prospettiva della "morte del disco").

Alberto Campo