

*The Last Forty Years of Italian Pop Culture. "Andare al Popolo."* Edited by Enrico Minardi and Paolo Desogus. Cambridge Scholars Publishing, 2020.

È bene iniziare questa recensione partendo dalle motivazioni che hanno spinto alla creazione del volume *The Last Forty Years of Italian Pop Culture*, che sono molto valide e lo rendono uno strumento utile e prezioso. Per prima cosa, la bibliografia accademica sui fenomeni pop italiani è ancora relativamente scarsa, specie se messa a confronto con l'imponente mole di studi prodotta in ambiente anglosassone da diversi decenni a questa parte: questa situazione è dovuta, in buona parte, a una persistente ostilità da parte del mondo accademico della Penisola, spesso riluttante a misurarsi con i prodotti del mercato culturale contemporaneo. Se poi si guarda alle fonti – primarie e secondarie – disponibili in lingua inglese, il panorama è desolante: la quasi totale assenza di testi primari in traduzione e di strumenti critici fa sì che sia difficile, per il mondo non italofono, accedere a questo ambito di studio, che rimane, di fatto, un territorio sconosciuto alla maggior parte degli studiosi stranieri – persino quelli più interessati ai fenomeni pop.

Enrico Minardi, nell'introduzione (*When It Opens, It Makes Pop the Essays*, VII-XIII), rileva la necessità di offrire alcuni punti di riferimento metodologici ed ermeneutici per affrontare una materia varia e multiforme, della quale è problematico persino proporre una definizione precisa. Scegliendo, saggiamente, di non addentrarsi in questioni terminologiche e classificatorie, il curatore si limita a sottolineare la natura intrinsecamente inclusiva della categoria del pop, refrattaria a categorizzazioni troppo nette. Un approccio di questo tipo consente di includere nel volume contributi dedicati ai temi più vari, che, lungi dall'offrire una panoramica completa di ciò che è considerabile come pop in Italia (un'operazione irrealizzabile nella pratica), forniscono comunque al lettore non italofono alcuni squarci su singoli aspetti della cultura italiana contemporanea: musica, televisione, teatro, fumetti, manifestazioni pubbliche, ecc. Condivisibile anche la scelta di occuparsi soltanto degli ultimi quarant'anni, in modo da escludere programmaticamente dalla trattazione gli anni Settanta, periodo sul quale esiste una bibliografia critica piuttosto consistente. Ciò nonostante, si decide di non ignorare del tutto gli anni precedenti, che non sono, come è ovvio, del tutto separati da ciò che accade in seguito: l'analisi di alcuni fenomeni sociali e culturali di lungo periodo non può cancellare arbitrariamente tutto quello che avviene prima del 1980. La ragionevolezza di tale impostazione è ben illustrata, per esempio, dai saggi di Nicola Giosmin sul Festival di Sanremo (85-118) o di Jessy Simonini sulla Festa dell'Unità (201-218), dedicati a manifestazioni che hanno inizio molto prima dell'arco temporale coperto dal volume, ma che proseguono anche negli ultimi quattro decenni. Allo stesso tempo, ponendosi in quest'ottica, appare poco convincente la scelta di includere il saggio di Raffaele Furno sulla commedia musicale (119-137), un lavoro molto informativo e ben documentato, ma del tutto distaccato, nei propri contenuti, dal periodo in analisi, essendo focalizzato esclusivamente su spettacoli teatrali prodotti tra il 1955 e il 1976, senza apparenti aperture sulle decadi successive.

Passando, dunque, alla presentazione dei singoli contributi inclusi nel volume, segnalo l'efficace cappello teorico proposto da Paolo Desogus (*From Popular Culture to Culture of Opposition in Eco's Critical Work*, 1-12), che esamina le proposte critiche di Umberto Eco, senza dubbio uno degli studiosi più influenti nel processo di legittimazione del pop in Italia. L'analisi è condotta a partire dai contenuti del dibattito tra Eco e alcuni esponenti del Partito Comunista Italiano, utile a comprendere le idee del semiologo e, allo stesso tempo, a illustrare altre posizioni allora – e, almeno in parte, ancora oggi – in vigore.

Il pezzo di Emanuela Patti (*Popular Culture in the Digital Age*, 13-29) si occupa di fenomeni culturali recenti, in apparenza disparati e accomunati soltanto dalla loro popolarità, ma che la studiosa correttamente accosta in quanto brillanti episodi di *brandizzazione*. Si può

quindi parlare del *brand*-Gomorra, transitato dalle pagine del romanzo di Roberto Saviano ad altri media come cinema e televisione; del *brand*-Chiara Ferragni, forse la più nota *fashion blogger* del mondo, in grado di fare della propria persona un prodotto di enorme successo, principalmente per mezzo delle opportunità offerte dal *web*; del *brand*-Winx Club, passato dai fumetti all'ambito digitale, radunando una schiera internazionale di estimatori.

Lorenzo Mari (*Us and Them or We Are Not What We Eat. Meat Consumption and Islamophobia in Contemporary Italian Culture and Politics*, 31-47) propone invece un percorso che coinvolge opere letterarie, quindi afferenti alla cultura tradizionalmente intesa come "alta," assieme a pratiche sociali e alimentari, legate invece alla vita quotidiana. Attraverso questa indagine, lo studioso tocca questioni legate all'identità etnica e culturale, alle dinamiche di inclusione ed esclusione, agli importanti sottintesi politici – sovente di natura autoritaria – nascosti sotto l'ostentata difesa ed esaltazione del consumo di carne.

Il capitolo di Silvia De Min (*The Language of The People: Comedy and Tragedy in the Last 40 Years of the Italian Theatre*, 49-67) imposta un'interessante analisi incentrata su alcuni dei più noti *performer* comici italiani degli ultimi decenni (Dario Fo, Beppe Grillo, Marco Paolini, Ascanio Celestini), accomunati, al di là del loro successo, dalla pratica del monologo, dalla ricerca di un rapporto diretto con il "popolo" e dal progressivo avvicinamento al mezzo televisivo, passaggio obbligato per la loro affermazione presso il grande pubblico. La studiosa ricostruisce con precisione i meccanismi comici utilizzati dai diversi interpreti, evidenziando *in che modo* essi causino il riso e/o provochino riflessioni più profonde negli spettatori. Tuttavia, mi pare che dallo studio traspaia un'idea gerarchica di cultura, contraria all'inclusività proposta dai curatori del volume. Si tratta, ovviamente, di una posizione legittima del singolo critico, che, però, sembra influenzata alla radice dal medesimo pregiudizio verso il pop che ha portato all'esclusione di tale ambito di studio dagli ambienti accademici italiani: la convinzione che esista un *high popular* ("which presents ancestral passions of the man of every age," 50), nettamente contrapposto a un *low popular* ("political and commercial drift of the principles of the former," 50), ripropone infatti, in termini diversi, l'annosa divisione tra cultura "alta" e "bassa." Ciò che, nel contesto latamente pop, è assimilabile alla cultura tradizionalmente intesa come "alta" – quindi a ciò che non è pop – è degno di giudizi positivi; tutto il resto, al contrario, è visto con sospetto. Paradossalmente, quindi, il pop "migliore" è quello meno pop. In questo senso, uno dei bersagli polemici è identificato in Beppe Grillo, che viene costantemente messo a paragone con Dario Fo e giudicato inferiore. Una conclusione condivisibile, ma che sembra ignorare un dato fondamentale, ossia che i due artisti propongono, legittimamente, operazioni molto diverse. La comicità può, infatti, avere declinazioni differenti, da quelle più sofisticate di Fo a quelle dirette e populiste di Grillo, per molti versi più vicine alla *stand-up comedy* americana che al teatro di narrazione. L'idea che i comici si possano rivolgere alle masse – sfruttando quindi strategie immediate, le più adatte a coinvolgere un pubblico vasto – risulta inaccettabile, in virtù di una visione monolitica del comico, nel quale deve essere sempre chiaro il sottotesto tragico: "When laughter becomes collective amusement, mass amusement, it is much more reassuring than tragic" (64). Tale visione porta al paradosso contenuto nel finale del saggio, ossia le lodi per un'opera tragica (*Oresteia*, presentata dalla compagnia Anagoor alla Biennale di Venezia del 2018); solo la tragedia, infatti, è in grado di esprimere la tragicità insita nel "vero" pop. Difficile, però, pensare che un'opera teatrale iper-colta come *Oresteia* di Anagoor, presentata nel contesto di un festival d'arte contemporanea, possa avere un contatto significativo con un pubblico che vada al di là di pochi esperti.

Valentina Sturli, in *Montalbano: The Champion of Trust* (69-83), osserva in modo ravvicinato il fenomeno transmediale del commissario Montalbano, creato dalla penna di Andrea Camilleri e divenuto ancora più iconico grazie alla serie televisiva ispirata ai romanzi. Una delle conclusioni del saggio è che il successo del personaggio è dovuto alla sua statura

morale, che ne fa un'icona del poliziotto ideale, piuttosto lontana dall'immagine che molti cittadini italiani hanno delle forze dell'ordine del mondo reale.

Nicola Giosmin (*Dissolving the People. The Role of Popular Singing Competitions in Italy from the Fifties until Now*, 85-118) prende in esame le competizioni musicali, specialmente il Festival di Sanremo, illustrando i cambiamenti avvenuti nella lunga storia della gara canora più famosa d'Italia. L'analisi è approfondita e riesce a cogliere alcuni dei tratti ricorrenti e delle principali svolte che hanno caratterizzato le proposte musicali del festival. L'unico appunto che sento di fare è alla prospettiva apocalittica – in senso “echiano” – adottata dalla trattazione, soprattutto quando l'autore si dedica agli ultimi anni della competizione, da lui ritenuta ufficialmente morta nel 2009, dopo la vittoria di un ex partecipante del *talent show* Amici di Maria de Filippi. A suo parere, il festival è defunto come evento di massa, avendo lasciato il posto a una pura esibizione di individualismo da parte dei cantanti. Tuttavia, mi sembra che l'unico modo per definire “morto” un fenomeno pop sia constatare la mancanza di un pubblico, cosa che non pare accadere con Sanremo: l'*audience* è certamente diversa rispetto al passato, ma è ancora molto consistente in termini numerici, come dimostrano i dati di ascolto. Alcuni dei brani proposti nel concorso continuano poi a primeggiare nelle classifiche di vendita: si veda, ad esempio, il pezzo vincitore dell'edizione 2019, *Soldi* di Mahmood. Le profonde trasformazioni sottolineate dal critico sono effettivamente avvenute, ma non vanno, a mio parere, necessariamente interpretate come segni di decadenza. Se, da un lato, la retorica e il sentimentalismo tipici di certe canzonette del passato non sono certo scomparsi, altrove sono occasionalmente emersi temi nuovi, più vicini alla realtà italiana contemporanea e impensabili nel contesto di alcuni anni fa: rimando ancora al brano di Mahmood, che racconta in prima persona l'esperienza dell'immigrazione e dell'abbandono familiare. La ricchezza di spunti offerti da questo saggio è, in ogni caso, notevole: un lavoro molto denso che si apre a riflessioni di natura diversa.

L'analisi di Raffaele Furno sulla collaborazione tra Piero Garinei e Sandro Giovannini in ambito teatrale (*Italian Commedia Musicale. Capitalizing on Memory and Nostalgia*, 119-137) mette efficacemente in luce le principali caratteristiche delle opere – profondamente “popolari,” nel senso di “pensate per piacere al pubblico” – prodotte dai due autori, ponendole in dialogo con i profondi mutamenti sperimentati dalla società italiana tra gli anni Cinquanta e Settanta.

Paolo Prato, nel suo saggio *Santa Claus is Coming to Italy: Updating the Debate About Americanization* (139-157), si occupa di un tema sempre caldo nell'analisi dei fenomeni pop italiani, ossia l'influenza del mercato culturale statunitense. Attraverso una prospettiva insolita, ovvero l'analisi delle feste natalizie – con il loro contorno musicale, cinematografico (*cinepanettoni*), commerciale, ecc. – lo studioso illustra efficacemente la profonda impronta lasciata dalla cultura d'Oltreoceano, ben incarnata dalla diffusione della figura di Santa Claus / Babbo Natale nell'immaginario collettivo.

L'eccellente saggio di Olga Campofreda *The Death of L'Uomo Ragno: Italian Subcultures and Consumerism in the Early Nineties as Told in 883's Lyrics* (159-183) si occupa dei primi lavori di uno dei gruppi musicali di maggiore successo degli anni Novanta in Italia, gli 883. Il saggio incrina la visione tradizionale della band, solitamente considerata portavoce di un modo di fare musica leggero e privo di profondità. Attraverso un esame dei primi album della band e del *milieu* in cui essi sono prodotti, questo capitolo restituisce con precisione la fitta rete di riferimenti all'Italia dell'epoca contenuti nelle canzoni, mettendo in evidenza l'originale prospettiva con cui il gruppo affronta diversi temi, prestandosi al successo presso le masse, senza rinunciare, allo stesso tempo, a commentare – spesso in modo negativo – la realtà circostante. In questo modo, gli 883 vengono collocati tra i primi portavoce di “a ‘pop’ form

of engagement,” un’operazione ibrida che si colloca “in the hit lists among songwriters and commercial music, sharing some aspects with both of the categories and yet not really fitting in either of them” (180).

Il pezzo seguente (Rachel Haworth, *On Mina, Celentano and Le Migliori: Popular Cultural Icons in Contemporary Italy, 185-200*) ragiona sul concetto di iconicità prendendo in considerazione l’ultimo album sfornato dalla coppia formata da due dei cantanti più noti del panorama italiano, Mina e Adriano Celentano. In particolare, la studiosa si concentra sui video musicali realizzati per lanciare il lavoro.

Jessy Simonini (*A Popular Counter-Culture: The Example of the Italian Festa dell’Unità, 201-218*) ricostruisce la storia di uno degli eventi più iconici nell’immaginario italiano, la Festa dell’Unità, fondamentale sia per diffondere presso il pubblico il messaggio politico del PCI, sia come spazio culturale. L’approfondita analisi, basata anche su fonti d’archivio, descrive anche alcune rappresentazioni della Festa nel cinema e nella letteratura.

In coda, Francesco Rizzo (*Zanardi: Superhero in the Post-Ideological Age, 219-247*) esamina i principali protagonisti della saga di Zanardi, realizzata dal fumettista Andrea Paziienza, una delle figure fondamentali della controcultura italiana tra anni Settanta e Ottanta. Da tale descrizione emerge con chiarezza la figura del protagonista, considerabile come un eroe (o meglio, antieroe) postmoderno, completamente intento al proprio piacere e anestetizzato rispetto a qualsiasi empatia verso il prossimo. Zanardi è insomma l’incarnazione – esagerata a dovere – dell’individuo contemporaneo, i cui vizi sono messi sotto la lente d’ingrandimento ed elevati a una dimensione talmente eccessiva da divenire epica.

In conclusione, questo volume costituisce un contributo importante alla conoscenza della cultura pop italiana all’estero e propone ai lettori spunti e squarci interessanti di questo ambito tanto variegato. Pur nella disomogeneità degli approcci proposti – che risponde in buona parte alla complessità del soggetto trattato – la miscellanea si configura come un utile passaggio di un processo di legittimazione ancora in corso, cui sarà necessario, in futuro, aggiungere nuovi tasselli, in modo da coprire in modo sempre più completo le numerose sfaccettature dell’ampio mosaico della *popular culture* italiana.

FRANCESCO SAMARINI

*Indiana University – Bloomington*