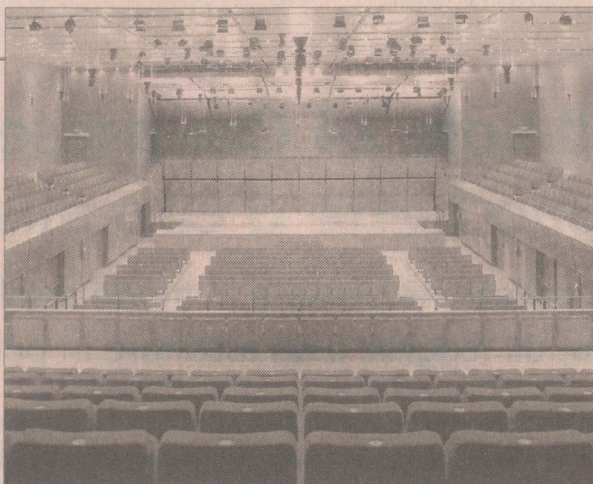


DI QUIRINO PRINCIPE

L'ultimo libro di Francesco Leprino, da anni strenuo difensore del proprio diritto di dire ciò ch'egli pensa, è *L'orecchio del mercante*, edito da EurArte (via Statale 75, 23829 Varenna, 0341 815160, info@eurarte.it), e già il titolo ci attrae con la sua doppia intenzionalità: indagare su chi oppone «orecchi da mercante» alle ragioni della musica, e denunciare i «mercanti nel tempio (della musica)» alla magistratura che non c'è e che vorremmo veder nascere, quella capace di adottare criteri estetici di giudizio, gli unici seri ed efficaci. Da sempre abbiamo assunto l'immagine del tempio a metafora di ciò che ha nobile destinazione ed è insozzato da cose



Il nuovo auditorium di Roma disegnato da Renzo Piano (Contrasto)

ignobili. Esempio: l'Auditorium di Roma, umiliato da melensaggini e da sfilate di costumi da bagno. Non è necessario essere credenti in una religione per essere autorizzati a usare la

parola "sacro", che corrisponde a un'idea molto più ampia del solito significato teologico e "trascendente". Per noi, il sacro è l'arte, la musica, e tutto il resto non conta. Quanto alla pa-

DEGNI DI NOTA

Uno studio di Francesco Leprino sulle strategie del marketing musicale

L'arte di vendere luci e suoni

rola "tempio", è lecito usarla come metafora, sì o no? Se spazio e tempo complici scellerati ci rendono infelici e ci avviano al nulla, l'arte è l'unica forza che costringa l'esistenza a concederci l'essere, e la musica è l'arte che ci rende più facile e immediata tale conquista, poiché riduce al minimo il prezzo da pagare alla corporeità. Leprino s'incammina su un terreno sgradevole ma inevitabile: ci mostra un'infinità di procedure d'individuazione e di giudizio, svela i penosi trucchi concettuali e linguistici con cui i disonesti

intelligenti si creano gli alibi per poter essere sempre "corretti". Dal suo libro? perché no? si deduce anche un'implicita risposta agli scempi perpetrati contro la nobile finalità dell'Auditorium romano e alle ripugnanti giustificazioni populistiche e "democratiche" (!?) di tali scempi ("bando ai razzismi", "svacchiare", "utilità pubblica", "utilizzazione redditizia", e via gorgheggiando).

Leprino coglie la musica in flagrante nel momento in cui essa comincia a essere altro da sé: una cosa. Svolazza il fanta-

asma di Adorno? Certo. Perché non dovrebbe svolazzare? Ogni pagina di Leprino ci colpisce per la dovizia d'informazione e per l'originalità dell'argomentare; a ogni pagina vorremmo applaudire. Un esempio: il capitolo sul "comfort dell'ascolto" e i suoi effetti perversi. Che cosa dicono le canaglie? Il rock e la popular music eccetera sono vincenti perché aggressivi, perché spaventano con la loro "novità" (!), mentre la musica "classica" (!) è per vecchi, è rassicurante, è di routine. Leprino osserva ciò che quasi nessuno, fra i colti e

raffinati ma "correct" sociologi della musica, osa osservare: che il sound vincente vince non perché aggressivo e forte, ma perché è debole, lagnoso, melenso, e lo è poiché è ibrido, pasticciato, malmaritato, e «tali mescolamenti non inventano nuovi archetipi culturali, creano semplicemente prodotti». Si domanda l'autore, nell'ultima pagina di questo libro da combattimento (artiglieria pesante), se chi studia la "musica colta" sia paragonabile all'Occidente, «costretto al declino in una società multietnica della musica livellata verso il basso, verso una democrazia che tutto comprende e nulla distingue». Leprino, che ancora una volta batte sul tasto giusto, sa che l'Occidente non è costretto al declino: declina solo se vuole declinare. "Costretto" è la parola usata dalle canaglie smascherate dall'autore di questo libro, le stesse che gorgogliano: «Badiamo alla sostanza!».

Francesco Leprino, «L'orecchio del mercante. Riflessioni intorno alla musica nel mercato della comunicazione», prefazione di Gillo Dorfles, EurArte, Varenna (Lecco) 2003, pagg. 192, € 15,00. I temi trattati in questa recensione saranno, fra molti altri, oggetto di una conferenza che Quirino Principe terrà a Roma, all'Auditorium (Parco della Musica) di viale de Coubertin 14, domenica 18 gennaio 2003 alle ore 11.

Il Sole 24 ORE

DOMENICA

DOMENICA 11 GENNAIO 2004 - N. 10 — PAGINA 43