DOPPIOZERO

L'mmaginario videomusicale contemporaneo

Alessandro Alfieri
22 Ottobre 2017

Attraverso una sapiente costruzione “a scatola”, il videoclip *Out of Control* che il videomaker Wiz realizza nel 1999 per i Chemical Brothers evidenzia come la narrazione della guerriglia urbana e dell’opposizione all’autorità sia stata assorbita e fagocitata dal linguaggio pubblicitario, dimensione alla quale l’ambito della videomusica appartiene per sua stessa natura.

Il continuo capovolgimento narrativo a cui assistiamo evidenzia un paradosso irrisolvibile connaturato all’attuale orizzonte massmediale; come afferma Bruno Di Marino, «I massmedia – dunque anche il videoclip stesso – non fanno altro che confondere vero e falso, politica e consumismo, rendendo qualsiasi messaggio ambiguo […] La contraddizione di una forma espressiva che da un lato vende qualcosa, dall’altro critica ciò che vende, da una parte persuade e dall’altra ci mette in guardia dagli imbonitori». Tale paradosso è restituito su più piani anche dalla dimensione formale: la fotografia adottata nella varie fasi dell’impianto narrativo conferma la spirale dialettica, dal momento che nel finale «tutto il livido gelo di riprese freddissime e concitate […] creano un formidabile contrasto col calore della pellicola usata per la prima parte bellica del clip» (D. Liggeri): la saturazione cinematografica ed espressionista della prima parte del video, iper-estetizzata e retorica, caratterizzata persino dall’accenno a una storia sentimentale tra i protagonisti interpretati da due icone del cinema americano come Isabel Rosario Dawson e Michel Brown, si compie definitivamente nell’irruzione del brand e nella rivelazione che si trattasse di uno spot trasmesso da un televisore in una vetrina.

Dopo pochi secondi la vetrina viene sfasciata, il verde acido delle riprese a infrarossi e uno stile registico con camera a spalla più spontaneo e crudo, più “reale”, ci conducono in scene di violenza urbana ispirate al movimento zapatista, dove vengono distrutti i distributori pubblici della Viva Cola; tutto questo all’interno dell’ulteriore circuito dialettico, quello complessivo, rappresentato dal videoclip in sé. Non c’è da stupirsi che la Pepsi si sia fatta ispirare dal video dei Chemical Brothers per una campagna promozionale per il 2017, dove la modella Kendall Jenner evita possibili tensioni durante un corteo di manifestanti, offrendo una lattina a uno dei poliziotti che accetta e beve con piacere.

Lo spot è stato ritirato per via delle polemiche ricevute da più fronti. Lo stesso Wiz, in una nota uscita ad aprile sulla webzine “The Fader”, ha preso posizione sullo spot specificando come ciò che era stato mostrato 18 anni fa nel suo videoclip si fosse cinicamente inverato; ma d’altronde, come mostra il finale dell’acclamata serie tv *Mad Men*, si tratta di una dinamica ideologica, quella tra mercato e ribellione, che la Coca Cola ha sfruttato a suo favore fin dagli anni ’70, col celebre spot degli hippies (rappresentanti di quel movimento contro-culturale sorto in opposizione alla società consumista, della quale proprio la Coca Cola era ed è il principale simbolo) che cantano di pace, amore e fratellanza con una bottiglia di Coca Cola in mano; non a caso uno dei sostenitori dell’EZLN nella parte finale di *Out of Control* ha sulla maglietta la scritta «It's the real thing», slogan della celebre campagna della Coca Cola.

La forza del mercato sta nel fatto che esso contempla, fin da subito, la sua stessa negazione nonché la ribellione nei suoi confronti, che viene tradotta in immagine e assorbita come cinica ed efficace strategia di fascinazione. Come d’altronde affermava già Guy Debord, «non si possono opporre astrattamente lo spettacolo e l’attività sociale effettiva; questo sdoppiamento è esso stesso sdoppiato. […] la realtà sorge nello spettacolo e lo spettacolo è reale. Questa reciproca alienazione è l’essenza e il sostegno della società esistente. Nel mondo *realmente rovesciato*, il vero è un momento del falso».

Per Kanye West e Jay-Z, il regista Romain Gavras dirige nel 2012 *No church in the wild*, pseudo-documentazione distopica di uno scorcio di guerra civile ambientato a Praga, città ferita storicamente da reali conflitti civili. Il rallenti, le luci laser e le inquadrature che accentuano l’effetto estetizzante, come le ombre dei monumenti del realismo socialista, negano un chiaro contenuto ideologico e politico: Gavras mette in scena «un *happening* sanguinoso orchestrabile all’infinito» (L. Pacilio), non provocatorio e catarticamente “bello da vedere”. Tale giudizio sull’estetizzazione della violenza e della guerriglia urbana, e soprattutto l’interrogativo che lo spettatore pone a se stesso sulla legittimità di tale giudizio, rappresentano la dimensione metatestuale che riscatta lo stile manierista di Gavras, rivelandosi (lui e il suo video) ben meno ingenui di quanto si potrebbe pensare.

D’altronde Gavras è il videomaker che più di tutti negli ultimi anni ha lavorato sull’esibizione della violenza; un videoclip perseguitato dalla censura e che Chris Marker ha difeso con passione, è *Stress* realizzato per i Justice nel 2008. Nel video il vandalismo della gang della banlieue parigina è documentata in maniera fredda da un occhio interno; come per ogni *mockumentary*, il video attesta un’attrazione per il reale tipica della popular culture degli ultimi anni, confermata dall’audio del video, un mix di canzone e suoni ambientali. La violenza affascina innanzitutto perché si mostra come violenza reale, non posticcia o teatralizzata, o

estetizzata stilisticamente come nel caso di *No church in the wild*. Diversi elementi metatestuali però interrompono l'affabulazione documentaria rivelandone la "falsità" e legittimando moralmente la nostra attrazione, anche perché qui la violenza non è "oppositiva" o rivoluzionaria: le vittime sono persone qualsiasi, donne che aspettano la metropolitana, anziane indifese per la strada, addirittura clochard terrorizzati dalla furia distruttiva della banda.

Fin dall'apertura, il video insiste molto sulle riprese della schiena dei membri del manipolo di giovani, e il fatto che i membri della gang indossino un giubbotto di pelle dove è presente la grande croce nera che è il logo della band dei Justice, è da subito una messa in evidenza della dimensione finzionale delle immagini. In diverse occasioni, alcuni dei protagonisti e delle comparse guardano in macchina, creando un corto-circuito difficilmente districabile; afferma Pacilio che «i frequenti sguardi in macchina […] si risolvono in altrettante interpellazioni allo spettatore». Lo sguardo in macchina sembra confermare la veridicità del documentario, perché rende bene l'atteggiamento tipico di chi si ritrova ripreso da una macchina da presa suo malgrado; infatti, il video vuole sembrare un'autentica manifestazione della violenza urbana, ripresa dal vivo da un documentarista, perciò la macchina da presa deve necessariamente denunciare la sua presenza. Tale presenza raggiunge l'apice nella chiusura del video, quando il presunto documentarista viene aggredito e picchiato dal gruppo di giovani coi quali sembrava simpatizzare: l'occhio della mdp finisce a terra, tra le urla e gli schiamazzi dei vandali, ma l'esistenza stessa del video attesta l' "irrealtà" dell'intero prodotto. Qui la violenza è esibita ma anche interrogativa: essa è disturbante ma anche masochistica, perché si rivolge contro l'immagine stessa, contro lo strumento disposto a documentarla.

Diverso il discorso di Gavras per *Born free*, video girato per M.I.A nel 2010 e terzo momento della trilogia della violenza del regista di origini greche; si tratta di una narrazione distopica dove la violenza estrema è quella dell'esercito che irrompe in un quartiere popolare per prelevare una serie di giovani dai capelli rossi e condurli nel mezzo di un campo minato, costringendoli a correre tra le mine. Le scene sono particolarmente aggressive e forti, ma qui sono trasfigurate nel discorso narrativo classico dell'opposizione binaria autorità/vittime: rispetto a *Out of control*, la dimensione distopica impedisce l'inquadramento al contesto specifico della ribellione, restando astratto (sappiamo solo che l'esercito è quello statunitense), seducente perché onnicomprensivo nella sua obliquità.

D'altronde la popstar M.I.A incarna perfettamente il paradosso caratteristico della cultura di massa contemporanea: cantante di origini singalesi e trapiantata a Londra, M.I.A non ha mai fatto segreto del suo sostegno convinto alle Tigri del Tamil, movimento paramilitare comunista sconfitto dall'esercito dello Sri Lanka nel 2009 dopo decenni di controllo di ampissime aree della nazione. Molti suoi testi inneggiano alla lotta armata e al terrorismo, e in quei casi domina lo stile musicale "grime" (forma di *urban rap* con arrangiamenti *drum and bass*, *jungle* e *dub-step*); tuttavia, nella maggior parte della sua discografia M.I.A si rivela perfettamente integrata nell'orizzonte della produzione pop-dance americana: collabora tra le altre con Madonna e Christina Aguilera in più occasioni, e oggi è tra le popstar più seguite, vendute e

commercializzate dal mercato culturale globalizzato.

La violenza esibita è anche al centro di uno straordinario lavoro del collettivo Megaforce: si tratta di *The greeks* degli Is tropical del 2011, music-video che coniuga con mestiere riprese reali ad animazioni digitali, traducendo un innocuo gioco tra bambini in una cinica carneficina con tanto di terroristi, mafiosi, esecuzioni, esplosioni…

La connessione tra violenza e universo infantile torna spesso nell'immaginario videomusicale (pensiamo anche a *Sixteen Saltines*, di AG Rojas per Jack White del 2012); qui nello specifico si tratta di una trasfigurazione palesemente immaginifica, dal momento che la violenza diventa reale perché si traduce in immagine, invece di restare nell'immaginazione dei ragazzini che giocano. Tale traduzione è concessa dalla stilizzazione digitale del cartoon, modalità espressiva solitamente legata alla spensieratezza favolistica dei bambini, che diventa rappresentazione visionaria di un massacro agghiacciante smarcandosi dalla sua tradizionale adozione massmediale. Ora, se il cartoon capovolge il proprio segno, diventando spietato e ultraviolento, è pur vero che proprio l'innesto dell'animazione fumettistica "irrealizza" le atrocità del racconto, facendosi strumento metatestuale in grado di portare a coscienza i problemi relativi al rapporto tra immaginario infantile e gioco da un lato, violenza, terrorismo e guerra dall'altro.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO