

Il pop di Tommaso Labranca

Pasquale Palmieri

1 Ottobre 2026

“Di solito gli osservatori credono di raggiungere precisione e imparzialità ponendosi in orbita geostatica sull’oggetto del loro studio, avvertendo nel frattempo della loro totale non-appartenenza all’ambiente che analizzano. Io invece non mi trovo *sopra*, ma *dentro* al trash. Lo osservo e lo difendo attivamente dagli attacchi dei suoi molti nemici”.

Con queste parole, Tommaso Labranca provò a esplicitare il suo punto di vista nell’ormai lontano 1994, in un libro destinato a inaugurare una feconda stagione di articoli e saggi: *Andy Wharol era un coatto. Vivere e capire il trash* (edito da Castelveccchi). Le riflessioni dell’autore sembravano svincolate da un preciso orizzonte metodologico, ma rivelavano in realtà una solida consapevolezza teorica, che si traduceva nella costruzione di una nuova nomenclatura. L’obiettivo esplicito era infatti trovare parole e categorie interpretative efficaci per descrivere l’Italia delle televisioni commerciali, del mercato dell’intrattenimento, della pubblicità di massa, delle periferie metropolitane, degli autogrill, delle discoteche, dei bar, delle sale giochi, delle paninoteche e delle lunghe file in tangenziale.

Dopo essere diventati pezzi pregiati sul mercato editoriale, venduti a cifre improponibili sulle piattaforme digitali, alcuni scritti di Tommaso Labranca tornano oggi a essere disponibili nel volume antologico [*Dal pop al popolo*](#), curato da Claudio Giunta per Mondadori e accompagnato da una ricca cronologia di Luca Rossi. Si potrebbe pensare, almeno a un primo sguardo, a un’operazione di risarcimento nei confronti di uno scrittore rimasto a lungo ai margini dei circuiti ufficiali. In effetti la biografia di Labranca – morto nella sua casa di Pantigliate (Milano) nell’agosto del 2016, a soli 54 anni, in un periodo di grandi difficoltà lavorative – si presta bene a essere inserita in una tradizione narrativa di lungo corso, incline a sfruttare le peripezie dell’eroe picaresco (o dell’intellettuale picaresco), sospeso fra clandestinità, solitudine e ricerca di legittimazione. Per fortuna, almeno in questo caso, la scorciatoia di una formula collaudata viene messa da parte, per lasciare spazio alla valorizzazione di un patrimonio testuale

ampio, che ci consente di osservare una transizione storica complessa da un'angolatura assai rara nella produzione saggistico-letteraria.



Gli aspetti cruciali dell'opera di Tommaso Labranca sono stati già evidenziati da Claudio Giunta nella monografia [*Le alternative non esistono*](#) (Il Mulino, 2020). È bene dunque esporli in sintesi: Labranca si tiene lontano dall'attitudine del

cronista, veicolando le sue energie verso un'osservazione meticolosa del pop sviluppata "con occhi da storico". Si sottrae alla tentazione di compilare cataloghi di stravaganze, preferendo concentrare l'attenzione su alcuni oggetti specifici – canzoni, film, spettacoli televisivi, mostre, messaggi promozionali, pezzi di design – con lo scopo di adoperarli come "campioni dello spirito del tempo". Esplora "la vita materiale e l'immaginario" degli italiani con la ferma consapevolezza di poter trovare risposte cruciali nella "sfera mutevole di consumi". E riesce a raccontare, proprio in virtù di questi presupposti, un'Italia "suburbana, periferica, pazzzzesca", esplorando il vissuto quotidiano, senza il bisogno di abbandonarsi all'immaginazione.

Essendo nato nel 1962, Labranca appartiene alla prima generazione che sperimenta la crescente concorrenza fra l'educazione scolastica e la formazione maturata dentro il paesaggio mediale del secondo Novecento. Riconosce di aver avuto la televisione come principale mezzo di acculturazione (un po' come Pietro Taricone, stella della prima edizione del Grande Fratello). Di conseguenza, rifiuta tutte le gerarchie precostituite, con l'idea di tracciare nuove linee di separazione fra buon gusto e cattivo gusto. Proprio per questi motivi, guarda con sospetto alle operazioni di bonifica intraprese dalle grandi industrie mediatiche o dalle istituzioni culturali, che finiscono spesso per alterare la spontaneità della preferenza popolare.

Questa ossessione per la ripulitura trova un'espressione compiuta nel comportamento di Fininvest, che già negli Ottanta passa al setaccio i cartoni animati giapponesi e le *telenovelas* sudamericane, con l'obiettivo di addomesticare le inclinazioni ribelli del pubblico e di "nascondere la merda" sotto il tappeto: elimina le scene scabrose, riscrive le sigle di apertura, manipola le traduzioni nel doppiaggio, propone rifacimenti italianizzati. Altrettanto complesso è il meccanismo innescato da trasmissioni come *Blob* o *Mai dire TV*, che raccolgono i materiali trash per evidenziarne gli eccessi, producendo un impatto significativo sugli artefici di quegli spropositi. Questi ultimi – venditori di pentole, esperti di creme dimagranti, maghi, sensitivi, gioiellieri o piazzisti di opere d'arte, attivi per lo più sulle emittenti locali – prendono infatti coscienza delle proprie specificità e cominciano a seguire un copione di provata efficacia, nel tentativo di operare un ulteriore salto verso l'empireo della visibilità. In altre parole, il trash si guarda allo specchio e perde il suo anelito anarchico, smettendo di essere un'imitazione inconsapevole (oltre che fallimentare) di un modello alto.

È proprio la necessità di rispettare l'immediatezza dell'ispirazione a emergere in *Chaltron Hescon*, pubblicato nel 1998 nella collana Stile Libero di Einaudi. Spinti

dall'ansia di nobilitazione, molti artisti si lasciano accarezzare dall'esigenza di codificazione del potere, trasformandosi in simboli del "riscatto cialtrone", indossando l'abito della festa, illudendosi di entrare nelle stanze dell'aristocrazia intellettuale e diventando merce appetibile sul mercato della dignità sociale. Le istituzioni culturali, dal canto loro, neutralizzano le pulsioni creative e conferiscono funzioni pedagogiche ad articoli di ogni tipo, sottraendoli agli usi e ai significati originari. Valga l'esempio delle figurine Panini, che costruiscono il loro fascino originario sulla clandestinità. Sono nascoste negli zainetti fra i libri di testo, al riparo dallo sguardo di insegnanti e genitori che le considerano un pericoloso fattore di distrazione, capace di pregiudicare lo studio delle materie scolastiche. La potenza di questo incantesimo, tuttavia, si rompe di fronte a iniziative nobilitanti, come la ristampa dei celebri adesivi offerta dal quotidiano "L'Unità", con la pretesa di trasferire l'intera pratica in una nuova cornice concettuale. Il risultato è fin troppo prevedibile: le figurine diventano beni da collezione, utili a costruire ragionamenti raffinati sullo spirito di un'epoca, e di conseguenza attraggono sentimenti di ostilità, proprio come i compiti di letteratura o di matematica.

Al centro dell'attenzione di Labranca c'è quindi l'esperienza del consumo, che attiva processi di autoillusione, ispirati dalla ricerca di esclusività e prestigio. Lo snodo teorico più rilevante legato a questo versante di indagine è certamente in *Neoproletariato* (Castelvecchi, 2002): un libro che interroga le radici profonde della "sconfitta del popolo" a fronte del "trionfo dell'Eleganza". Muovendosi fra la speculazione saggistica e il resoconto intimo, l'autore racconta le sue passeggiate fra le corsie di un discount o le sue colazioni mattutine di fronte alle emittenti locali lombarde, fra televenditori e intrattenitori, capaci di conferire allo shopping una dimensione esistenziale, fino a farlo diventare un segno esplicito dello "stato dell'anima".

Queste strategie sono ben motivate dalle inclinazioni dei potenziali acquirenti: i neoproletari non comprano per avere, ma per sentirsi persone diverse. Si lasciano trasportare dalla fantasia e dall'immaginazione, pensando che l'atto stesso dell'acquisto possa promuoverli a una diversa condizione sociale, autorizzandoli addirittura a disprezzare i propri simili. Si lasciano affascinare da ricette esotiche, idromassaggi, visite cronometrate ai musei e arredi per il bagno che occultano la presenza dei sanitari, come se la defecazione non fosse la funzione primaria svolta da quella parte dell'abitazione. Sentono l'esigenza di essere presenti nelle liste di prenotazione, anche quando devono entrare in un ristorante semivuoto che spaccia la carne del macellaio di quartiere per "black angus" o serve il merluzzo surgelato chiamandolo "sushi". Preferiscono la provvigione al salario per

poter aspirare al “plusguadagno” e partecipare alla gara per la distinzione sul grande palcoscenico del vivere collettivo. La lettura ci porta a confrontarci con una costellazione di episodi paradossali, in definitiva, ma sono proprio queste pillole narrative a dare Labranca l’opportunità di svelare l’ingranaggio di fondo: il consumo è un linguaggio attraverso il quale gli individui definiscono se stessi e il proprio posto nel mondo.

Claudio Giunta

Le alternative non esistono

La vita e le opere di Tommaso Labranca



Abbiamo dunque elementi sufficienti per comprendere quanto sia necessario prendere le distanze dalla caricatura di Tommaso Labranca come “cantore del trash” e cogliere altre sfumature del suo lavoro di scavo, effettuato nei meandri di una società che vede mutare velocemente i propri dispositivi economici e culturali. Le opere raccolte in *Dal pop al popolo* possono essere considerate il

risultato di un lungo esperimento sulla trama minuta delle vite ordinarie, sviluppato dagli anni Novanta fino agli anni Dieci del nuovo secolo. Hanno il merito di restituire densità semantica ai concetti stessi di “pop” e “popolo”, che troppo spesso appaiono sfuggenti o facilmente strumentalizzabili per fini politici, perdendo il loro valore euristico. Ecco perché vale la pena di fare uno sforzo per delineare la proposta interpretativa dell’autore, anche a costo di cadere nel rischio della semplificazione. In buona sostanza, il pop non può essere considerato come una pietanza appetitosa data in pasto a una clientela inerte, pronta ad assecondare le logiche del profitto senza opporre resistenze o produrre interferenze. È invece una forma espressiva concreta, che consente al popolo di esprimersi o di riconoscere se stesso.

I testi dello scrittore di Pantigliate sono utili, in primo luogo, per capire quanto siano inadeguati i nostri strumenti analitici e per reindirizzare lo sguardo verso le trame del cambiamento storico, includendo anche le sfumature meno evidenti. I processi industriali – questo è quanto emerge dall’antologia, soprattutto in virtù di una lettura trasversale – vanno considerati nella loro natura partecipativa e difficilmente possono essere compresi sulla base di gerarchie precostituite (alto-basso, colto-triviale, e via dicendo), senza un’adeguata osservazione degli incroci fra proposte, selezioni, rielaborazioni, successi e fallimenti. I prodotti culturali, al pari dei beni materiali, rispondono a forze molteplici: il pubblico gioca un ruolo importante tanto nella fase creativa quanto in quella distributiva, contribuendo ad ancorare il valore simbolico della merce alla sua dimensione d’uso. Basti pensare all’autoradio estraibile, che per lungo tempo è servita ad ascoltare la musica in macchina, ma è stata anche un accessorio “di lusso” da esibire nelle passeggiate in città, quasi al pari dell’orologio di marca indossato sopra il polsino della camicia.

In questi spazi di sociabilità commerciale Labranca si muove con disinvoltura, ma è consapevole di quanto la scrittura testimoniale possa indurlo a cadere in contraddizione. Le pagine più preziose per comprendere queste incertezze sono quelle del *Piccolo Isolazionista* (Castelvecchi, 2006), che oscillano fra dichiarazioni di appartenenza e desideri di esclusione. Il racconto procede a scatti, seguendo il flusso di un pensiero refrattario alla sistematicità, disposto a mettere in mostra le proprie asimmetrie.

“Il mio diario di viaggio è una raccolta di pagine bianche. Al massimo una raccolta di ore passate a guardare in televisione gli altri che cambiavano il mondo. Potrei fotografarmi ora, qui, all’area di servizio San Giuliano Ovest, ma sarebbe un’immagine senza alcuna forza evocativa e non direbbe nulla di me ai posteri, se

non della mia inutile passione per le tangenziali. Lo ammetto senza problemi, senza alcuna vergogna. Mi piace quello che vedo, quello che percorro e respiro. [...] In fondo l'unico diritto che mi arrogo è quello di rinchiudermi in un mondo fatto di crepuscoli, di suoni elettronici e di assenze umane”.

In una bizzarra autointervista del 2008, Labranca sviluppa una riflessione a freddo intorno al *Piccolo Isolazionista*, rivendicando il carattere sperimentale e rapsodico dell'opera, a dispetto dei librai che continuano a collocarla sugli scaffali sbagliati, “nella sezione Filosofia”. È terrorizzato dall'idea di essere reputato altezzoso, ma ammette di aver provato un certo compiacimento nel crogiolarsi in una durevole quarantena socioemotiva, cominciando a raccontarne il lato “glamour”. Proprio per questa ragione, sente la necessità di spiegare come stanno realmente le cose, rispondendo a muso duro a chiunque osi definirlo uno “snob”: “Lo snob finge. Io sono sfigato sul serio”.

Leggi anche:

Domenico Monetti | [Il cervello di Tommaso Labranca](#)

Stefano Bartezzaghi | [Tommaso Labranca, vivere di istinti](#)

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](#)

**DAL
POP**

**TOMMASO
LABRANCA**

OSCAR
SAGGI
BAOBAB



**AL
POPOLO**

OPERE SCELTE

MONDADORI