

Schermi, mediazioni e autenticità nel concerto *popular*: due casi di studio

Giulia Sarno

Dall'essenzialità caotica del palco di Woodstock alle studiatissime architetture dei live di oggi, il grande concerto rock e pop ha assunto rapidamente un assetto monumentale, in cui l'impatto della dimensione visiva pesa tanto quanto quella acustica, se non di più. In questa forma spettacolare, la struttura del palcoscenico al suo 'grado zero', con ponteggi e tralicci a sostenere impianto audio, luci ed elementi scenografici, ha la stessa funzione concettuale dell'arcoscenico del teatro all'italiana: quella di racchiudere lo spettacolo in una cornice significativa, che delimita lo spazio performativo come mondo autonomo e orienta la visione dello spettatore verso il centro focale dello spettacolo. Da questo 'grado zero' si è presto passati, specialmente per i grandi live delle *star*, a organizzazioni sceniche più complesse, che tendono a destrutturare la 'scatola ottica' dando vita a modelli che reinterpretano il formato 'classico' e che esaltano per mezzo di dispositivi meccanizzati le mutazioni 'a vista' della scena, superando in alcuni casi l'assetto prospettico frontale tipico del palco¹.

Accanto a queste evoluzioni architettoniche, che problematizzano la cornice scenica tradizionale, a partire dagli anni Sessanta si sono sviluppati altri dispositivi che puntano nella stessa direzione. La progettazione illuminotecnica (*lighting design*)² e le videoproiezioni

¹ L'esempio più chiaro è l'allestimento per il *360° Tour* degli U2 (2009-2011), concepito dal *set designer* Willie Williams (foto e video del tour sono disponibili in abbondanza sul sito ufficiale della band).

² Si pensi ai primi *light-show* di band come Grateful Dead e Pink Floyd (cfr. Molinari 2008: 12).

contribuiscono alla drammaturgia visiva creando virtualmente spazi sempre nuovi, se non fisici quantomeno emotivi³. Concentreremo l'attenzione sul secondo di questi dispositivi.

Per mezzo delle videoproiezioni su schermo lo spazio scenico risulta anzitutto moltiplicato, e lo spettacolo si fa multifocale. L'effetto trasformativo sullo spazio non è però l'unica direttrice in cui le videoproiezioni agiscono nel concerto *popular*. Il ricorso al video coinvolge anche lo statuto ontologico dell'autore/performer, mettendo in discussione l'idea della presenza fisica di questi come marchio di autenticità nell'esecuzione dell'opera musicale dal vivo. Nei due casi di studio qui proposti, ovvero quello dei Kraftwerk e dei primi Gorillaz, questo aspetto è collocato deliberatamente al centro delle rispettive proposte artistiche: l'uso esteso e peculiare delle videoproiezioni nei concerti delle due band è parte di una strategia estetica complessiva che si pone come una riflessione profonda sulla natura della performance musicale e sui concetti di *liveness* e autenticità.

I Kraftwerk sono una band tedesca originaria di Düsseldorf, fondata da Ralph Hütter e Florian Schneider. Attivi dal 1970, sono considerati pionieri della musica elettronica in ambito *popular*⁴. La formazione del gruppo ha subito diversi cambiamenti nel tempo: quella 'storica' comprende anche Wolfgang Flür e Karl Bartos, che accompagnarono Hütter e Schneider a partire dalla metà degli anni Settanta fino circa alla fine degli anni Ottanta. Lo stesso Schneider ha poi lasciato il gruppo nel 2008. Oltre a Ralph Hütter, militano attualmente

³ In quest'ottica un esempio estremo è lo spettacolo sviluppato da V Squared Lab per il *producer* brasiliano Amon Tobin in occasione del tour promozionale dell'album *ISAM* (2011-2013), che combina luci a led e *video mapping* 3D in un'impressionante rigenerazione continua della scena. Parti dello show si trovano online (*Amon Tobin* 2011).

⁴ Per un profilo essenziale del gruppo cfr. Buckley 2001; per una biografia più completa si rimanda a Buckley 2012. Si veda inoltre Albiez – Pattie 2011 per una recente collezione di saggi critici riguardanti la band. Cfr. anche i due documentari proposti in filmografia (*Kraftwerk and the Electronic Revolution* 2008; *Kraftwerk: Pop Art* 2013). Per approfondire il contesto musicale di Düsseldorf cfr. Esch 2016.

nelle fila dei Kraftwerk Fritz Hilpert (percussioni elettroniche), Henning Schmitz (percussioni elettroniche e sintetizzatore) e Falk Grieffenhagen (proiezioni video). Che quest'ultimo, come autore ed esecutore delle proiezioni, sia accreditato ufficialmente nella formazione della band è un fatto significativo che mette subito in chiaro il ruolo fondamentale della dimensione visiva in generale, e del video in particolare, all'interno dell'estetica dei Kraftwerk. Come vedremo, già dall'inizio degli anni Ottanta la band adotterà delle strategie performative in cui le proiezioni ricopriranno una posizione via via più centrale, fino a sfociare nei noti show 3D che i Kraftwerk svilupperanno dal 2009.

Ancor più importante, se possibile, è il ruolo che la sfera visiva gioca nella vicenda musicale dei Gorillaz⁵. Questi sono infatti una band virtuale⁶: i componenti del gruppo, ovvero 2-D, Murdoc, Russel e Noodles, sono quattro personaggi animati nati alla fine degli anni Novanta dalla mente del noto musicista inglese Damon Albarn (fondatore dei Blur) e dalla penna del disegnatore inglese Jamie Hewlett. I quattro non sono la rappresentazione animata di una band reale: la loro musica è realizzata di volta in volta da un *pool* di musicisti radunati attorno a un produttore sotto l'egida di Albarn, che è di fatto l'unico componente musicale fisso dei Gorillaz, nonché la voce principale. L'universo finzionale di cui i quattro personaggi sono protagonisti si sviluppa in un reticolo crossmediale, tra animazioni, strisce a fumetti, disegni, giochi, video musicali: materiale che ha il suo centro di irradiazione nel sito internet gorillaz.com e che viene proposto nelle videoproiezioni che animano i concerti della band.

⁵ Per un approfondimento si rimanda all'opera 'autobiografica' *Gorillaz: Rise of the Ogre* (attribuita alla band, ma redatta dal batterista Cass Browne; Gorillaz 2007) e al documentario *Bananaz* (2008).

⁶ Pur non potendosi definire i Gorillaz la prima band virtuale della storia, il concetto ha trovato diffusione proprio a partire dal loro esempio. Nella lista che Corey van den Hoogenband (2017) ha compilato per il blog *Indie88* compaiono altri otto esempi che li precedono: il primato va ad Alvin and the Chipmunks, che debuttano nel 1958 su etichetta Liberty con il singolo "The Chipmunk Song (Christmas Don't Be Late)", composto dal creatore del gruppo Ross Bagdasarian, alias David Seville.

Prima di addentrarci nell'analisi dei due casi di studio è necessario soffermarsi su alcuni aspetti generali, di natura tecnica ed estetica, che riguardano le videoproiezioni nel contesto del concerto *popular*. Occorre anzitutto distinguere da un lato la riproposizione in tempo reale dello show su maxischermi piazzati in prossimità del palco, e dall'altro il *concert video design*, ovvero la creazione di contenuti originali concepiti per una specifica performance dal vivo⁷. Entrambi rientrano nelle strategie di amplificazione visiva dello spettacolo, che rispondono in primis a un'esigenza di ordine pratico: renderlo visibile, e dunque coinvolgente, per grandi masse di pubblico. Per eventi di certe dimensioni, i maxischermi sono comprensibilmente una presenza irrinunciabile, sia che propongano contenuti originali, sia che riflettano l'immagine dei musicisti sul palco: in questi contesti d'altronde i performer risultano fuori dalla portata dello sguardo diretto della maggior parte dei presenti, che devono accontentarsi di vederli riproposti sugli schermi.

Nel caso del *concert video design*, i contenuti proiettati arricchiscono visivamente la musica di significati dichiaratamente ulteriori: ciò che accade sul palco e quello che vediamo sugli schermi sono cose diverse. I video sono integrali all'azione scenica dei performer, la completano, ma mantengono comunque un certo grado di separazione.

La trasmissione in diretta della performance su maxischermi pone problemi diversi. Per Philip Auslander,

the use of giant video screens at sporting events, music and dance concerts, and other performances is [a] direct illustration of Benjamin's concept [of a mass desire for proximity]: the kind of proximity and intimacy we can experience with television, which has become our model for close-up perception, but that is

⁷ «Sebbene di grande effetto, si tratta di una prassi che, dopo aver conosciuto una stagione d'oro durante l'esplosione psichedelica sul finire degli anni Sessanta, è stata poco sfruttata nei decenni successivi e solo recentemente si è riaffermata come elemento di spettacolarità negli show dal vivo» (Molinari 2008: 19).

traditionally absent from these performances, can be reintroduced only by means of their 'videation'. (Auslander 2008: 39)

Del concerto, la proiezione propone una rielaborazione secondo gli stilemi del linguaggio televisivo: il montaggio in tempo reale delle diverse fonti (le telecamere che riprendono simultaneamente quanto accade sul palco) restituisce la realtà secondo le strategie narrative proprie del mezzo televisivo – con i suoi stacchi, i diversi campi e piani di inquadratura, i movimenti della macchina da presa – costruendo un'interpretazione dello spettacolo che si offre come suo sostituto, un analogo maggiormente desiderabile perché 'mediatizzato'. L'esperienza del concerto risulta così doppiamente mediata: in senso uditivo, dall'uso di tecnologie audio che elaborano in tempo reale il suono acustico, amplificandolo e 'migliorandolo' per mezzo di trasformazioni applicate al segnale catturato dai microfoni e riprodotto dagli altoparlanti⁸ che lo avvicinano al suono discografico; in senso visivo, dal filtro della trasmissione in video. Attraverso questo processo, la performance viene ri-mediatizzata: per chi non si trova nelle prime file, assistere a un concerto si risolve nel guardare, in compagnia di tanti, tantissimi altri spettatori, una trasmissione televisiva in diretta, che ha il suo set di lavorazione sul palcoscenico. La performance live non è che il pretesto per la sua stessa messa in onda⁹. Ciò che resta dell'esperienza della musica 'dal vivo' è, in sostanza, l'*idea* dell'irripetibilità dell'evento, sapere di 'esserci'. Se a questo aggiungiamo la pratica ormai pervasiva di filmare il concerto con uno *smartphone*, ecco che la 'realtà' della presenza fisica si annulla in un gioco di specchi virtuale: schermi che inquadrano schermi.

Nell'analisi dei casi di studio, vedremo come i due dispositivi descritti – il *concert video design* e la trasmissione in diretta dello show – entrano in relazione fra loro a creare qualcosa di diverso, quasi un ibrido

⁸ È prassi applicare al suono acustico filtraggi, equalizzazioni, compressioni ed effetti vari (come ad esempio il riverbero).

⁹ Questi aspetti sono ampiamente trattati in Auslander 2008 e in Aa. Vv 2016.

fra le due soluzioni: nei live di Kraftwerk e Gorillaz il *concert video design* dialoga infatti con le questioni sollevate dalla mediazione dello schermo rispetto al corpo dell'artista, questioni legate a doppio filo alla riproposizione in tempo reale dello spettacolo sui maxischermi.

Kraftwerk

Straordinari innovatori delle sonorità e delle concezioni formali della *popular music*, i Kraftwerk lo sono stati anche nello sviluppo di un'identità visiva assolutamente peculiare. In stretta connessione con la proposta musicale della band, l'immagine incarnata dai Kraftwerk si è opposta consapevolmente agli standard visivi dell'autenticità rock che dominavano negli anni Settanta¹⁰. Con la collaborazione dell'artista Emil Schult, la band tedesca è stata capace di sviluppare un vero e proprio brand, che nel tempo si è evoluto senza mai perdere i suoi caratteri primari. Tra questi, centrale è la rappresentazione del corpo dei musicisti, in cui ogni elemento proietta un'idea di 'artificialità'. Abbigliamento formale e ingessato, acconciature da Playmobil, pose rigide, inespressività facciale: i Kraftwerk sono manichini viventi (non a caso il titolo di una loro canzone è "Showroom Dummies") che troveranno compiutezza nell'estetica robotica di *The Man-Machine* (1978), sorta di incarnazione moderna del mito settecentesco dell'*homme machine* (cfr. La Mettrie 1748) rivitalizzato proprio negli anni Settanta del Novecento da Deleuze e Guattari nell'*Anti-Edipo* (1972). *The Man-Machine* è d'altronde il primo album in cui la band fa uso di *sequencer*, dispositivi con cui creare e riprodurre sequenze di segnali per il controllo di uno strumento elettronico, e che dunque si sostituiscono all'azione diretta del musicista, limitando l'intervento umano e

¹⁰ Si confronti, ad esempio, la copertina dell'album *Trans-Europe Express* (Kling Klang/EMI-Electrola/Capitol, 1977) con quella di *Highway To Hell* degli AC/DC (Albert/Atlantic, 1979).

lasciando il campo all'automazione¹¹. La questione dell'umanità della performance¹² è centrale nella riflessione dei Kraftwerk, che lo affrontano in chiave ironica: mentre nelle fotografie diffuse per la promozione di *The Man Machine* le pose dei musicisti si irrigidiscono ulteriormente e l'abbigliamento formale diventa vera e propria uniforme, vi fanno la loro comparsa i robot, in forma di manichini inanimati con le fattezze dei quattro musicisti, che a questi si sostituiscono o accostano, inscenando una sostanziale interscambiabilità tra uomo e macchina tematizzata nel brano manifesto "The Robots". Il video musicale della canzone, pubblicato nel 1978, è interamente giocato su questa sovrapposizione fra corpo del performer e corpo dell'automa, che lo spettatore fatica a distinguere (*Kraftwerk* 1978). A partire dal tour di *Computer World* (1981)¹³ i manichini andranno ad affiancare, come oggetti scenici immobili, i musicisti nell'esecuzione dal vivo della canzone. È una sfida aperta al modello *popular* dell'espressività corporea come marchio di autenticità. Che si tratti di una prospettiva consapevole è confermato anche da alcune scelte performative specifiche: si pensi a quando i quattro, eseguendo "Pocket Calculator" (*Kraftwerk* 1982a), si spostano dalle proprie consolle, vanno a occupare il fronte palco e suonano degli strumenti elettronici portatili, esortando il pubblico a premere i bottoni di questi: in questo modo, i quattro sembrano parodiare il *topos* del rocker che interagisce con le prime file del pubblico, e ancora più specificamente, quello dello chitarrista che si mette in primo piano per mostrare le proprie doti strumentali. Il

¹¹ Significativa per il nostro caso è quanto si legge su Wikipedia (voce: *Sequencer*, ultimo accesso 12/01/2019) riguardo a questa tipologia di dispositivi: «si può immaginare un sequenziatore come una 'mano elettronica' automatica e programmabile che suona strumenti e regola pulsanti e potenziometri di sintetizzatori e processori audio».

¹² Su questi aspetti cfr. Emmerson 2007.

¹³ L'allestimento del tour del 1981 è descritto nell'intervista che Ralph Hütter concesse a Mike Beecher nello stesso anno (Beecher 1981). Nella stessa intervista il musicista si sofferma su alcuni aspetti essenziali dell'estetica robotica che la band ha scelto di portare avanti tanto nelle opere in studio quanto nello stile performativo.

rovesciamento è totale: come recita il testo della canzone, per suonare basta premere un bottone¹⁴.

I Kraftwerk iniziano a usare in modo peculiare degli schermi dal vivo nello stesso tour del 1981, vera e propria chiave di volta nella storia performativa del gruppo. Alle spalle di ognuno dei musicisti, quattro schermi riproducono contenuti originali sincronizzati alla musica, principalmente ispirati alla produzione musicale in studio (*fader* in movimento, onde sonore, numeri), in linea con il concept scenico del palco: una versione 'portatile' del leggendario Kling Klang Studio, il luogo inaccessibile dove i Kraftwerk creavano la propria musica¹⁵. Questo allestimento, che accompagnerà i live della band fino a tutti gli anni Novanta, esprime chiaramente la volontà di esaltare il ruolo della macchina nella creazione artistica, mettendo in primo piano la mediazione dello strumento musicale elettronico rispetto all'espressione di sé. Inoltre, il fatto che il numero degli schermi sia uguale a quello dei musicisti, e il posizionamento degli stessi alle spalle dei quattro, è un primo passo nel processo di sostituzione fisica che i Kraftwerk opereranno gradualmente nei loro live. Col tempo, infatti, le postazioni individuali si faranno sempre più scarse, e il focus si sposterà sempre

¹⁴ Questa scelta performativa può essere interpretata anche alla luce dell'economia audiovisiva della performance musicale elettronica. Come spiega Auslander (2013: 605), «audiences of music that uses relatively unfamiliar digital devices such as various MIDI interfaces or laptop computers as instruments cannot be assumed to understand the relationship between the performer's actions and the resulting sounds». Nel 1981 il pubblico non aveva alcuna familiarità con gli strumenti elettronici usati dai Kraftwerk: la relazione di causa-effetto fra le azioni eseguite sul palco e i suoni prodotti risultava opaca. Spostarsi dalle proprie postazioni fino al fronte palco e mostrare platealmente il funzionamento dei dispositivi, invitando il pubblico a interagire con essi, è un gesto significativo che dimostra, a mio avviso, una consapevolezza delle nuove dinamiche audiovisive generate dalle pratiche musicali elettroniche dal vivo. Su questi aspetti cfr. anche Kjus – Danielsen 2016.

¹⁵ Frammenti video del tour sono stati trasmessi nel 1982 in un documentario prodotto dalla Österreichischer Rundfunk (ORF), per cui si rimanda a *Kraftwerk 1982a, b e c*.

più – anche grazie a un’illuminazione studiata che mantiene gli esecutori quasi al buio – sulle immagini in movimento. Queste si arricchiranno di nuovi contenuti, tratti anche dai video musicali pubblicati dalla band negli anni, che tematizzano le stesse istanze. Ma è nel successivo allestimento, quello per il tour mondiale *Minimum-Maximum* (2002-2009), che gli schermi acquistano un nuovo statuto: sparisce infatti il Kling Klang Studio, sostituito da laptop su quattro postazioni identiche e minimali allineate sul fronte palco, mentre la maggioranza dello spazio visivo è occupata dalle proiezioni. Tutto il movimento scenico è espresso nei contenuti video, ormai pendant irrinunciabile e paritetico dei contenuti musicali: il concerto si è ormai trasformato in uno spettacolo *mixed-media*, che punta a confondere i confini tra piani di realtà diversi. I musicisti limitano al minimo ogni segnale che possa individuarli come esseri viventi, e spesso indossano divise che trasfigurano i corpi in strutture digitali in continuità simbiotica con le proprie postazioni, richiamando il pionieristico video che Rebecca Allen aveva realizzato nel 1986 per il singolo “Music Non Stop”. Gli avatar virtuali che vivono nelle proiezioni e i musicisti in carne e ossa sono sostanzialmente *la stessa cosa*. L’ultimo, logico passo in questo percorso di sovrapposizione tra realtà virtuale dello schermo e realtà della scena è dato dallo show in 3D sviluppato a partire dal 2009. Grazie alle nuove tecnologie trova compimento a livello visivo la priorità della macchina sull’individuo che la band propugna fin dagli anni Settanta: il 3D assorbe completamente lo sguardo dello spettatore, inglobando la presenza fisica dei musicisti nella propria realtà, in definitiva annullandola. I Kraftwerk non sono quattro esseri umani che, esprimendo se stessi, producono una certa musica, ma l’insieme dei segni reali e virtuali, incarnati o proiettati, che rappresentano visivamente la musica pubblicata sotto il nome Kraftwerk.

Gorillaz

Il percorso dei Gorillaz prende avvio da scelte di allestimento vicine a quelle dei Kraftwerk, se non ancora più estreme: quando, nel 2001, gli spettatori entrano nella sala londinese del club Scala per il

primo live del progetto, il palco è interamente nascosto da uno schermo gigante. I musicisti suoneranno *dietro* lo schermo per tutta la durata del concerto, comparando di tanto in tanto in silhouette, mentre per ogni canzone vengono proiettati i relativi *visual*. Non si tratta di una mera trovata spettacolare, ma di una soluzione che rispecchia lo statuto di band virtuale dei Gorillaz.

Secondo le dichiarazioni dei due creatori del progetto, i Gorillaz nascono come commento ironico all'artificialità dell'industria musicale pop, e specialmente alle sue incarnazioni televisive (i video trasmessi da MTV, i *talent show* come *American Idol*). Da un lato vogliono mettere in risalto come le formazioni di successo siano costruite a tavolino, esagerando anche in senso caricaturale i cliché di immagine associati ad alcuni generi musicali; dall'altro intendono offrire «una critica al culto della personalità nel pop» (Richardson 2012: 203) attraverso una strategia di sparizione autoriale. Questo secondo aspetto è quello che mostra maggiori ambiguità, che si riflettono nella storia performativa dei Gorillaz.

Se i primi concerti dietro lo schermo rappresentano una scelta radicale¹⁶ e coerente con la virtualità della band, ancora di più lo è la performance che i Gorillaz danno ai Brit Awards nel 2002 (*Gorillaz 2002*), in cui i quattro 'membri' della band appaiono su altrettanti maxischermi in animazione 3D e 'suonano' – per così dire – il singolo "Clint Eastwood". I musicisti 'veri' sono fisicamente assenti, e dal punto di vista audio il 'concerto' altro non è se non la riproduzione di una registrazione appositamente realizzata. L'unico tratto tradizionalmente live dello spettacolo è la performance dei rapper che salgono sul palco a metà canzone: Si Phili and Life MC, parte del gruppo hip hop britannico

¹⁶ Non si tratta però di una novità assoluta: nel 1981 i Public Image LTD dell'ex Sex Pistols John Lydon avevano sperimentato le stesse soluzioni al Ritz di New York, in una prospettiva analoga di critica al divismo. Informazioni sulla performance si possono trovare nel racconto che ne dà il videomaker Ed Caraballo (1997), responsabile in quella occasione dei contenuti delle proiezioni.

Phi Life Cypher¹⁷, eseguono la parte prevista nella versione studio del brano, creando con la loro presenza corporea una sovrapposizione di piani di realtà differenti. Questo effetto si realizza anche con l'uso di un altro maxischermo, sulla parte superiore della scena, che alterna parti del video originale della canzone a spezzoni dello show che si sta svolgendo sul palco, richiamando così la prassi del maxischermo televisivo: questi spezzoni sono naturalmente fittizi, perché non vengono rimandate in diretta immagini effettivamente riprese da telecamere sul palcoscenico, bensì dei video pre-prodotti che mostrano i quattro personaggi animati da angolazioni diverse, cosa che sarebbe impossibile da realizzare in tempo reale dato che i personaggi vivono nella bidimensionalità degli schermi. Questo espediente conferisce allo spettacolo un ulteriore livello surreale.

Sugli stessi presupposti si basa la seconda performance speciale della band, agli MTV Europe Music Awards del 2005, dove eseguono "Feel Good Inc." (*Gorillaz 2005*)¹⁸: la scena è stavolta occupata da veri e propri ologrammi che, eliminando la cornice dello schermo, rafforzano la presenza 'corporea' dei quattro Gorillaz, potenziando l'illusione di realtà. L'effetto straniante dello spettacolo olografico sarà ancor più evidente nella versione messa in scena l'anno successivo, ai Grammy Awards del 2006 (*Gorillaz 2006*)¹⁹, dove in coda a "Feel Good Inc" viene proposto un *medley* con "Hung Up" di Madonna: questa appare in versione olografica e canta il ritornello della propria canzone interagendo con Murdoc e Noodle. L'ologramma lascia quindi il palcoscenico salutandoli i due Gorillaz, che presumibilmente si allontanano o svaniscono poco dopo (nella versione dello spettacolo trasmessa in TV questo momento non è inquadrato), per lasciare spazio alla cantante in carne e ossa: Madonna prende possesso della scena per

¹⁷ Il gruppo era stato coinvolto nella registrazione in studio della canzone, ma Albarn aveva successivamente optato per un'altra versione, eseguita dall'artista americano Del the Funky Homosapien.

¹⁸ Per un'analisi di questa performance cfr. Hofer 2011.

¹⁹ Anche per questo show si rimanda a Hofer 2011.

eeguire per intero “Hung Up” con i propri musicisti e danzatori, facendo traslare il virtuale nel reale senza soluzione di continuità.

Parallelamente a queste apparizioni televisive, nel 2005 i Gorillaz vanno in scena per cinque serate alla Manchester Opera House: le scelte di allestimento sono meno estreme, e segnano l’inizio di un percorso involutivo. È la prima occasione infatti in cui i musicisti suonano sotto gli occhi del pubblico, anche se il *lighting design* fa emergere prevalentemente delle silhouette nere, mentre su uno schermo gigante nella parte superiore del palco scorrono i *visual*. Questi ultimi rimangono un focus centrale dello spettacolo, ma stavolta la presenza fisica dei musicisti ne annulla il potenziale ‘sovversivo’. È un allestimento ambiguo: pur se le individualità dei musicisti risultano velate, il fattore umano reclama la propria presenza, mentre Murdoc e 2-D sono confinati sulle balconate, rappresentati questa volta non da elaborazioni digitali, ma da pupazzi animati a grandezza naturale realizzati dal Creature Shop londinese di Jim Henson (l’inventore dei Muppets), e intervengono con commenti tra un brano e l’altro²⁰. Gli enormi costi di produzione di questo allestimento, come di un ipotetico show olografico, portano i Gorillaz a fare marcia indietro: dal 2010 i concerti della band sono ormai ‘normalizzati’, con i musicisti in piena vista e grandi schermi con i *visual* nelle posizioni canoniche. Ma un altro ordine di motivi per questa inversione emerge da una dichiarazione di Hewlett, che si riferisce al tour promozionale dell’album *Plastic Beach* (2010):

Damon had half the Clash on stage, and Bobby Womack and Mos Def and De La Soul, and fucking Hypnotic Brass Ensemble and Bashy and everyone else. It was the greatest band ever. And the screen on stage behind them seemed to get smaller every day. I’d say, “Have we got a new screen?” and the tour manager was like,

²⁰ L’intero concerto è stato pubblicato in DVD (*Gorillaz. Demon Days* 2006), ma questa versione non mostra per intero le azioni dei pupazzi, che compaiono solo brevemente (ad esempio al minuto 22:26).

“No, it’s the same screen”. Because it seemed to me like it was getting smaller. (Sawyer 2017)

La strategia di sparizione autoriale rappresentata dalle scelte radicali dei primi Gorillaz sembra arenarsi davanti alla più classica istanza dell’espressivismo nella declinazione che assume nella *popular music*: che chi è titolare di una certa opera la incarna dal vivo su un palcoscenico, e che dunque il divo Albarn e i suoi ospiti eccellenti si mostrino per l’adorazione del pubblico. A trionfare è paradossalmente quel *pop stardom* che il progetto metteva originariamente in prospettiva nella tensione parodica tra reale e virtuale.

Conclusioni

I due casi analizzati rappresentano altrettanti modi di rispondere creativamente alle questioni sollevate dalla mediazione dello schermo rispetto al corpo dell’artista e della presenza fisica di questi come marchio di autenticità. Le strategie adottate dai Kraftwerk e dai primi Gorillaz si assomigliano nella volontà di proiettare l’autorialità su un terzo livello di riferimento, un mondo virtuale di segni e figure inteso a spodestare l’autore/performer romanticamente concepito dal ruolo centrale che esso assume nell’estetica della ricezione caratteristica di molta *popular music*. Questa operazione assume in entrambi i casi tratti marcatamente ironici, che evidenziano invece che occultare il gap tra i modi di produzione pluri-autoriali²¹, mediatizzati e tardo-capitalistici della *popular music* e la sua ricezione espressivistica. Nelle parole di Lars Eckstein,

²¹ Pur se da ascoltatori tendiamo ad attribuirli a chi li incarna sulla scena, è noto che la stragrande maggioranza dei prodotti della *popular music* sono frutto della collaborazione fra individui titolari di competenze diverse (dai musicisti ai tecnici di studio, dai produttori ai responsabili del marketing e via discorrendo). Una discussione critica del concetto di autore nel campo *popular* è offerta in Negus 2004.

[o]n the one hand, the process of aesthetic production [of popular music] could be labelled 'postmodern' in its appeal to a Jamesonian (1991) understanding of the cultural logic of late capitalism, invariably with regard to notions of multiple authorship, the primacy of economic concerns, and the fabrication of simulacrous media identities. On the other hand, the aesthetics of reception clearly continues to move along 'romantic' lines. As if in a willing suspension of disbelief, audiences of popular music seem to take the subjective depth and integrity of the artist for granted, whose lyrics and music are expected to transport a genuine message relating to genuine feelings or biographical experience. The products of mainstream popular music industry are, one could argue on these grounds, to a large extent carefully calculated postmodern simulations of the romantic authenticity which the market demands. (Eckstein 2009: 242)

Nei due casi, l'uso peculiare delle videoproiezioni è parte di una più ampia strategia che punta a mettere in discussione proprio quella «simulazione dell'autenticità romantica» che pare essenziale al successo di larga parte dei prodotti della *popular music*.

Da un altro punto di vista, è possibile collocare le pratiche delle due band all'interno di quella che Keir Keightley (2001) ha chiamato «autenticità modernista». Identificando nell'autenticità il valore di fondo di tutte le espressioni riconducibili all'ideologia 'rock', Keightley procede distinguendo due macro-famiglie che declinano il concetto in modi radicalmente diversi. La prima ha il suo archetipo nel mito romantico dell'espressività e vede nella comunicazione immediata col pubblico l'obiettivo primario dell'artista autentico; la seconda si rifà invece allo sperimentalismo modernista e al credo avanguardistico dell'originalità e del cambiamento, riconoscendo apertamente l'artificio e la mediazione. Anche se elementi di queste strategie possono certamente trovarsi combinati nelle scelte pratiche degli artisti, pure esiste tra le due un rapporto dialettico e antagonistico:

[...] rock artifice involves a deliberate rejection of the Romantic mode of authenticity, in favour of a complex and nuanced

Modernist strategy of authenticity in which the performer's ability to shape imaginary worlds – rather than being shaped by this world – is foregrounded. (Keightley 2001: 138)

Proprio la costruzione di “mondi immaginari”, che separano il messaggio artistico dal corpo dell'artista e dunque dalla sua vicenda esistenziale, è al centro delle strategie antiromantiche di Kraftwerk e Gorillaz. Nei loro live, l'uso insistito e ironico delle videoproiezioni dà luogo a performance che si pongono, in definitiva, come demistificazioni dell'ideologia espressivistica di ascendenza romantica e come riflessioni sul tema della svalutazione della presenza fisica in una cultura ad alto tasso di mediatizzazione (cfr. Auslander 2008: 42).

Bibliografia

- Aa. Vv., *The Live Concert Experience*, numero speciale di *Rock Music Studies*, 3.1 (2016).
- Albiez, Sean – Pattie, David (eds.), *Kraftwerk: Music Non-Stop*, London, Bloomsbury, 2011.
- Auslander, Philip, *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, Abingdon, New York, Routledge, 2008.
- Auslander, Philip, “Sound and vision: the audio/visual economy of musical performance”, *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*, Eds. John Richardson – Claudia Gorbman – Carol Vernallis, Oxford, Oxford University Press, 2013: 605–21.
- Beecher, Mike, “Kraftwerk: An interview with Ralph Hutter”, *Electronics & Music Maker*, Sept 1981: 62-66.
- Buckley, David, “Kraftwerk”, *Grove Music Online*, Ed. Deane Root, <http://www.oxfordmusiconline.com>, 2001.
- Buckley, David, *Kraftwerk Publikation: A Biography*, London, Omnibus Press, 2012.
- Caraballo, Ed, “There's A Riot Goin' On. The Infamous Public Image Ltd. Riot Show. The Ritz, 1981”, *Perfect sound forever*,

- <http://www.furious.com/perfect/pil.html>, web, July 1997 (ultimo accesso 12/01/2019).
- Eckstein, Lars, "Torpedoing the Authorship of Popular Music: A Reading of Gorillaz' 'Feel Good Inc.'", *Popular Music*, 28.2 (2009): 239-55.
- Emmerson, Simon, *Living Electronic Music*, Farnham, Ashgate, 2007.
- Esch, Rudi, *Electri_city: The Düsseldorf School of Electronic Music*, London, Omnibus Press, 2016.
- Gorillaz, *Gorillaz: Rise of the Ogre*, New York, Riverhead Books, 2006.
- Hofer, Roberta, "Metalepsis in Live Performance: Holographic Projections of the Cartoon Band 'Gorillaz' as a Means of Metalepsis", *Metalepsis in Popular Culture*, Eds. Karin Kukkonen – Sonja Klimek, Berlin/New York, Walter de Gruyter GmbH & Co., 2011.
- Jameson, Fredric, *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press, 1991.
- Keightley, Keir, "Reconsidering Rock", *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, Eds. Simon Frith – Will Straw – John Street, Cambridge, Cambridge University Press, 2001: 109-42.
- Kjus, Yngvar – Danielsen, Anne, "Live mediation: performing concerts using studio technology", *Popular Music*, 35.3 (2016): 320-37.
- La Mettrie, Julien Offray de, *L'Homme Machine*, Leyde, De l'Imp. d' Elie Luzac Fils, 1748, trad. it. *L'uomo macchina*, in Id., *Opere filosofiche*, Ed. Sergio Moravia, Roma-Bari, Laterza, 1978.
- Molinari, Cesare, *On The Stage: I grandi palchi del rock*, Viterbo, Stampa alternativa/Nuovi equilibri, 2008.
- Negus, Keith, "Authorship and the popular song", *Music & Letters*, 92.4 (2004): 607-629.
- Richardson, John, *An Eye for Music: Popular Music and the Audiovisual Surreal*, Oxford, Oxford University Press, 2012.
- Sawyer, Miranda, "Damon Albarn and Jamie Hewlett: 'We fight over everything'", *The Guardian*, 30/04/2017, <https://www.theguardian.com/music/2017/apr/30/damon-albarn-and-jamie-hewlett-we-fight-over-everything-gorillaz-humanz-interview>, online (ultimo accesso 22/04/2018).

Filmografia

Bananaz, Dir. Ceri Levy, UK, 2008.

Gorillaz. Demon Days: Live at the Manchester Opera House, Dir. David Barnard – Grant Gee, UK, 2006 (la registrazione del concerto è anche su YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=7x1H1FBID00>, ultimo accesso 14/01/2019).

Kraftwerk and the Electronic Revolution, Dir. Rob Johnstone, UK, 2008.

Kraftwerk: Pop Art, Dir. Simon Witter – Hannes Rossacher, UK, 2013.

Sitografia

Amon Tobin 'ISAM' Live: Mutek Premiere (Official), 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=WWai4UZ0OqI> (ultimo accesso 14/01/2019).

Gorillaz – Clint Eastwood (Live BRITs Performance), 2002, https://www.youtube.com/watch?v=xxLWuM_SHcl&start_radio=1&list=RDxxLWuM_SHcl (ultimo accesso 14/01/2019).

Gorillaz – Feel Good Inc. (Live At The MTV EMA's), 2005, <https://www.youtube.com/watch?v=BdAXIj5QViw> (ultimo accesso 14/01/2019).

Gorillaz ft Madonna – "Feel Good Inc & Hung Up" LIVE at Grammys 2006, 2006, https://www.youtube.com/watch?v=JRPtGdF_nxE (ultimo accesso 14/01/2019).

Kraftwerk – The Robots, 1978, https://www.youtube.com/watch?v=u_DZmgArjqU (ultimo accesso 14/01/2019).

Kraftwerk – Taschenrechner (Live 1981 - ORF), 1982a, <https://www.youtube.com/watch?v=mopXKac2R3E> (ultimo accesso 14/01/2019).

Kraftwerk – Documentary 1981, 1982b, <https://www.youtube.com/watch?v=Ad65YPNaX1k> (ultimo accesso 14/01/2019).

Kraftwerk – Heimcomputer (Live 1981 - ORF), 1982c,
<https://www.youtube.com/watch?v=3AmMnFk3imI> (ultimo
accesso 14/01/2019).

Kraftwerk – Musique Non Stop 1986 Music Video, 1986,
<https://www.youtube.com/watch?v=O0IIIROWro8> (ultimo accesso
15/01/2019).

Van den Hoogenband, Corey, “From The Archies To Gorillaz: A
Timeline Of Cartoon Bands”, *Indie88*, 2017,
[https://indie88.com/from-the-archies-to-gorillaz-a-timeline-of-
cartoon-bands/](https://indie88.com/from-the-archies-to-gorillaz-a-timeline-of-cartoon-bands/) (ultimo accesso 13/01/2019).

L'autrice

Giulia Sarno

Inizia a occuparsi di Popular Music Studies nel 2008, discutendo una tesi di laurea triennale in Critica letteraria e Letterature comparate a Siena sui rapporti tra poesia e canzone. Ha conseguito la laurea magistrale in Etnomusicologia a Firenze con una tesi sulle pratiche musicali dei comici dell'Arte, per la quale ha ottenuto il Premio “Maria Rosa Calendoli” 2017. È ora dottoranda presso l'Università di Firenze, con un progetto sulla storia e i fondi del centro di ricerca musicale Tempo Reale. Nelle pubblicazioni si è dedicata all'analisi musicale, alla discussione storico-estetica della popular music, alla storia degli attori del teatro rinascimentale e all'iconografia musicale. Fa parte della redazione del *journal* online *Drammaturgia* (Firenze University Press) ed è segretaria di redazione di *Per archi. Rivista di storia e cultura degli strumenti ad arco* (LIM).

E-mail: giulia.sarno@unifi.it

L'articolo

Data invio: 31/05/2018

Data accettazione: 30/10/2018

Data pubblicazione: 30/11/2018

Come citare questo articolo

Sarno, Giulia, "Schermi, mediazioni e autenticità nel concerto *popular*: due casi di studio", *Schermi. Rappresentazioni, immagini, transmedialità*, Eds. F. Agamennoni, M. Rima, S. Tani, *Between*, VIII.16 (2018), <http://www.betweenjournal.it/>