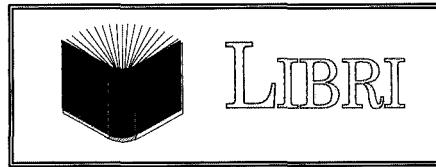


Nel febbraio 2007 Arthur Sulzberger, editore del New York Times, disse: "Non so ancora se stamperemo il Times tra cinque anni, e se proprio vuole saperlo non me ne importa nulla. Internet è un posto meraviglioso e noi li siamo i leader". Questa dichiarazione aprì un dibattito nel quale s'inserirono studiosi autorevoli. Uno di questi fu Philip Meyer esperto di editoria americana, che puntualizzò: "Forse l'ultima sguallita copia su carta del New York Times sarà acquistata nel 2043". In America il dibattito sarebbe continuato a lungo, e qualche settimana più tardi anche Anne Midgette (primo critico musicale donna del New York Times), avrebbe fatto sentire la sua opinione sulle colonne del Washington Post, affermando come molti anni prima della data ipotizzata da Mayer, a New York sarà già morta la critica musicale e a seguire il resto. Al di là delle dichiarazioni a effetto e di parte, la riflessione sul dove stia andando l'editoria e in particolare la critica musicale è ancora all'ordine del giorno. Questo scritto di Federico Capitoni nasce per spiegare cosa sia e a cosa serva la critica musicale, declina il problematico scenario attuale e i possibili sviluppi futuri. Serve a colmare, insomma, un vuoto bibliografico tutto italiano. A una parte iniziale di carattere storico e di filosofia del linguaggio segue un approfondimento sullo stato della critica musicale italiana. Secondo l'autore, l'Italia è l'unico negativo esempio nel quale esistono i critici di classica e quelli di pop, jazz o



Federico Capitoni
LA CRITICA MUSICALE
 Carocci, 112 pp., 12 euro

altri generi. Questa biforcazione delle competenze dà origine a "giornalismi diversi" e nel tempo ha reso la critica della "musica classica" sempre più di difficile interpretazione e sempre meno seguita dalla gente comune. Per questo "la classica" trova meno spazio tra i quotidiani ed è sempre più relegata in ambiti specialistici e di strenui appassionati. Eppure il mondo della critica musicale - non solo italiana - ha avuto un esempio evidente: Alex Ross. Critico musicale del New Yorker, Ross ha cambiato le regole del settore parlando solo di "musica" ed evitando classificazioni poco opportune. Un vero esempio da seguire, come dimostrato dal successo mondiale del suo libro "The rest is noise" (2008), raro esempio di bestseller che parla di musica d'avanguardia, classica e rock, ai non "iniziati", trasmettendo la passione anche a chi non sia specialista del settore. A giudizio di Capitoni, il critico musicale deve "esprimersi con il massimo della consapevolezza di fronte

ad un brano orchestrale, a una canzone sanremese, a un'esibizione di un dj". Il vero critico musicale è colui che riesce a essere "trasversale", rinunciando alla strenua difesa di piccoli "orticelli" senza astenersi dalle proprie specializzazioni. Una corposa parte del testo è dedicata alla critica musicale nell'era dei new media. "Con internet le voci sembrano aumentate, ma non è così. Trovano solo più spazio. Se da un lato questo fa sì che ci sia una pluralità di giudizi più facilmente rintracciabili e paragonabili, dall'altro non sempre c'è l'autorevolezza di chi e di cosa scrive. Quello che la rete offre per la critica musicale sono le potenzialità multimediali (audiovisive in particolare) ma anche la possibilità, attraverso i social network, che l'utente diventi anche critico". Quale allora il futuro della critica musicale? Capitoni definisce la situazione in maniera molto chiara: "Nel mio libro sono ottimista (altri pensano che la critica sia morta), e pur non sapendo fare previsioni, immagino un recupero di terreno della critica sui media attraverso l'integrazione dei media stessi: carta che richiama internet, che a sua volta si collega alla tv e ai social, in un gioco di rimandi che finiranno prima o poi per convergere in un medium unico (il web di per sé è vicino a questo). L'interesse per la musica è sempre lo stesso, sono i critici a dover riacquistare attenzione, riaccedendo un dibattito scaturente dalla convinzione che la musica genera pensiero e il pensiero cultura".

