

DOPPIOZERO

MTV

Rossano Lo Mele

3 Maggio 2011

A mezzanotte del 1 agosto 1981 nasce MTV. La M sta per musica, quindi la sigla si legge Music Television. Al momento della fondazione la *library* del canale Ã¨ piuttosto sguarnita: 250 video appena, destinati ad aumentare nell'arco di poco tempo. Il primo videoclip mandato in onda Ã¨ dei Buggles, ma piÃ¹ che di una canzone si tratta di un presagio: *Video Killed the Radio Stars*. Mentre in Italia la cosiddetta "musica da vedere" Ã¨ relegata dentro esperimenti da seconda serata Rai (tipo *Mister Fantasy* di Carlo Massarini, MTV sarebbe arrivata qui solo a metÃ degli anni '90), il primo canale televisivo integralmente musicale assolveva a due bisogni. Da una parte, negli Stati Uniti, l'emergente tv via cavo necessitava di contenuti specifici originali (la musica, in questo caso) per definire meglio l'offerta destinata a nuovi target di consumatori. Dall'altra si trattava di un potente veicolo commerciale per far vendere piÃ¹ dischi. O almeno, cosÃ¬ la pensava Robert Warren Pittman, il giovane manager (25 anni appena all'epoca) chiamato a generare un'idea che rendesse redditizio il nascente canale.



La sfida non è certo delle più banali: la musica viene già trasmessa ovunque in radio e nei grandi show televisivi. S, ma quale musica? Pittman coglie l'esigenza di amplificare sottoculture e generi musicali nascenti e non ancora rappresentati in giro. Riuscendo a dar voce a un pubblico sommerso, diviene più facile coinvolgere inserzionisti pubblicitari (quindi racimolare dollari) che facciano prosperare MTV. Un mondo nuovo, in cui soprattutto gli adolescenti e i giovani possono riconoscersi facilmente, ascoltando la musica di nomi freschi e assai distanti tra di loro: l'ondata pop britannica (Culture Club, Duran Duran, Spandau Ballet), l'universo straniante dei Devo e soprattutto *Thriller* di Michael Jackson, il cui video diretto da John Landis quasi funge da sinossi per tutta la cultura urbanafroamericana che di lì a poco avrebbe dilagato. Così anche i colossi della musica non rappresentati dal linguaggio di MTV devono adeguarsi, se vogliono stare al passo. Celebre il caso degli Aerosmith o di Greg Kihn, che prima dell'avvento dei videoclip boccheggiano, senza vendere quasi più dischi. L'alta rotazione e lo sticker as seen on MTV sui loro prodotti ne rilancia la carriera.



I videoclip hanno un linguaggio nuovo: durano pochi minuti, lavorano di taglio (montaggio), cucito (il peso fondamentale dell'abbigliamento) e macchie di colore (una certa solarità di fondo è sempre gradita). C'è continuità filmica tra la rotazione incessante dei clip e i blocchi pubblicitari: non solo parlano la stessa lingua, ma spesso gli spot rimandano al look e all'universo degli stessi musicisti che suonano e cantano. L'oggetto del desiderio (quei pantaloni, quelle scarpe) sono sovente pubblicizzati pochi minuti dopo il passaggio di un video.

Nei clip la camera è spesso in movimento e le inquadrature sporche diventano un elemento di stile. Studiosi come Domenico Baldini hanno fatto risalire lo stile dell'emittente a quello in bianco e nero della *nouvelle vague* e dell'underground americano dei '60. Anche la grafica dell'emittente, molto curata e cromatica, così come il lancio delle news, gli approfondimenti, le interviste e i live rimanda direttamente al linguaggio scelto, così che lo spettatore non avverta salti linguistici durante l'erogazione dei contenuti.

MTV oltre a diventare un *brand* diventa quindi uno stile. Negli ultimi anni si Ã difatti assistito all'âaffermazione di film maker emersi proprio come autori di videoclip, divenuti di culto per gli amanti del genere. Si pensi per esempio allo stile sulfureo di Spike Jonze, regista di *Being John Malkovich* e prima al lavoro, tra i molti, su *Buddy Holly* dei Weezer e *Cannonball* delle Breeders. Oppure si consideri lâastrattismo di Michel Gondry, che prima di girare *Se mi lasci ti cancello* e *Lâarte del sogno* si occupÃ², tra gli altri, di Bjork e White Stripes.

Il successo Ã inarrestabile: nasce la cosiddetta MTV Generation, rappresentata dal motto âthink globally, act locallyâ. Unisce pubblico giovane di tutto il pianeta; oggi quasi ogni paese ha una sua MTV locale, che a sua volta si ramifica in altri canali (MTV+, MTV Gold, MTV2 etc.)

Col passare degli anni MTV ha contribuito a creare e cavalcare fenomeni nati dal basso - dal grunge di Seattle al *gangsta rap* di 2Pac Shakur â allargando lâofferta per il proprio pubblico grazie al lancio di trasmissioni prodotte in casa: cartoni animati (*Beavis & Butthead*), show (*Total Request Live*), concerti e serie, da *Jackass* fino al controverso *Jersey Shore*.



CâÃ un aneddoto che rende bene lâidea della potenza della *company*: durante la campagna elettorale del â92 Bill Clinton accettÃ² di rilasciare un'âintervista a MTV, inclusa domanda sull'âuso di biancheria intima utilizzata (boxer o slip?). PiÃ¹ della risposta (slip, comunque) risultÃ² essere vincente la scelta del futuro Presidente: cioÃ stabilire un contatto con gli elettori piÃ¹ giovani, laddove George W. Bush declinÃ² la medesima intervista. Non a caso MTV si sviluppa in un momento storico in cui la gestione familiare e collettiva dell'âapparecchio televisivo comincia a scricchiolare. Dai primi anni ottanta si vendono sempre piÃ¹ televisori che arredano altrettante camerette. Da plurale la visione diventa singolare: gli adolescenti vivono sintonizzati su MTV, sottofondo delle loro giornate domestiche.

Il videoclip contiene un inedito appeal mediatico e artistico, ma il vero colpo di genio di Pittman, a distanza di tempo, Ã stata lâ?intuizione iniziale: convincere le case discografiche - dietro la promessa di maggiori ricavi legati allâ?incremento delle vendite â? a produrre contenuti (i video) che MTV avrebbe poi trasmesso: gratis. Ossia gestendo i soli costi di emissione e non di produzione televisiva. Guadagnando cioÃ spettatori e con essi investimenti pubblicitari, con spesa pari a zero. Oggi, nellâ?epoca di YouTube e dellâ?accesso gratuito e costante a qualsiasi contenuto (e clip) video, sembra un dato marginale. Ma forse la neotelevisione nasce proprio qui.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio Ã grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

