



## NEOLOGISMI E STUPIDISMI

**C'**è qualcosa di nuovo... ma che odora di vecchio, nella comunicazione e marketing dell'attività musicale in Italia, che forse non ha equivalenti negli altri paesi dell'Unione; i quali, come si andava dicendo da tempo, non brillerebbero per fantasia linguistica e comunicativa come noi. Cominciamo dai neologismi. Ce n'è uno che oggi va molto di moda, quello di chiamare il direttore d'orchestra 'conduttore' - il bravo critico musicale dell'Espresso è il capofila degli 'introduttori' (ci è consentito?) di tale neologismo - traducendo letteralmente il termine inglese con cui viene appunto indicato il direttore d'orchestra; mentre nella stessa lingua, direttore è il regista di uno spettacolo operistico. Ma allora, di converso, i metalli 'conduttori' possono essere chiamati 'direttori' e, linguisticamente, dirigere un'orchestra? e i conducenti di un mezzo pubblico d'ora in avanti, li chiameremo 'direttori' di autobus, ad esempio? Ora, in linea con il fenomeno della confusione linguistica, chiamiamolo anche noi direttore il regista, così facciamo più casino di quanto non ve ne sia già sotto il sole della musica e della lingua, nella quale le recenti neviccate ed i relativi disastri nel traffico, hanno introdotto un nuovo termine: 'intra-versato', per indicare un veicolo che, sprovvisto di catene, si è messo di traverso sulla strada, bloccando il traffico, ma anche i movimenti cerebrali dell'inventore linguista. Non vogliamo toccare la valanga di neologismi che ha investito il povero 'tavolo', un tempo destinato all'agape familiare, ed oggi, aperto, avviato, convocato, fatto saltare e stupidaggini similari.

Ma dove la fantasia linguistica italiana è più attiva ed eruttiva è il settore della comunicazione. Per fermarci ad una istituzione benemerita il cui attivismo è sotto gli occhi di tutti come anche i grandi risultati, Musica per Roma, abbiamo scoperto come lì nella

comunicazione si faccia un uso smodato del termine 'mente', non come voce del verbo 'mentire', bensì come sostantivo che sta ad indicare una delle più elevate funzioni dell'attività umana: il pensiero. Musica per Roma va sfornando, a ritmo continuo, festival e cicli di incontri che intitola, infilandoci sempre il termine 'mente', mai da solo, in avventurose combinazioni avverbiali, disgiunte per l'occasione, e che fanno evidentemente la gioia dei comunicatori romani. 'RomanticaMente', 'ContemporaneaMente', (il Teatro Sociale di Rovigo, per una rassegna di balletto, ha preferito la grafia 'ContemporaneaMente') 'StupidaMente', per indicare che si vuol riflettere, in detti festival e cicli di incontri, sulla contemporaneità, sul romanticismo e sulla stupidità. In verità quest'ultimo festival (StupidaMente) non si è ancora svolto, ma temiamo che prima o poi anche quello Musica per Roma finirà per programmarlo. L'acume nella comunicazione di Musica per Roma non si ferma qui. Da anni organizza il Festival di Villa Adriana, a Tivoli - uno straordinario monumento un tempo affidato a mani sacrileghe - esattamente da quando ha inventato un logo davvero geniale: 'FESTIVAL'. Fin dall'antichità si sono detti gli esperti di comunicazione della istituzione romana, era scritto che quella villa dovesse ospitare un festival. Infatti, la sillaba VA, del termine Festival, starebbe ad indicare 'Villa Adriana'. Orbene, dite in tutta sincerità, se uno fa quella sensazionale scoperta non si merita automaticamente di gestire un festival nelle grandiose rovine della villa dell'imperatore Adriano, alle porte di Roma, come è toccato a Musica per Roma? La risposta non può che essere positiva. Sempre meglio di una discarica nelle vicinanze, come ora con grande rispetto per la memoria storica ed architettonica, il Comune di Roma va ipotizzando. Ma con la discarica, beninteso, Musica per Roma non ha nulla da spartire.

*Leporello*