

## SAGGI

**Filosofia del tormentone da Marx a Mina**

**A**VETE GIÀ SCOPERTO quale sarà il tormentone musicale che vi affliggerà in questa estate 2009? Quella nenia infantile di Tiziano Ferro o la ballata androgina dei Killers? Per comprendere il fenomeno irresistibile della canzone che ti si pianta in testa quando meno te l'aspetti ed entra nella quotidiana esperienza di noi tutti, potete leggere **«Tormentoni!»** [Isbn, 106 pagine, 12 euro], un trattato di filosofia scritto da Peter Szendy che analizza il meccanismo attraverso cui «ci lasciamo invadere assillare e abitare da una merce che si riproduce all'infinito dentro di noi». Citando senza soluzione di continuità Alberto Lupò e Karl Marx, Soren Kierkegaard e Serge Gainsbourg, Walter Benjamin e i Daft Punk, Boris Vian e Sigmund Freud, Szendy – docente di filosofia della musica all'università Paris X Nanterre – spiega che la nascita e lo sviluppo dei tormentoni è un fenomeno analogo al «fantasmagorico» feticismo delle merci di Marx: la merce si isola dai rapporti sociali così come la canzonetta diventa parte di noi, ci illude di scandire le nostre vite a causa della sottilissima distinzione che distingue uno «spazio qualunque» da un «luogo davvero comune». **Il tormentone, in conclusione, funziona come «un'articolazione tra mercato e psiche», si serve di un «lo banale e qualunque»** che diventa sorprendentemente singolare quando ognuno di noi comincia a fischiettare senza neanche rendersene conto. Perché, scrive ancora Szendy, «l'indifferenza e l'indifferenziazione dei tormentoni è infinitamente ospitale». [G. SAN.]