

## 1. LA MELA

Mi metto in tasca una piccola mela...

Francesco De Gregori, "Piccola mela"

La mela del peccato, mela della discordia, you're the apple of my eye, la grande mela (New York) che non dorme mai e che tutti prima o poi vorrebbero prendere a morsi, o a colpi di freccia (Guglielmo Tell). Frutto antichissimo, trovato nella preistoria, sembra abbia nutrito gli uomini fin dalla notte dei tempi, talmente buono e fragrante che Dio in persona l'ha scelto come perversa e proibita attrazione per il fragile uomo dell'eden, beato e ignaro dei mali del mondo. Da allora la mela è da noi tradizionalmente identificata col biblico frutto della conoscenza, quello che Eva fa mangiare ad Adamo (collegamento che si ritrova in molte religioni, vedi il soma vedico, ma che i più avveduti - nonché eretici - studiosi tendono a interpretare come un frutto in grado di produrre visioni, insomma un allucinogeno, magari un fungo...). Curioso come l'immagine della mela - natura, innocenza, malizia - abbia attraversato indenne così tanti secoli, anzi millenni. Si ritrova già segnalata ai tempi del neolitico e poi assume ruoli centrali in ogni mitologia o religione. La sua dolcezza tentatrice (distillato di consapevolezza) costa all'uomo il paradiso terrestre; la sua conquista (le mele del giardino delle Esperidi) è una delle sfide di Ercole; in una versione d'oro sommuove l'intero mondo ellenico, sbattuta dalla dea della discordia Eris sulla tavola degli dèi, sottoposta a Paride perché la consegni

alla più bella tra Era, Atena e Afrodite, con ben note e tragiche conseguenze (ratto di Elena e guerra di Troia). Di volta in volta rappresenta il mondo, le forme muliebri, il veicolo di varie stregonerie. Forse ricordando tutte queste cose, e in particolare la mela stregata di Biancaneve, l'immagine di New York come big apple, mela marcia, mela da sgranocchiare, mela come piccolo mondo a parte, fu adottata dallo slang dei jazzisti già negli anni Quaranta (la prima volta in assoluto si deve allo scrittore Martin Wayfarer nel 1909), anche se la sua diffusione planetaria si deve alla campagna pubblicitaria ideata nel 1971 da Charles Gillet (appassionato di jazz). Da lì alle T-shirt il passo fu brevissimo ("If this town is just an apple, then let me take a bite", dice Michael Jackson in "Human Nature"). Curioso come dalle polveri più antiche della storia e della mitologia, l'immagine della mela sia comparsa a sorpresa nel bel mezzo degli anni Sessanta, evocata dal gruppo più forte e centrale di tutta la storia della musica popolare. I Beatles tirarono fuori dal cilindro l'idea della mela, proprio mentre le arti grafiche, da cenerentole e succedanee di altri linguaggi, stavano assumendo la leadership della rappresentazione del nuovo. A quei tempi ancora non si osava più di tanto trasgredire le regole iconografiche del vinile. Si cominciò con le copertine, un tempo occasione al massimo di patinata foto tessera del cantante. Con i Beatles, e non solo, la copertina subì mutazioni sconvolgenti, diventando luogo di fantasiose possibilità, una tela del possibile, assurgendo in fondo a opera d'arte, a supremo segno visivo della visione musicale. E che al posto di un prezioso originale ci fossero infinite riproduzioni non faceva che accrescere la sensazione della copia come arte dei tempi. Poi si pensò che anche l'etichetta interna poteva diventare quadro, terreno di gioco visivo. E allora apparve la mela, prospetticamente maliziosa, al punto che da una parte era tonda, intera, e dall'altra parte era spaccata a

metà, come se il disco fosse un appiattimento di una realistica consistenza tridimensionale.

In realtà l'idea della mela, il simbolo per eccellenza, era molto di più. Significava che i Beatles, dopo aver aperto sentieri nuovi in ogni settore del mondo musicale, avevano cominciato a riflettere sul rapporto tra industria e arte, da principi munifici e illuminati dominatori del mondo quali erano, arrivando alla conclusione che il sistema capitalista del mercato musicale non era poi così in sintonia con l'arte. E allora cercarono, icari e mecenati, l'indipendenza, con sfumature utopiche. La Apple, la mela, era la società che gestiva direttamente gli interessi e la volontà dei Beatles. E non era un colpo di mano di John il rivoluzionario. Erano d'accordo anche gli altri. La Apple doveva essere una società gestita da artisti, capace di proteggere altri artisti, sottraendoli alla gogna dell'imbecillità e della grettezza degli industriali, degli affaristi di professione. C'era quasi una punta di socialismo, concretizzato in una catena di negozi Apple dove si badava poco al fatto che la gente pagasse o meno quello che prendeva. E poi produzioni, nuove idee, patrocinio a musicisti in gamba. Un gran bel sogno e ovviamente un disastro economico. Un magnifico, struggente esempio di tenerezza rivoluzionaria, di romanticismo della cultura giovanile che si trovava nei pressi delle stanze del potere. Ma la mela rimaneva pur sempre il frutto proibito, un impertinente simbolo della natura, anzi del piacere offerto dalla natura, forse il suo primo e più diretto modo di comunicare con l'uomo. Solo i funghi forse, più della mela, hanno il potere squisitamente visivo (e quindi immediatamente simbolico) di stagliarsi in una radura, di proclamare la propria diversità, pur essendo frutti e figli dell'ambiente. Ma se i funghi sono oltraggiosi, licenziosi, falli sparsi qua e là dal demonio con le fogge più scomposte e aliene, la mela ricava la sua preziosità col rosso o col verde, brillando

in mezzo a mille terragne opacità dei boschi.

Lasciamo spiegare agli appassionati di allegorie epocali come sia successo che pochi anni dopo, l'ulteriore rivoluzione, ovvero l'incombente era della telematica, dell'informatizzazione del pianeta, sia stata annunciata ancora una volta da una mela, non più verde come quella dei Beatles, ma multicolorata, e per la verità smangiucchiata, quasi un'iride sfaccettata, di nuovo Apple ma questa volta applicata a una marca di computer. La coincidenza non è sfuggita alla Apple beatesiana, tanto da scatenare una celebre causa legale tra i due marchi. In realtà, i primi eccitati computeristi si riferivano con maggior aderenza alla mela di Newton, quella che, forse teleguidata da volontà superiori, andò a cadere sulla testa dello scienziato, stimolando il grande scatto della fisica. Di nuovo il frutto della conoscenza (in questo caso ancor più pertinente), ed è significativo, per quanto probabilmente inconscio, che nel caso della Apple Computer, il frutto fosse sbocconcellato. Il frutto alla fine è stato di nuovo assaggiato. Il peccato originale si è rinnovato: un vero impero nascente, ma curiosamente nato proprio nel luogo per eccellenza dove il sogno giovanile aveva trovato terreno fertile, la California. Le coincidenze non finiscono. Questo nuovo marchio della mela nasce su basi underground, dalla vocazione tutta americana di Steve Jobs a fondere sogno, creatività, arte e in questo caso perfino cultura alternativa, con le regole dell'industria. Atteggiamiento le cui tracce rimangono ancora oggi nei giochi del Mit, nei vezzi tutti creativi dei nuovi scienziati informatici. Tutto ciò è riuscito ed è potuto così accadere che sotto la bandiera di una mela iridata come l'arcobaleno, sia nata l'era del personal computer, la prima vera profonda rivoluzione nel rapporto tra uomo e macchina, una via cresciuta vertiginosamente e sicuramente senza ritorno, partita da un luogo detto Silicon Valley, da un bizzarro inventore che aveva praticato

gli acidi e i viaggi in India. La mela, sempre la mela, che avendo la forma di un piccolo mondo, potrà essere un giorno anche il simbolo di una enterprise interplanetaria...

Ma c'è anche un possibile risvolto, che porta immediatamente all'interno della mela, dove ovviamente può annidarsi un verme. Tutte le mele, anche quelle apparentemente perfette, potrebbero nascondere un verme, o un'invisibile zona marcia (anche qui il paragone con la città è calzante). Il marciume. La contrapposizione tra l'esterno e l'interno. Per gli Alice in Chains, la mela ("Rotten apple") è proprio il frutto, un tempo ideale, che è diventato sospetto, marcio, una fregatura, simbolo della disillusione generazionale, della fine del sogno. Ma la tentazione non muore mai. Per Suzanne Vega è di nuovo frutto proibito. Il suo nuovo disco "Nine objects of desire", perfetta quadratura del cerchio, è cosparso di verdi smaglianti mele da desiderare ardentemente.

### **Bonus**

"Cherry pink and apple blossom white", Perez Prado

"Apple of my eye", Badfinger

"Cogli la prima mela", Angelo Branduardi

"You're the sunshine of my life", Stevie Wonder

"Perché non sei una mela", Lucio Battisti

### **Estensioni**

#### *Frutto*

Beh, in quanto ai frutti, in musica se ne celebra il trionfo. "Tutti frutti" per l'appunto, pretesto per il più celebre nonsense fonetico della storia pop. Frutti frivoli: limoni in quantità industriali, cocchi, manghi e ogni altra delizia tropicale. Rifugge la banana a cui sono state intestate navi musicalmente celebri ("Banana boat"), intere repubbliche, o deliri spettacolari ("Yes we have no bananas"), da Carmen Miranda a "ma 'ndo vai se la banana non ce l'hai" di Alberto Sordi e Monica Vitti. Per non

parlare di piccoli accessi visionari. Il frutto, forse proprio in ricordo di antichissime pratiche, diventa occasione per un invito ai limiti del paranormale (“Strawberry fields forever”). Frutti amari, indigesti, come il “bitter fruit” di Little Steven o addirittura terribili, tragici come lo “Strange fruit” che cantava Billie Holiday, null’altro che il nero impiccato all’albero dai suoi razzisti persecutori e carnefici.

### *Cibo*

Da farne indigestione: “Viva la pappa pappa col popopopopopopomodoro”, o da far venire l’acquolina (Mina); e poi “Spaghetti, pollo, insalatina...” e una tazzina di caffè, che a Napoli ovviamente vanta una densa storia musicale, dalla altezzosa Brigida paragonata al caffè amaro, fino a Pino Daniele. La musica folk ha tramandato veri e propri elenchi di cibarie (“Che se magnaie la zita...”), degni di Gargantua e Pantagruel, fino alla degenerazione popolare della “società dei magnaccioni”. Di vino e birra, del resto, son piene le canzoni di strada, e non solo. Il pane... e le rose, invocavano antichi precetti alternativi, cibo sì ma avendo rose, cultura, e pensiero, per companatico. Meglio ancora ciò fu espresso con la formula “Food for thought” (UB40) o nell’anarchico e disarmante candore anticonsumista con cui nel *Libro della giungla* Mowgly e Baloo cantano “Bare necessities”, lo stretto indispensabile per vivere. “Ci bastan poche briciole...”

### *Natura*

Qua e là si sono intraviste alcune esaltazioni naturalistiche (“Mother nature’s son”, Beatles; e soprattutto “Born to be wild” degli Step-penwolf), ma più che altro l’idea di natura prorompe in musica con l’etichetta New Age. Nella confusa, eclettica genesi del nuovo corso, si cerca anche musicalmente una sorta di mitico equilibrio ecologico con l’ambiente. L’uomo nuovo, cittadino della incipiente era dell’Acquario, dovrebbe essere armonico rispetto all’ambiente, ma questa idea, lodevole da un punto di vista sociale, produce musiche invariabilmente scialbe, più neutrali che rispettose nei confronti della natura. Tutt’altra cosa è domandarsi, ai limiti della musicoterapia, se può esistere una musica ecologica, da contrapporre a una non ecologica. Abbiamo alcune tracce. Al di là della ovvia soggettività, ci sono musiche che producono un effetto benefico, come sa bene quel medico francese che ha elaborato un complesso sistema terapeutico fondato sull’ascolto di Mozart.