

DOPPIOZERO

Bono Vox, nel nome del potere

Enrico Manera

6 Giugno 2014

Credo veramente che quando si scriveranno i libri di storia, la nostra epoca verrà ricordata per tre cose: la guerra al terrorismo, la rivoluzione digitale e quello che abbiamo fatto [...] per spegnere l'incendio in Africa. La storia, come Dio, sta guardando quello che facciamo.

Bono, 2006

Fidatevi del capitalismo: noi troveremo una via d'uscita.

Bono, 2010

Paul Hewson, più noto come Bono Vox, o semplicemente Bono, è un'icona indiscussa dei nostri tempi. Cantante carismatico degli U2, un gruppo irlandese che non ha bisogno di presentazioni, è una rockstar di fama mondiale, un uomo ricchissimo e una figura mitologica dell'immaginario pop contemporaneo.



Posto che la sua è una delle più belle voci maschili del pop, si può discutere sulle fasi alterne di una produzione creativa e di una discografia che data dal 1980 arriva fino a oggi (in attesa di un imminente nuovo lavoro del gruppo), ma la critica musicale è abbastanza concorde nel ritenere che almeno fino ai primi anni Novanta gli U2 abbiamo scritto, con figure di primo piano alla produzione artistica come Brian Eno, Flood o Daniel Lanois, pagine molto importanti della musica pop.

In ogni caso, questo non è rilevante nel libro di Harry Browne [*The frontman. Bono \(nel nome del potere\)*](#), se non nella misura in cui il successo mette una rockstar in determinate posizioni nel sistema dei media e del potere ad esso correlato.

Fin dagli esordi Bono, voce espressiva ed emozionale di un approccio positivo al post-punk che ne neutralizzava le pulsioni distruttive e dark per incanalarle in un immaginario spirituale e umanista, è sempre stato in prima fila in operazioni di beneficenza.

Una delle immagini più significative degli anni Ottanta è lo show di U2 al Live Aid di Londra: una performance da pelle d'oca di diciotto minuti in cui Bono abbandona il palco (lasciando gli altri a suonare *Bad*), scavalca le transenne verso il pubblico e si abbandona a un lungo abbraccio con una ragazza di colore. Di quella kermesse che Frank Zappa liquidò come «un finto evento di beneficenza organizzato dalla show business» (disse cose ancora più dure), lo show di Bono era divenuto agli occhi del mondo una immagine della «naturale fusione tra musica e amore» (Browne).

Il cantante non era nuovo a episodi del genere: la notissima *Sunday Bloody Sunday*, con l'incedere marziale del rullante e le grattugiate di chitarra, ispirata al conflitto nordirlandese diventava dal vivo un rito pacifista scandito dall'esibizione della bandiera bianca; ed è con questo video live che nel 1983 gli U2 conquistano il palinsesto di MTV.

Gli U2 inoltre sono in prima linea nel 1989, quando con altri titani come Bruce Springsteen e Peter Gabriel, lanciano un tour collettivo in favore di Amnesty International (*Human Rights Now*) che ha lasciato il segno tra le giovani generazioni e ha favorito la presa di coscienza della questione dei diritti umani. Molti sono in grado di associare il disco *Achtung Baby* (1991) e lo *Zoo TV tour*, uno show multimediale avveniristico, alla nuova Germania riunificata e le uscite pubbliche di Bono degli anni successivi all'assedio di Sarajevo di vent'anni fa.

Gli U2, per la generazione che in Italia li vide come un miracolo su DJ television con *Pride* (1985) sono un simbolo di ciò che è buono, intelligente, profondo e generoso. Poco importa se l'immagine di Martin Luther King in quel pezzo era sfocata, stilizzata e in fondo poco giustificata per degli irlandesi di Dublino, in pieno stile *heighties*: in mezzo all'insopportabile vacuità del mondo “paninaro” dei Duran Duran e degli Spandau Ballet, per chi non voleva la durezza nichilista e autodistruttiva di altri gruppi post-punk, gli U2, con il loro immaginario di purezza e cattolicesimo eterodosso, rappresentavano una terza via capace di saldare gusto, impegno, iconicità.

Con un contratto discografico da venti milioni di dollari a disco, un ego ipertrofico e un «senso sproporzionato della propria rettitudine», Bono, idealista e cinico al tempo stesso, era pronto a sfidare il mondo e le sue contraddizioni. Dal 1990 a oggi, di soli live, il gruppo avrebbe realizzato un miliardo e

cinquecentoquattordici milioni di dollari.

Negli anni 2000 l'adolescenza per molti è finita: il quarantenne Bono porta a termine la vocazione degli esordi e muta l'immagine da sinistra democratica che si era cucito addosso a partire dall'inarrestabile successo planetario del documentario "americano" di *Rattle and Hum*: è l'affermata pop-star che il *New York Times* venera come un guru, che insieme a Bob Geldof si erge a promotore di campagne per la riduzione del debito dei paesi africani e nella lotta contro l'Aids per la diffusione di farmaci antiretrovirali; che negozia con George Bush, Tony Blair e trova ascolto nei loro *entourage*, avallandone pubblicamente la politica estera della guerra al terrorismo. Ha voce in capitolo nel G8, amicizie e interessi commerciali in tutte le principali multinazionali, al punto da essere considerato un lobbysta di Washington e un *habitué* di Davos: la sua strategia è realizzare obiettivi di giustizia globale con i protagonisti della *shock economy* e della concezione neoliberale che vede nello sviluppo capitalistico e nell'accettazione dei principi di mercato l'unica via di sviluppo e di uscita dalla povertà endemica e dal mancato sviluppo. Ma non sono gli stessi problemi che quella logica ha generato e continua a rendere pervasiva?

Con precisione e con ironia, Browne mostra come Bono sia sempre stato un formidabile comunicatore capace di creare effetti di verità e di significato toccanti e memorabili: a proposito della già citata *Sunday Bloody Sunday*, Browne conclude che «a chi non sapeva granché dei disordini irlandesi, sembrava che la canzone e il modo con cui Bono la interpretava dicessero qualcosa di terribilmente audace su qualcosa di oscuro ma di grande importanza politica». Qualcosa del genere si ritrova potenziato e su scala globale vent'anni dopo.

Il punto più basso della vicenda è l'incontro con Bush nel 2002 («Bono, io ammiro il tuo cuore») in cui il cantante di fatto si trovò a fianco della destra religiosa americana ad appoggiare la guerra al terrorismo, le spese militari, l'astinenza al posto della contraccezione, gli accordi con le case farmaceutiche invece dei medicinali generici. Anche senza arrivare a questo, nel 2005 la frattura tra le «rock star caritatevoli» e il composito movimento per la giustizia globale era ormai insanabile: sul *Guardian* George Monbiot attaccava duramente l'umanitarismo delle celebrità che «credono di poter mettere su un grande coro mondiale di ricchi e poveri che cantano sullo stesso spartito» trascurando che questo appare privo di senso «fin tanto che il G8 conserva la sua presa sugli strumenti di *governance* globale».

In uno stesso sistema globale si possono condonare debiti anche per milioni di dollari, creando le condizioni per produrne di nuovi per miliardi senza che nulla possa cambiare, sintetizza Browne.

Cambiamo scena. Bono è per Oprah Winfrey «il sovrano regnante della speranza» e *City of Blinding Lights* è la sigla ufficiale della campagna elettorale di Obama, che da tempo il divo, già amico di Clinton e poi interlocutore di Bush e Wolfowitz, ha avvicinato e di cui apprezza le origini africane, lo stile e la prospettiva.

Nel 2010 Luis Vuitton lancia una pubblicità per una serie di valigie in tela prodotte in serie limitata e dal costo di 1000 dollari l'una. Nella foto sopra alla scritta «Ogni viaggio comincia in Africa» Bono e la moglie Ali appaiono appena scesi da un vecchio aeroplano con le borse in primo piano, in quella che si direbbe una savana. Lasciando perdere il carattere kitsch della messa in scena in pieno stile coloniale, è opportuno sapere che la casa madre che produce le valigie (LVMH) è una consociata della società diamantifera De Beers, il cui coinvolgimento nello sfruttamento in aree del continente non è certo un mistero. Bono e Ali indossano abiti di un marchio “etico” e “organico” di loro proprietà, Edun, nato per “incoraggiare il commercio con l’Africa”.



Every journey began in Africa. Ali and Bono wear Edun. Ali carries the Louis Vuitton/Edun collaborative bag. Pulls from the bag, as well as Ali and Bono's tee brand's Conscious Choice Initiative Uganda.

Follow Ali and Bono on www.louisvuitton.com

LOUIS VUITTON

Il punto è che da tempo gli U2 sono al centro di dure polemiche per la gestione economica delle loro fortune di origine musicale, rispetto alle quali avrebbero evaso il fisco irlandese. Bono in particolare sarebbe all'interno di una fitta e intricata rete di investimenti economici in una galassia di società commerciali poco trasparenti; che vanno dalla speculazione immobiliare alla progettazione di *videogames* di ambientazione bellica e che hanno il la loro punta di diamante in prodotti che si fregiano a diverso titolo di un marchio di umanitarismo, ad esempio come (RED), serie limitate di oggetti esclusivi. Qui l'idea è che lo shopping di lusso, giudicato opaco nei bilanci e nella destinazione dei benefici, sia lo strumento per cambiare il mondo.

Difficilmente si può essere più chiari di Browne a proposito di Bono.

«Da quasi tre decenni, e soprattutto nel nuovo secolo, ha quasi sempre fatto da megafono ai discorsi dell'élite, difeso soluzioni inefficaci, parlato dei poveri in modo paternalistico [...]. Ha generato e riprodotto modi di vedere il mondo in via di sviluppo, soprattutto l'Africa, che sono solo uno scaltro mix di tradizionale colonialismo missionario e commerciale, in cui il mondo dei poveri esiste solo come una impresa che il mondo dei ricchi deve compiere. Con gesti grandi e piccoli ha rivolto la sua attenzione verso un pianeta di

ingiustizia selvaggia, disuguaglianza e sfruttamento, e non è irragionevole sostenere che per certi versi abbia contribuito a renderlo peggiore».

In *The frontman* ogni affermazione è bilanciata e documentata e il libro è equilibrato a dispetto di una letteratura in materia che si divide in agiografie compiacenti e demonizzazioni durissime, fatte di maldicenze che si concentrano sulla figura nera del cinico manager storico Paul Mc Guinness (di cui sono note le cause legali milionarie).

Niente di personale dunque. Bono non è l'unico e non è solo in questo scenario. Browne si è formato negli ambienti della rivista *CounterPunch*, nota per il suo radicalismo e l'edizione italiana del libro è curata da Wu Ming 1 e Alberto Prunetti per Alegre, attivi nella critica del rapporto tra media e potere (il libro sarà presentato a Roma all'interno del Festival Letteraria). Bono è in questa analisi l'incarnazione di «quel tipo discorsi, di valori e forze, sebbene spesso espressi in modo vago e fuorviante» che «possono essere complessivamente caratterizzati come conservatori, occidente-centrici e filo-capitalisti». Parlare di lui e delle sfere di cui è protagonista significa parlare del linguaggio depoliticizzato dell'umanitarismo delle celebrità. Un linguaggio che cancella l'analisi della causa di fenomeni complessi, sostituendola con la semplificazione che unisce l'icasticità del brano di successo all'emozione veicolata dal *brand* che realizza uno stile di vita. Ad esempio, Bono e Steve Jobs hanno fatto enormi affari insieme, stringendo insieme nello stesso immaginario U2 e Apple, Ipod, iTunes e discografia presente e passata: entrambi nel nome di una presunta diversità e di una superiore distinzione.

Se anche realizzano operazioni effettivamente efficaci in qualche ambito della cooperazione (Browne è molto onesto anche su questo), le politiche di beneficenza avallate dai magnati del mondo (le società commerciali e benefiche di Bono e moglie, così come molte delle loro campagne sono fatte insieme e con soldi della Fondazione Bill e Melissa Gates) contribuiscono ad avvalorare l'idea, cara alla politica contemporanea della *governance* mondiale che certi problemi siano di ordine tecnocratico e non politico e che la giustizia possa essere realizzata senza mettere in discussione il potere, anzi proprio grazie alla stabilità di quello.

Raramente si trovano esempi concreti e documentati come questo, tra tanta retorica antiglobalizzazione e discorsi fumosi contro il “finanz-capitalismo” e il “turboliberismo”, diventati mainstream a seguito della crisi dell'economia mondiale. La critica post-coloniale, in Italia marginale, e molti intellettuali non europei hanno da anni avanzato idee importanti sul tema: come la denuncia dell'uso politico delle rockstar, ma anche delle star del cinema, «che mette insieme i governi occidentali, le Ong e le celebrità mondiali» (Yrjölä) e che è stato definito *Philantrocapiasm* (Farrell). Consci o meno di quello che fanno, le *celebrities* sono «delegati emotivi significativi» che danno corpo alle fantasie di redenzione dei giovani delle classi medie dell'occidente e legittimano i rappresentanti politici dei governi. Contribuiscono al disegno di una realtà immaginaria stereotipica e immobile in cui le tensioni sociali non esistono e in cui la povertà è assegnata ad alcuni posti genericamente remoti ed esotici come “l'Africa”, senza che gli abitanti di paesi sfruttati possano aver parte in causa alcuna nel processo di soluzione dei problemi.

La stessa idea di emancipazione e ogni prospettiva di cambiamento sono ostacolate da una tale visione, nella propria società come in quelle ‘altre’. La cortina fumogena tirata su dalle buone azioni del 1% super-ricco del pianeta esclude soprattutto ogni discorso sulla principale causa della povertà attuale, ovvero una iniqua

distribuzione delle risorse esistenti.

PS Che ci crediate o no, ho pianto le mie ultime lacrime dell'adolescenza nel fare questo pezzo. Gli U2 sono stati per lungo tempo il mio gruppo preferito.

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

