

Tecnologia & Tempo libero



Come tira l'industria dello svago

Il primo sorpasso c'è stato nel 1978. Dopo cinquant'anni di incontrastato dominio, il cinema ha dovuto cedere il passo. Al primo posto nella spesa degli italiani per i divertimenti è passata la televisione (per via del canone di abbonamento, che ha superato come introiti gli 800 miliardi di lire). E poi nel 1982 il cinema è stato ancora superato, secondo le accurate statistiche della Siae (Società italiana autori ed editori), dai cosiddetti intrattenimenti vari: una categoria che comprende mille cose tra cui il ballo, i videogames, i biliardi, le mostre, i circhi, e le feste di ogni tipo, a cominciare da quelle dell'Unità.

«Le statistiche sul tempo libero degli italiani», ammonisce un sociologo di Trento che ha compiuto ricerche nel ramo, «sono da leggere con molta attenzione». Non c'è solo la consueta «nebulosa statistica» che per colpa della crisi dell'Istat (Istituto centrale di statistica) avvolge ogni fatto, importante o meno, della vita del paese. C'è soprattutto la considerazione che il cosiddetto «tempo libero» è una nozione che dal punto di vista scientifico è difficile da isolare.

Un esempio? Gli italiani, così dicono alcuni sondaggi, hanno riscoperto il gusto di invitare a casa. I Vip lo chiamano «far salotto», e sull'argomento è persino stato pubblicato un libro-guida che indica come si riceve e quali sono i salotti più mondani del momento. Ma anche la gente normale organizza sempre più spesso pranzi o inviti a casa propria. La ragione sta forse nell'alto costo dei ristoranti; sta di fatto che queste spese allentano non solo le assegnate dalle statistiche alla categoria «tempo libero». Come distinguere, infatti, una bottiglia di spumante comprata per invitare gli amici, e una acqui-

stata per un normale compleanno di famiglia? Invitare a casa può comportare anche una maggiore spesa per l'arredamento o per i vestiti. Ma come distinguere, anche qui, la gonnina comprata per far bella figura con gli amici e quella per il normale lavoro? Vorò?

Con queste premesse, passiamo ora ai dati. Nel 1984 i consumi finali degli italiani sono aumentati rispetto all'anno precedente del 13%, raggiungendo la cifra iperbolica di 388.869 miliardi. Evidentemente il grosso è assorbito dai consumi primari: l'alimentazione (104.598 miliardi), l'abitazione (58.190 miliardi), i trasporti (52.624 miliardi). Ma anche la cifra destinata a ricreazione e spettacoli non è certo irrilevante. Erano l'anno scorso 29.276 miliardi di lire.

Trattandosi di un consumo non primario, è evidente che i più ricchi si sono mostrati i più spendacciosi. Le dieci città italiane che, in ordine, hanno avuto il record nazionale del reddito, sono anche quelle con spese procapite più alte nei divertimenti: Aosta, Man-

tova, Modena, Cremona, Novara, Varese, Milano, Trieste, Bologna, VerCELLI. In valore assoluto le tasche più bucate sono state quelle dei milanesi.

Nel 1982 il primato degli incassi per il divertimento è lo spettacolo era di Roma. Poi la capitale, pur restando in testa per numero di rappresentazioni (16.840, quasi il doppio di quelle milanesi), sta per i biglietti venduti (2.528.000 contro i 2.355.000 del milanese), ha perso il primato gli incassi. I prezzi, si sa, a Milano sono più elevati.

La vera esplosione del tempo libero e dell'industria relativa avviene d'estate. Mentre durante l'anno i ritmi di lavoro e le possibilità economiche frenano molte vogliete, le vacanze permettono di soddisfare vecchi sogni. Le ultime statistiche parlano chiaro. Nell'85 il 63% degli italiani andrà in vacanza, con un aumento rilevante rispetto all'anno scorso. E un esercito di 37 milioni di connazionali a cui si aggungeranno 20 milioni di presenze straniere, per un totale che si avvicinerà ai 57 milioni.

Trombe, violini, un'orchestra intera dentro l'emulatore di suoni: al musicista il computer fa risparmiare tempo e denaro. Ma è anche «creativo»? Ecco le opinioni di Paolo Conte ed Enrico Ruggieri, due cantautori molto diversi ma accomunati dall'anticonformismo e dalla disponibilità a sperimentare

I suoni cambiano. Perché cambiano i modi di produzione dei suoni. Legni plasmati e ritorni, fissati nelle loro forme armoniche da colle e resine speciali; corde di budello, di metallo, di plastica; ottoni sonori e vibranti; strumenti dai quali le mani e il fiato degli uomini devono sapientemente trarre i timbri e le frequenze giuste, rischiano in massa la cassa integrazione. A zero ore, e con la prospettiva del licenziamento. Le tastiere elettroniche dell'ultima generazione, con aggiunta di computer, sono in grado di imitare qualunque suono e addirittura di «comporre» se programmate all'uopo, motivi elaborati. Ovviamente, con l'instancabile precisione della tecnologia, in grado di ripetere all'infinito la stessissima nota con lo stessissimo timbro. Il moto perpetuo resta un sogno, il suono perpetuo forse è già stato inventato.

Ancora una volta la rivoluzione tecnologica crea e distrugge al tempo stesso; crea nuove possibilità, infinite potenzialità espressive; distrugge la preziosa, insostituibile mutevolezza dell'intervento umano, dotato di una facoltà sbalorditiva, insieme un limite e un illimitato dono, quello di poter trarre dallo strumento un suono sempre diverso, sfumature irripetibili. L'interpretazione, la fantasia, la forza impagabile della soggettività. Rischio, dunque, di serializzazione, di standardizzazione dei suoni. Per i musicisti, indistinguibili, ma troppo uguali. E ottenibili, per giunta, indipendentemente dai meriti dell'esecutore. Ma, insieme, riduzione dei costi di produzione, taglio dei tempi di registrazione, insomma risparmio. Un bel dilemma.

Ne parliamo con due musicisti molto diversi, ma accomunati da un talento solitario e quasi bizzoso. Due anticonformisti, sicuramente in grado di impostare il proble-

ma secondo criteri personalissimi e dunque attendibili. Paolo Conte, maturo cantautore ricco di genio «acustico» e legato mani e piedi a jazz e swing; Enrico Ruggieri, giovane rocker di matrice elettronica, molto attratto da ciò che non gli appartiene, e dunque dalla tradizione pre-elettronica. Ne viene fuori un dialogo indiretto davvero sorprendente, con il «tradicionalista» Conte che si ab-

bandona a intuizioni quasi futuriste sul domani del suono, e il futurista Ruggieri che cura con la nostalgia del passato le ferite della tecnologia. «Uso poco l'elettronica — dice Paolo Conte — ma ne sono profondamente attratto. Intanto, e questa è una constatazione tecnico-economica, perché evita i tanti rischi della mano d'opera, permettendoti di evitare la faticosissima ricerca delle mani giuste, dei cervelli in sintonia

non scaturisce da musicisti nati da uno stesso «credo», non può esistere, non può nascere. È acustico per eccellenza. E allora, che cosa c'entra l'elettronica? C'entra perché, usandola per così dire «a mosaico», cioè mettendo insieme tasselli strumentali preconfzionati, studia-

dienti fondamentali dello swing possono essere in qualche modo imitati; non può essere imitato l'apporto sensoriale della manualità, altro elemento costitutivo dello swing. Il risultato elettronico, dunque, sarà qualcosa di

uguali e per questo, usando un termine tuo, privi di «sensualità».

«La serializzazione — risponde Conte — è il misfatto dei pigri. Di chi non cerca,

dentro. Come ha fatto, mi pare, Brian Eno, un musicista che amo moltissimo».

Da un Paolo Conte invadito da Brian Eno (sarebbe

assai spesso — racconta Ruggieri — ma forse proprio per questo ne ho paura. Perché l'elettronica è comoda, hai tutto lì a portata di mano,

vitabile subire il fascino (per amore o per forza) e dunque utilizzarli in modo massiccio, magari a scapito di quegli strumenti acustici che usi come contorno e che dovrebbero creare la diversità. Ecco perché sono così diffidenti».

È per questo che ultimamente lavori molto di più con gli strumenti acustici?

«Certo, anche per questo. E poi perché è più divertente, più gratificante per i musicisti. Con gli strumenti acustici, l'ottanta per cento del merito va al «manico», il venti al mezzo. Con l'elettronica, la proporzione è esattamente invertita: ottanta per cento del merito allo strumento, solo venti all'uomo».

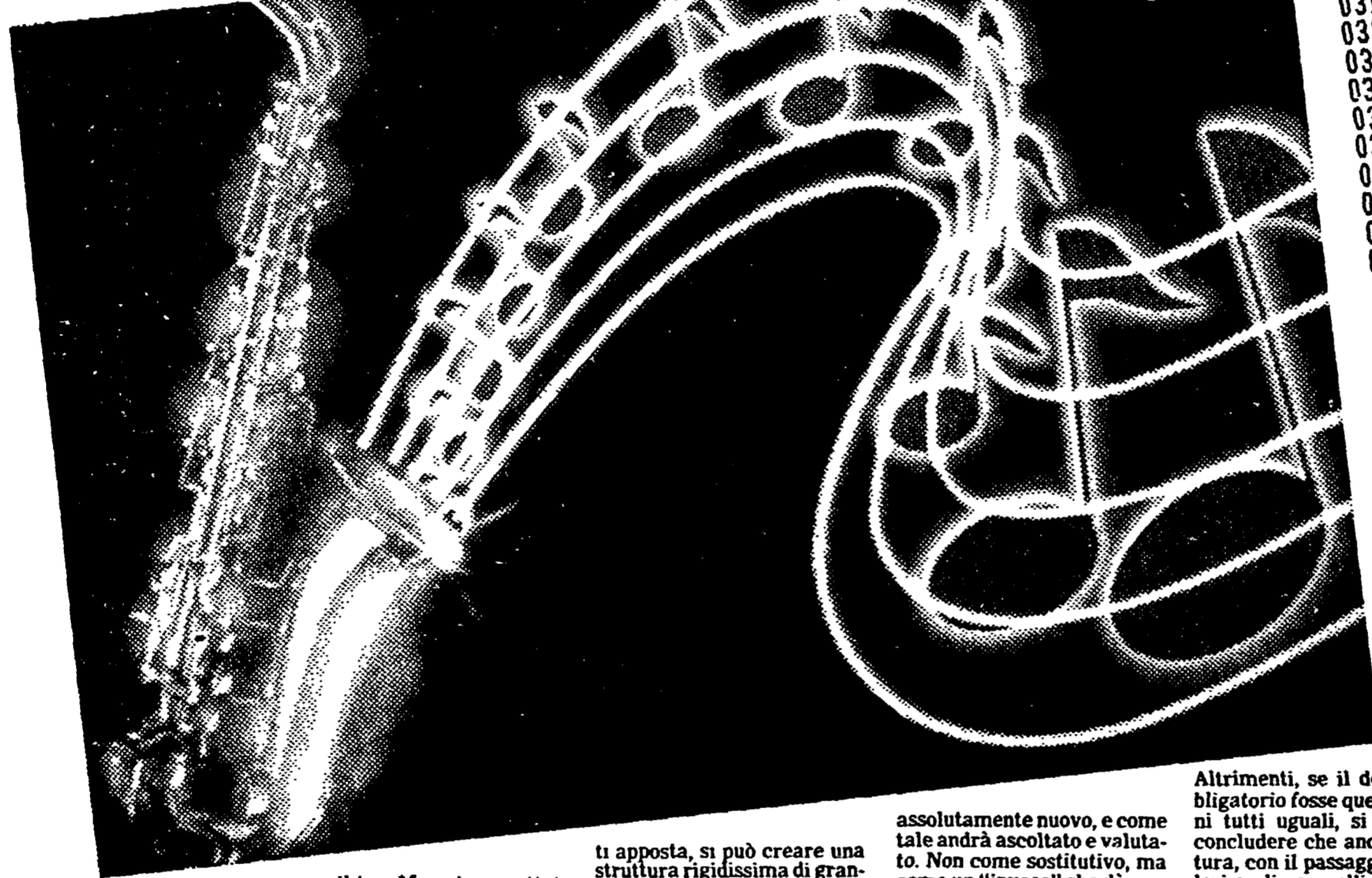
D'accordo. Ma non pensi che, una volta abituati a usare gli strumenti elettronici anziché farsene usare, si possa riuscire a «sfondare» l'ottanta per cento dello strumento, arrivando a un paradossale centosessanta per cento, cioè a possibilità inedite, straordinarie, ricchissime?

«È una possibilità. Ma esiste più che altro sulla carta. La realtà produttiva, le possibilità di mercato, è diversa. Ed è quella che ti fa usare l'elettronica quasi sempre come una comoda scortoriaia, e molto raramente come una possibilità in più».

Vedremo. Chi ha orecchie, ascolterà. Intanto, ci piace contemplare il quadro paradossale appena abbozzato, con un maestro di mezza età, a volte accusato di indulgere troppo alle atmosfere retrò, che rassicura un giovane imbevuto di cultura metropolitana indicandogli benevolo un futuro fatto di tastiere elettroniche sempre più raffinate. E proprio per questo sempre più bisognoso dell'affettuosa, insostituibile cura dell'intervento umano. Grande concerto del Duemila; Paolo Conte al computer, Ruggieri allo xilofono. Quello con i tasti di legno.

Elettronica da camera

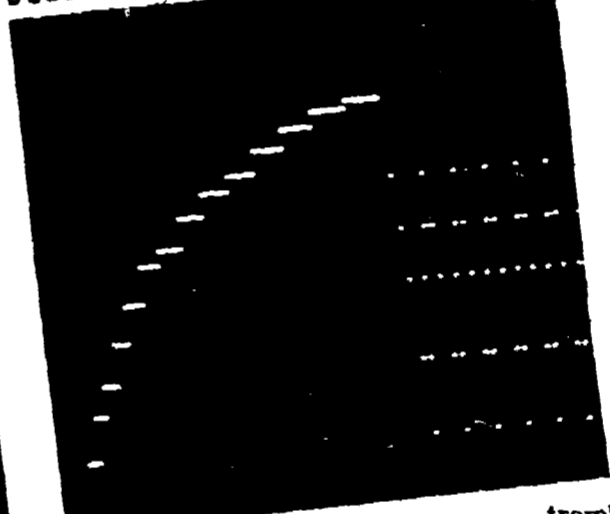
di MICHELE SERRA



300.36F

0300-	20	4C	E7	86	06	20	4C	E7
0308-	86	07	20	4C	E7	86	08	20
0310-	4C	E7	86	09	A0	67	88	C8
0318-	C6	06	00	FB	8C	24	03	8C
0320-	3F	03	AE	00	66	86	1C	A0
0328-	00	88	88	88	C6	07	00	F9
0330-	8C	61	03	A0	01	AE	00	66
0338-	1B	A5	D9	85	1A	BE	00	66
0340-	E8	CA	FD	1B	A0	30	C0	4C
0348-	4A	03	4C	4D	03	4C	50	03
0350-	4C	53	03	4C	56	03	4C	59
0358-	03	4C	5C	03	4C	5F	03	CA
0360-	00	F7	C6	1A	00	D7	C8	C6
0368-	1B	00	CE	C6	08	00	CA	60

Il personale computer ormai è in grado di fare tutto o quasi: anche di scrivere musica. Nelle immagini accanto, alcune visualizzazioni tratte dalla rivista «Applicando»



come scoprire che Gauguin sognava di reincarnarsi in Andy Warhol), passiamo ai turbamenti del giovane Ruggieri, che tra i hip hop è nato, ma ha preferito crescere in lande ben più contraddittorie, a cominciare, proprio, dal suo innamoramento artistico per il Conte di cui sopra.

«Mi servo dell'elettronica

trombe e violini, gli emulatori di suono sono disposti a tutto. Ma il rischio di un'elettronica plastificata, di dischi identici l'uno all'altro, è molto forte, molto reale. Anche per quegli stessi motivi economico-produttivi che sono il fondamento asso nella musica dell'elettronica. Mi spiego: quando il budget per realizzare un disco è assorbito in larga misura proprio da questi strumenti diabolici, è ine-

Rigatoni versione turbo

di GIANLUCA SIGIANI

Molto è cambiato, poco è cambiato. Negli ultimi anni il motore della macchina alimentare è stato spinto ai regimi più alti senza che i componenti fossero adeguati all'usura cui venivano sottoposti.

Le tecniche che investono la sfera del cibo devono fatalmente misurarsi con le mutazioni del gusto e delle abitudini alimentari, ma al gran volume di discorsi e al cambiamento di stile negli ultimi due lustri, soprattutto in Italia, non è corrisposta una efficace evoluzione tecnologica.

Il mondo dell'alimentazione è stato contrassegnato da vivaci discussioni che non di rado sono stoclate in vere e proprie polemiche, e questo grazie ad un valore simbolico ed economico che forse mai il cibo aveva raggiunto e che comunque stupisce ritrovare in una società a cosiddetto «alto livello di industrializzazione».

È bene ricordare sinteticamente quali siano stati i modi principali di dibattito, per meglio comprendere la dinamica della supposta evoluzione tecnologica alimentare. Innanzitutto la famigerata dieta mediterranea. Negli anni 70, all'interno dell'opinione pubblica, si era consolidata una diffusa avversione verso tutto quanto, nell'ambito del cibo, potesse avere il sentore di un'eccessiva sofisticazione industriale: non per niente fu allora che si affermarono con una certa forza i diversi movimenti di difesa dei consumatori. All'apice di questa tendenza, durante i primi anni 80, la stessa promozione industriale, puntellata dalla ricerca scientifica, riconfermò il valore di rigatoni, olio d'oliva e fagioli, riscoprendo le qualità di un regime alimentare «sano e tradizionale», come quello di una volta. In pratica, al di là dei giudizi di merito sulla dieta mediterranea, gli industriali furono costretti, per il rilancio del loro marketing, a rifarsi, in quel caso, all'ideologia della tradizione e del buon tempo andato, senza il minimo accenno all'innovazione tecnologica e ai suoi eventuali vantaggi.

Altra questione che ha attraversato con rumore il settore alimentare negli ultimi anni, è stata quella di alcuni prodotti di base quali lo zucchero e il sale. Intorno ad essi si sono sviluppate furiose polemiche che hanno interessato anche la salubrità dei loro surrogati dietetici. Alimenti non solo tradizionali, ma il cui uso è invecchiato da secoli, sono stati messi violentemente sotto accusa e altrettanto radicalmente, a colpi di tabelle e statistiche, ne è stata proclamata l'innocuità. Anche nel campo dei sostitutivi la tecnologia alimentare ha segnato il passo, mettendo a disposizione del consumatore prodotti dall'incerta «fedina» e dalle insufficienti proprietà organolettiche, non in grado comunque di concorrere con i sapori originali.

Le diatribe alimentari che dimostrano quanto poco la tecnologia sia riuscita a tenere il passo con l'interesse suscitato dall'argomento-cibo, potrebbero occupare con le loro vicende interi trattati; basti ricordare solo un altro caso, quello del fast-food. A fronte del grande cambiamento degli stili di vita che ha caratterizzato la società urbana a cavallo tra gli anni 70 e 80, l'alimentazione si è andata progressivamente capillarizzando nelle grandi metropoli. A strutture ristorative autoctone che con difficoltà stavano cercando di adeguarsi alle nuove esigenze, alcuni gruppi industriali hanno deciso di opporre sistemi standardizzati di «rifocillamento» basati su know-how caratteristici di grandi catene americane come McDonald o Burger King. Prodotto-principe, naturalmente, l'hamburger.

Nonostante i mezzi tecnici impiegati dall'american fast eating non fossero niente di stravagante nel campo dell'innovazione, per l'Italia l'introduzione di questo food system ha costituito una piccola rivoluzione. È di questi ultimi giorni la notizia che Burghy, la prima catena ad aver introdotto intensivamente l'hamburger in Italia, ha annunciato per la fine del 1985 un passo di tre miliardi

di lire, mentre Wendy, il colosso americano presente a Milano con quattro punti-vendita, ha ammesso che il suo «rosso» sarà di poco inferiore.

Si potrebbe a questo punto parlare della delusione dell'esperienza riguardante la mensa Fiat, in cui all'inizio degli anni 70 si introdussero i cibi precucinati, ma non si farebbe che ribadire lo stesso concetto. Non si tratta assolutamente qui di annunciare il fallimento della tecnologia alimentare in Italia, ma caso mai di smentire il luogo comune che vuole l'alimentazione evoluta su un piano tecnico-scientifico, e di mettere in evidenza come non si possa affidare all'improvvisazione l'inserimento di una qualsiasi innovazione.

Queste brevi considerazioni possono dare ovviamente solo un'idea molto approssimativa del discorso, ma non è inutile riflettere su singoli casi, come la conservazione in scatola che tuttora resiste dalla fine del diciottesimo secolo (e, quando il brillante empirismo del francese Nicolas Appert risolse molti problemi di sostentamento alle truppe transalpine impegnate in molte campagne di guerra. Ora gli stimoli alla ricerca provengono da fonti che, sul piano commerciale, non si combattono in maniera meno cruenta, ma che lasciano molto a desiderare quanto a intelligenza di applicazione e fondazione delle scelte.

Si sproloquia molto di «immagine», «promozione», «target di utenza», e a questi ideali della società post-moderna si consacrano rigatoni da galleria del vento disegnati dai nostrani francesi Nicolas Appert risolse molti problemi di sostentamento alle truppe transalpine impegnate in molte campagne di guerra. Ora gli stimoli alla ricerca provengono da fonti che, sul piano commerciale, non si combattono in maniera meno cruenta, ma che lasciano molto a desiderare quanto a intelligenza di applicazione e fondazione delle scelte.

del mercato, riemerge con tutta la sua forza e le sue esigenze.

Ben vengano l'innovazione tecnologica e la ricerca scientifica; l'industria però che vorrebbe sottrargli e sfruttarle, tenga bene a mente che il «nuovo» per non essere effimero ed allettatorio deve affondare le sue ragioni nel ventre delle sapienze acquisite e in quello dei consumatori. Né le aziende si potranno rinchiudere tra gli steccati della semplice tradizione, pena il totale disinteresse del loro «target».

domani

Il marketing del tempo libero
di GIACOMO GHIDELLI
Il turismo elettronico di DAVIDE PINARDI



Giulio Marchesi, riconosciuto maestro della «nuova cucina» italiana, in un gustoso fotomontaggio tratto dalla rivista di elettronica «Applicando». Il computer può diventare un archivio di ricette da cucina