



## PLEASE PLEASE ME FROM ME TO YOU

STEFANIA SCATENI

**Da re a cenerentola. Su e giù al mercato del disco**

Il mercato ha tolto ossigeno al 45 giri. È una notizia rimbalzata in questi giorni da un quotidiano all'altro e approdato persino sulle pagine di un settimanale economico. Il disco su vinile, formato 7 pollici, non regge l'usura del tempo, l'assalto di cassette e compact disc, i cambiamenti del gusto e del consumo della musica. E, però, una vecchia storia che come i famosi corsi e ricorsi di vecchia memoria viene rispolverata periodicamente dopo altrettanto periodici sosti lanciati dalle case discografiche. L'ultimo allarme è arrivato dall'America: la nazione che, nel tempo, detta legge e segna tendenze. Già l'anno scorso la casa discografica Capitol aveva deciso di togliere dal suo catalogo tutti i vecchi 45 giri eccettuando quelli dei Beatles, e a non produrre di nuovi. Stessa decisione era venuta dalla Wea che intendeva privilegiare la produzione di musicassette. Ora è la volta della Gran Bretagna dove «Boote» una delle più grandi catene di negozi di dischi, ha deciso di non vendere più 45 giri a sette pollici. E due anni fa l'industria giapponese ha addirittura depennato dalla sua produzione anche il 33 giri, per concentrarsi esclusivamente su nastri e compact disc. Del resto oggi le vendite dei 45 giri coprono soltanto un inconsistente dieci per cento del mercato del settore.

Ma quella del 7 pollici è una fine annunciata da tempo sia negli Stati Uniti che in Italia. Gli alti e bassi nelle vendite del piccolo vinile ne hanno segnato un'esistenza periodicamente minacciata dal fantasma dell'estinzione. Già all'inizio degli anni '70 le case discografiche nostrane avevano lanciato un grido di allarme per il calo delle vendite dei dischi a piccolo formato, calcolato intorno al trenta per cento in meno rispetto agli anni precedenti. Anche l'Espresso allora si chiedeva «Insomma c'è questa crisi del disco a 45 giri?». All'epoca venivano chiamati in causa due agenti di disturbo: i falsi, che di quel trenta per cento mancante ne roschiavano il venti, e le cassette (che la Rca aveva cominciato a produrre nel '69) che si attestavano sul 10-12 per cento. L'industria della canzone era alla fine degli anni Settanta un giro d'affari di oltre cento miliardi l'anno e le novità a 45 giri, invendute sul mercato e non immesse ammontavano a sei cento al mese. I discografici di allora, d'altra parte, spiegavano il fenomeno anche con la rapida ascesa dei 33 giri e con l'invasione della musica anglosassone, la musica leggera italiana infatti cominciava a cedere il passo a quella estera e, per la prima volta nella storia delle classifiche nostrane cinque stranieri occupavano i ver-

## CULTURA E SPETTACOLI

**A Londra e New York le grandi discoteche lo hanno tolto dai loro cataloghi. Cassette e compact lo hanno sopraffatto e l'industria ne produce sempre di meno**

# L'ultimo giro del 45 giri

Ammalato, agonizzante o morto? E nel caso di esito fatale, morte vera o apparente? Da qualche tempo le ipotesi attorno al capezzale del 45 giri si affollano, perlomeno quanto gli «eredi», più o meno interessati. Scalzato prima dal 33 giri, poi dalle cassette e in questi anni dal compact disc, il vecchio dischetto col «buco» si avvia davvero a finire negli scaffali dei collezionisti ed in quelli della memoria?

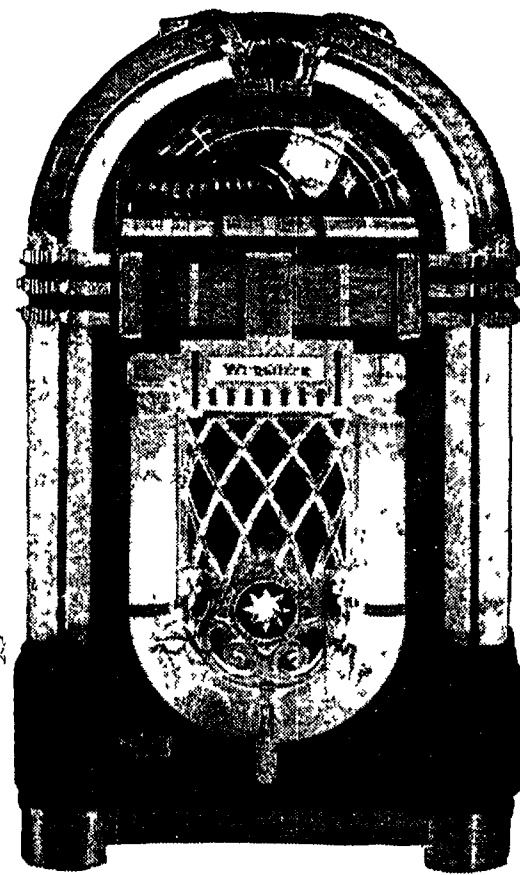
ALBA SOLARO

Certo è un po' presto per la marcia funebre. Che ad ogni modo quando rintoccherà avrà la consistenza metallica del compact-disc e questa non è una novità. In questo scorcio di fine estate '90 una notizia rimbalzata da Londra, ha innescato sulle pagine dei giornali l'ennesimo lagnere al vinile. Cronaca di una morte più volte annunciata, che questa volta ci ha portato al capezzale del 45 giri, piccolo, nero oggetto del desiderio già da lungo tempo consegnato agli scaffali di un ipotetico museo della nostalgia.

E le tenerezze si sprecano attorno a questo feticcio che ha segnato da protagonista il nascere di una «cultura dei consumi», giovanilistica e di massa, giusto giusto una quarantina di anni fa. I juke-box nei barretti sulla spiaggia, *Sapore di sale*, le feste coi compagni di scuola, la scoperta del rock n'roll, le stazioni radio americane. E chi non li poteva avere, se li fabbricava alla meglio, come i giovani sovietici che tra gli anni '50 e '60 (lo racconta Artiom Trolsky in *Compagno rock*) acquistavano sottobanco negli ospedali, lastre di radiografie di carie, spine dorsali, ossa rotte, le ritagliavano, facevano il classico buco nel centro e le incideva-

no con apparecchi ricavati da vecchi fonografi. Erano i famosi «dischi su costole».

Roba da collezionisti come del resto si sta avviando a diventare anche il 45 convenzionale. A scalzare oggi il «sette pollici» è in definitiva un processo simile a quello che contribuì ad impedirlo. Facciamo un po' di stona: «I dischi a 45 giri al minuto erano stati introdotti dalla Rca nel 1949 - ci rammenta Carl Belz nella sua «Storia del Rock» - e la loro nuova composizione vinilica era stata sviluppata durante la II Guerra Mondiale quando il governo federale monopolizzò drasticamente le riserve di gomma lacca». Che era poi il pesante materiale fino ad allora impiegato nella fabbricazione dei 78 giri. Per l'industria musicale l'introduzione del microsolco fu una rivoluzione non da poco, costò poco, era flessibile ma robusto, poteva essere fabbricato in quantità planetaria grazie ai nuovi sistemi automatici di iniezione e compressione, ed era più facile da trasportare. Ma all'epoca, negli Stati Uniti, fioccarono polemiche e discussioni simili a quelle che stanno accompagnando oggi il cammino del compact. Meglio i 45 giri o i 78? Si chiedevano media ed operatori del settore, meglio la gomma



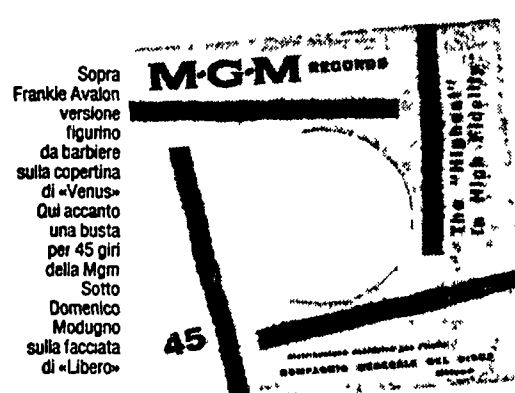
anche Randy Roberts, vicepresidente del settore vendite della PolyGram. «C'è ancora spazio di mercato anche se molte case discografiche hanno già deciso di eliminarli dai cataloghi. Alla PolyGram la produzione del 45 continua. Non li accetteremo più di resa dai negozi, ma soddisfiamo le loro richieste. Bisogna considerare che in America si contano ancora almeno 50 mila juke-box e occorrerà del tempo prima che vengano sostituiti con il sistema Cd».

L'interesse dell'industria discografica è dunque orientato verso il futuro del Cd o verso la cassetta-single. «Certo con il declino del 45 giri - prosegue Roberts - abbiamo cercato di individuare un'alternativa. Ne sono venuti fuori il Cd e la cassetta single i quali hanno già conquistato un notevole 15,2 per cento delle vendite». E poi ci sono i cosiddetti 12" realizzati appositamente per i disc-

ro associati al rock. Questa associazione non fu una pura coincidenza piuttosto era basata sul fatto che i nuovi dischi e la nuova musica possedevano un significato comune: il 45 offrì determinati vantaggi di fronte al 78 giri, ma i vantaggi divennero più ovvi quando la musica di quei dischi ne completò la funzione di media. Il rock formò questo complemento. Anche se poi il 45 più venduto della storia è la stucchevole *White Christmas* cantata da Bing Crosby (che ha fino ad oggi venduto la bellezza di venti milioni di copie). Solo negli anni Sessanta iniziò un'inversione di tendenza tutta a favore del 33 giri i gruppi allungavano i brani, si affermava la moda del rock sinfonico. Ci fu anche un tentativo delle case discografiche di unificare le velocità dei dischi e portare il piccolo singolo ai 33 giri. Ma naufragò miseramente perché comportava un dispendio eccessivo, si sarebbero dovuti cambiare tutti i macchinari e modificare tutti i juke-box.

Sulla storia, le tendenze di mercato i modelli culturali legati al vinile, ed al 45 giri in particolare, molto altro si potrebbe dire. Ma ciò che colpisce di questi tempi è una coincidenza che forse è tutt'altro che tale a fianco delle riflessioni sul declino del microsolco, vanno già comparando i necrologi del povero «rolo». Che avrebbe perso la sua identità, senso, trasgressione, carica, insomma c'è il sospetto che sia morto. Così il ciclo si chiude lì dove era iniziato niente di meglio per poter finalmente dichiarare che «un'epoca è finita», senza troppi traumi, anzi cullandosi nella nostalgia per quei piccoli, scuri dischetti volanti.

Qui accanto un jukebox della Wuritzer. In alto, accanto al titolo la copertina di «Please, please me» dei Beatles.



## E in America per fortuna c'è il jukebox

RICCARDO CHIONI

NEW YORK. Il 45 giri per gli americani si è trasformato quasi in un cimelio da collezione, da «lee market», e sono in molti coloro che pretendono tuttavia di comprarlo ancora dai negozietti di dischi. Anche se c'è il sospetto che a mantenere in salute il mercato siano piuttosto le decine di migliaia di jukebox che impazzono ancora negli Stati Uniti. Che il 45 giri sia in declino non ci sono dubbi, ma gli analisti del mercato assicurano che ha ancora discrete probabilità di sopravvivenza questo basterà, forse per trascinare l'agonia di almeno un paio d'anni: «Columbia ed Atlantic hanno già cessato la produzione», riferisce Ed Vega responsabile del settore 45 giri del Super Record del disco. La Tower Record il resto delle «major» però continua a soddisfare le nostre richieste. Il mio reparto è un po' come la bottega del collezionista. Vengono a cercare brani degli anni Sessanta e Settanta e la domanda non accenna a diminuire, anche se tra i diecimila titoli che abbiamo nel negozio di Upton non si trovano certo molte novità. Molto spesso - prosegue - mi debbono sciorinare i lamenti dei clienti quando non trovano quel che cercano alla fine del loro numero di telefonata della casa discografica. Che si stoghino con loro».

Un mercato, a giudicare dalla testimonianza di Ed Vega, solo essere malaticcio. Basti pensare che nell'altro negozio Tower Record sulla Broadway Downtown, i titoli disponibili in 45 giri si aggirano sui 40 mila. Certo tra i giovanissimi il single è poco più di un ricordo ed ascoltare un 45 giri è un po' come guardare la televisione in bianco e nero. Ma che la domanda, nonostante tutto, sia ancora forte ce lo conferma

## La grafica sul «piatto»: dalle buste alle copertine

RENATO PALLAVICINI

Uno slogan per rilanciare le agonizzanti sorti del 45 giri? Parafrasando quello che recita una nota caramella e che suona «il buco con la menta intorno» se ne può ricavare un analogo: «il buco con la musica intorno». Già, perché la caratteristica distintiva del piccolo disco in vinile è proprio quella del grosso foro che vi sta al centro. Lo stesso «buco» che, almeno agli inizi della comparsa di questo nuovo formato della musica prodotta, condizionò la stessa confezione dei dischi: il «setto» la copertina insomma.

E allora più che copertine vere e proprie, ecco semplici buste in carta di qualità scadente, senza le palmature e i cromatismi della società «fluyente» che sarebbe dilagata

che scanditi dal cambiare della grafica i mutamenti del costume delle mode e dei miti. Costi il crollo nobile di Elvis cederà il posto a quello più rassicurante trattenuto dalla brillantezza (quasi la réclame di un barbiere) sulla copertina di *Venus* un successo di Frankie Avalon della metà degli anni Cinquanta. Tipi e stereotipi che si ripetono pressoché identici anche in Italia. Primi piani, tre quarti e mezzibusti dei nuovi divi cantanti urlatori emergenti (Dallara Betty Curtis) ragazzi prodigo (Morandi e Favone) languidi sbarazzini pensosi qualche volta accigliati nascosti dietro pesanti occhiali neri (Paoli Bindl) un po' funerei e un po' esistenzialisti. Talvolta solari come Modugno nel tipico gesto delle braccia allargate a gndare *Libero*

Un panorama grafico abbastanza povero contrariamente alla ricchezza prodotta da quello discografico. Con qualche eccezione. Celentano innovatore allora non solo sul piano della canzone ma il «molteggato» si inventa nei Sessanta il «Clan», congrega musicale di amici e parenti, ma anche struttura produttiva, casa discografica che sforna e lancia nuovi cantanti e prodotti. E si inventa un look quando ancora la parola stessa doveva nascere ed ecco allora le magliette i gilet i pantaloni bicolori e a zampa d'elefante ma anche il «disco tris» il «tris + 1» con tre o quattro canzoni con tenuti in copertine che si aprono a libretto e propri mini-album ricchi di foto colorati, graficamente eleganti. Vi fa la comparsa persino nascosta in

calce o di lato la firma del grafico (in questo caso Usellini) piccolo segno di una professione emergente che si sarebbe imposta negli anni. Anche sui dischi.

Cambiano le musiche e cambiano gli stili. A cavallo tra i Sessanta e i Settanta è la volta del movimento hippy dei figli dei fiori delle suggestioni psichedeliche prima e mistiche poi. Ed ecco allora i dischi rurali e di svolazzi grafici. Una Patty Pravo tutta fioreale sorride ed ammiccia incantata nei petali di un fiore sulla copertina di *Se perdo te* mentre l'Equipe 84 ci guarda da uno specchio deformante in mezzo a decorazioni «acide» della copertina dello scorso 29 settembre. Su questa stessa copertina in alto a destra compare un triangolino giallo con

la scritta «Bandiera gialla». È il segno evidente del successo conquistato nella omonima trasmissione radiofonica condotta da Gianni Boncompagni che ogni settimana metteva in gara le principali novità discografiche e che apriva la strada a vendite milionarie. La storia di *Bandiera gialla* è anche la storia dei duelli tra Beatles e Rolling Stones, combattuti a colpi di 45 giri allora sfornati a raffica. Più tradizionali e levigati le copertine dei primi, appena un po' più sperimentali e trasgressive quelle dei secondi. *She loves you*, *Michelle*, *Paint it Black* e *Jumpin' Jack Flash* si inseguono per quasi due decenni come i due mitici gruppi rock. Ma gli anni Settanta vedranno la progressiva affermazione del *long playing* ed il fratello minore il 45 giri comincerà a dar segni di stan-