

Una tavola  
rotonda  
sulla  
canzone  
d'autore  
Percorsi  
futuri  
della  
musica  
italiana



Otto  
artisti  
a confronto  
per  
definire  
il nuovo  
volto  
della  
poesia  
urbana

Al primi posti delle classifiche di vendita in Italia ci sono De André, Dalla, De Gregori e Fossati. Eppure il mercato discografico investe poco nei confronti dei nuovi cantautori. Come spiegate questo scarso interesse e quale pensate sia, o possa essere, il ruolo dell'associazione d'autore negli anni '90?

**IANNUCCI:** I nomi che sono stati fatti, ovvero Dalla e compagnia, le dicono lunga su tutta la faccenda. Secondo me il discorso va diviso in due parti. Da un lato esiste l'industria musicale che vive un'epoca di grande ottimismo visto che investe sempre e soltanto su certi artisti. Dall'altro lato si pongono i fermenti giovanili, tipicamente metropolitani, che non trovano partner economici disposti a rischiare.

**CESARONI:** Il cantautore esiste ancora, credo che questo sia un periodo di rinascita per certi personaggi, quelli che un tempo erano definiti «poeti urbani». Poi c'è il mercato discografico le cui operazioni attualmente costano molto di più che nel passato. Lanciare oggi un cantautore significa investire centinaia di milioni e l'industria non rischia. Ciò che manca, dunque, è una spinta che porti in superficie questo fenomeno. Un tempo le maglie per accedere ai media della Rai, ad esempio, erano più ampie. La promozione di un musicista, se capace, avveniva quasi automaticamente. Guccini fece il primo disco per la EMI, ma divenne famoso senza che questa etichetta se ne accorgesse o spendesse una lira. C'era un circuito che permetteva alla gente di uscire fuori. Ora le cose vanno diversamente ed un passaggio televisivo costa.

**ROSSI CRESPI:** Io non ho nessuna esperienza. Credo, però, che ci siano moltissimi giovani, oggi come ieri, che scrivono canzoni ed hanno voglia di farle ascoltare in giro. La crisi non è ideativa e neppure legata alla mancanza di pubblico, tant'è che Fossati, De Gregori e gli altri continuano a vendere. Non conosco bene i meccanismi del mercato, ma ritengo che chi propone canzoni debba continuare a fare anche alle soglie del 2000 sperando che ci sia qualcuno disposto ad ascoltarlo.

**LAMPIS:** È stato già detto molto. Posso aggiungere che il pubblico ha fame di canzoni e credo che all'interno del mercato ci sia spazio anche per noi giovani. L'industria della musica è diversa dal passato, ma non è chiusa come si potrebbe pensare. Prima c'era un substrato politico comune che reggeva certe cose, mentre oggi i settori sono più differenziati e ristretti, ma egualmente possibili da sondare. Forse mancano gli spazi per esibirsi, a parte il Folkstudio.

**CESARONI:** Scusa Lampis se ti interrompo, ma non sono d'accordo con te. Guarda ciò che accade nell'ambito del Club Tenco, una manifestazione importante, ma gestita sempre dagli stessi artisti. Come mai? Anche in questo caso c'è lo zampino dell'industria. Realizzare ogni anno questo show costa e gli organizzatori devono coprire parte delle spese con i contributi delle case discografiche. Se passa tutto, l'etichetta sborsa una certa cifra. Capisci ora perché voi giovani cantautori sprovvisti di un contratto non ci mettete mai piede?

**PIETRANGELI:** Prima di addentrarci in simili discussioni, esaminiamo il problema del cantautore indipendentemente dal mercato e dall'industria. Chiediamoci cioè se esistono cantautori bravi ed eventualmente dove e quanti siano, che tipo di proposte realizzino e quante persone siano disposte ad ascoltarli. C'è stato un momento negli anni passati in cui scrivere canzoni era qualcosa che permetteva, immediatamente, di entrare in sintonia con un sacco di gente. Questo periodo è durato, all'incirca, una decina di anni. Poi l'interesse del pubblico si è spostato dalla canzone d'autore ad altre forme di espressione come il jazz o il rock. Ultimamente, però, ho notato anch'io la presenza massiccia dei cantautori nelle classifiche. In questi ultimi anni ho ascoltato poche persone davvero capaci ed interessanti, degne cioè di rinnovare l'attenzione nei confronti del genere che proponiamo o, comunque, di competere con De Gregori, Guccini e Fossati. Questo, forse, dipende dal fatto che nel passato c'erano meno musicisti ed era più facile accorgersi di chi valeva. Oggi, invece, si assiste ad un surplus di offerta rispetto alla domanda del pubblico. Manca, poi, quell'urgenza di raccontare che tanto ci caratterizzava. Chi sale su di un palco oggi è, senza dubbio, più preparato tecnicamente di quanto non accadesse un tempo. Io, però, non trovo nelle nuove proposte questo

# Voci di menestrelli metropolitani



Tavola rotonda realizzata da DANIELA AMENTA

Progetto grafico di DANIELA QUARESIMA  
Foto di ALBERTO PAIS  
Disegno di NATALIA LOMBARDO

«Tu sei forte, tu sei bello, tu sei imbattibile, tu sei incommutabile, tu sei un cantautore» cantava Edoardo Bennato alla fine degli anni '70, epoca in cui il fenomeno della canzone d'autore dilagò nel nostro Paese con prepotente veemenza. Sembrava quasi che bastasse imbracciare una chitarra acustica e dar fiato alla propria vena poetica per venire consacrati al ruolo di artisti colti ed impegnati.

Il miracolo del musicista «improvvisato», tecnicamente poco dotato, ma egualmente capace di raccontare attraverso le proprie liriche, sogni e bisogni dell'universo giovanile, venne in seguito soppiantato da altri fenomeni espressivi. Anzi, per un lungo periodo, i cantautori furono quasi ridotti al silenzio come se un processo di rifiuto collettivo li allontanasse dalle scene. Oggi i menestrelli urbani, i poeti delle metropoli, ritornano a scalare le classifiche. Provisti di un bagaglio sonoro e contenutistico assai più consistente di un tempo, realizzano album intensi e piacevoli, ricchi dei più vari spunti armonici e impreziositi da collaborazioni prestigiose. Si sta forse per definire un'altra «age d'or» per la canzone d'autore? Stando alle indicazioni forniteci dal mercato pare proprio di sì anche se il fenomeno appare ben più complesso e controverso che nel passato.

Intanto il mestiere della musica, in questi anni, ha subito profondi cambiamenti ed il cantautore non è più la voce narrante del disagio generazionale. Ma, nonostante il rinnovato interesse per questa formula artistica che va modificandosi pur rimanendo legata a certe coordinate stilistiche, l'industria continua a «puntare» su nomi sicuri. Manca, dunque, un vivale di giovani cantautori o questi sono schiacciati dal predominio dei capiscuola? E ancora: in che termini si è evoluta la canzone d'autore e perché un ventenne sceglie di esprimersi attraverso questo genere quando il mercato lo rifiuta e lo allontana?

Tra i mega-show del Rolling Stones, i lustrini di Madonna, la bagarre Sanremo e la classe impareggiabile di De André o di Fossati c'è spazio anche per le nuove leve?

«L'Unità» ha invitato attorno ad un tavolo del Folkstudio alcuni dei rappresentanti della scuola romana. Abbiamo tentato di mettere a confronto tre generazioni di musicisti per scoprire gli elementi che li accomunano o, al contrario, li diversificano e per cercare di fare il punto sulla canzone d'autore. Ne è emerso un dibattito vivace, a tratti conflittuale, aperto a molte soluzioni.

Senza la pretesa di poter esaurire l'argomento, pensiamo di aver spalancato una piccola finestra su di una realtà multiforme ed un paradigma culturale in costante crescita.

straordinario bisogno espressivo. Allora è normale che continuino ad andare avanti le «vecchie leve» che intanto hanno un'esperienza pluridecennale, che conoscono il mestiere ed hanno (o hanno avuto) delle cose da dire.

**MASSIMI:** Secondo me il fatto che ci siano tre cantautori in classifica non indica necessariamente che il pubblico stia riscoprendo la canzone d'autore. I musicisti di cui stiamo parlando sono staccati e lontani dal nostro mondo di giovani alle prime armi. Loro sono arrivati e non devono «educare» la gente all'ascolto perché sono ultrafamosi. Chi esordisce oggi non ha circuito, il restringimento degli spazi per suonare dal vivo e la stessa chiusura del Folkstudio ci tagliano le gambe. Ci sono, però, dei segnali positivi. «L'Unità», ad esempio, si sta occupando di noi. È l'unico giornale disposto ad accordarci una certa attenzione ed è già molto. La stampa dovrebbe impegnarsi di più su questo fronte. Non so se spetta ai giornalisti stimolare il pubblico nei confronti della canzone d'autore «emergente», ma è certo che i media dovrebbero darci una mano. Che Dalla e De Gregori siano nelle «hit-parades» non significa, dunque, che il genere sia in rilancio.

**PIETRANGELI:** Perdonate l'intrusione, ma non credo che sia così. Ogni sera faccio la regia ad una trasmissione televisiva e questo programma è sottoposto, come ogni altro,

alle pressioni delle case discografiche. Ebbene, mai come oggi, le multinazionali della musica premono perché vengano proposti i cantautori della loro scuderia. Ciò è indicativo di una tendenza, visto che il fenomeno almeno sei mesi fa non esisteva.

**LO CASCIO:** A mio avviso è necessario differenziare il fenomeno dal punto di vista contenutistico e da quello del mercato. Quando in Italia nacque la canzone d'autore, all'incirca negli anni '70, il processo con cui si impose all'attenzione del pubblico sembrò molto veloce. In realtà tutti noi attingevamo da altre culture e la novità era solo una parvenza. L'impegno politico e culturale si spartiva con moduli sonori differenti da quelli classici e la diversità «tra» sempre se è gradevole. Era un momento felice e stimolante, vuoi per gli impulsi che arrivavano dall'estero, vuoi per le circostanze storiche e culturali proprie di quel periodo. Oggi che succede? Succede che un giovane per farsi notare deve proporre cose assolutamente straordinarie, altrimenti corre il rischio di essere paragonato agli artisti che lo hanno preceduto. Noi potevamo imitare spudoratamente Dylan senza che nessuno se ne accorgesse, perché i mezzi per conoscere quanto accadeva nel resto del mondo erano assai limitati. Dal punto di vista della gestione del lavoro, poi, il discorso è ancora più complicato perché negli anni '90 sono necessari investimenti giganteschi e i rischi che le case discografiche corrono, evidentemente, sono maggiori di quanto accadeva nel passato. L'industria della musica non è quell'oceano di soldi che noi crediamo. Vero è che attualmente sono pochissimi gli artisti che non si lasciano omologare dalle leggi di mercato, da quanto in genere viene richiesto.

**CERI:** A differenza di Lo Cascio non credo che il mercato discografico abbia problemi a livello di bilanci. Basta vedere quanto l'industria spende per promozioni sbagliate ed opinabili. Cifre inenarrabili la cui minima parte basterebbe da sola per produrre il primo disco di Rossi Crespi e che certo non costerebbe centocinquanta milioni... Come diceva Cesaroni le grandi etichette non rischiano perché aspettano sempre che la gallina faccia l'uovo. Se leggiamo l'«Enciclopedia Rock» dell'Arcana, nei vari anni, troviamo continuamente nelle schede degli artisti citati questa scemetta: «Furono notati in un locale dal discografico X che poi li introdusse alla major...». Una cosa del genere in Italia non succede più da circa quindici anni. Si è estinta, insomma, la figura dell'«agent-scout» soppiantato dall'impiegato alla musica, immobile e statico nel proprio ufficio che attende la telefonata che gli rivela l'esistenza di un musicista interessante. Manca, dunque, la curiosità che permette di scoprire artisti nuovi che, di certo, esistono. Il problema dell'industria discografica in Italia è tragico perché si tratta di un mercato che sopravvive con i prodotti esteri e che, per quel che riguarda le proposte nostrane, vive alla giornata. Manca la programmazione, il coraggio per prevedere dei fenomeni. La grossa responsabilità è delle case discografiche che non prestano la dovuta attenzione agli esordienti. I direttori artistici del settore musicale sono sprovvisti del necessario livello culturale che permette di riconoscere il personaggio «giusto», lo punto pesantemente il dito contro i discografici.

**Ma ha senso oggi, nel 1990, proporre musicalmente come cantautori, quando l'industria si mostra mite nei confronti dei giovani leve ed i media impongono una cultura dello spettacolo tutta legata all'immagine, al mega-show, al personaggio dal look aggressivo? Insomma, c'è ancora posto per una voce ed una chitarra?**

**IANNUCCI:** Rivolterei la domanda. Abbiamo assodato che negli anni '70 c'era più urgenza di esprimersi. Era un bisogno sicuramente legato alle vicissitudini storiche di quel periodo. In secondo luogo abbiamo esaminato le difficoltà connesse attualmente con il mercato. Assumendo le parti dell'avvocato del diavolo chiedo ai colleghi: esiste oggi la necessità di raccontarsi e perché una casa discografica si dovrebbe impegnare nel settore cantautorale, rischiando operazioni complesse? Personalmente non trovo risposta a questi interrogativi.

**CESARONI:** Io ritornerei, invece, alla domanda di pertinenza. Quali sono i motivi insomma, che spingono un giovane a cimentarsi con la canzone. Ritengo che il modello standard del cantautore sia quello di una persona piena di conflitti interiori, provvista di una buona voce, di una certa presenza e di una spiccata sensibilità musicale.