

# Spettacoli

**TENDENZE.** Vuoi un brano su misura? Lo fanno a Cremona (e a Napoli imitano)

Il R.E.M. fans club italiano non ci sta. L'aumento del prezzo dei cd è per il momento soltanto nell'aria, ma basta per scatenare la loro reazione. «È una decisione assolutamente iniqua - riporta una nota diffusa dai sostenitori del gruppo americano - perché i costi di produzione di un compact disc si sono ormai azzerati, al punto che chiunque possieda un computer con una spesa di un milione e mezzo di lire può produrre a casa il suo cd e perché il rock è cultura e non si può paragonare un disco ad una saponetta».

Eppure, proseguono gli esponenti del fans club «ai libri viene riconosciuto un valore culturale, tant'è che l'iva è fissata al 4% mentre ai dischi no, e le tasse sono al 16%. Allora - concludono - se il rincaro dei cd è dovuto ad un calo del fatturato, noi, per riavviare la ripresa del mercato, proponiamo che il governo abbassi l'iva al 4% e che le major discografiche non applichino l'aumento: si otterrà così un ribasso dei prezzi di almeno un 15%».

Anche Arnaldo Albinì Colombo, presidente di Vendomusica, l'associazione di categoria dei negozianti

## Contro il caro-cd i fan dei R.E.M. Le major negano



di dischi che raccoglie oltre trecento commercianti in tutta Italia, è contrario: «Il cd a 35-36 mila lire aveva già fatto segnare un decremento da parte dei consumatori. Questo nuovo aumento non potrà che provocare un mezzo disastro. Dalle major - prosegue - arrivano notizie contraddittorie: nelle ultime ore c'è stata una lieve marcia indietro tattica, dopo che sono scoppiate tutte queste polemiche. Così, alcune case discografiche negano che applicheranno aumenti in settembre e affermano che ritoccheranno solo il prezzo di alcune

collane; altre, invece, ammettono che aumenteranno solo alcuni titoli, sicuramente i più prestigiosi. La nostra impressione, però, è che si tratti solo di una mossa tattica: l'aumento ci sarà, magari non più tutto insieme a settembre come era stato ipotizzato, ma ad ottobre o a novembre». Il presidente di Vendomusica entra nel dettaglio e spiega che nel giro di poche settimane il costo del cd per il commerciante arriverà a 26 mila lire più iva: «Inevitabilmente, quindi, al pubblico verrà a costare intorno alle 40 mila lire».

## «Dicitencello vuje» Canzoni d'amore (ma a pagamento)

ROMA. C'è chi preferisce dirlo con i fiori e chi invece - sapendo che i petali appassiscono presto - vuole ricorrere alle note melodiche di una canzone. Una canzone personalizzata, s'intende, scritta e musicata cioè su misura per chi, consapevolmente o meno, ne è stato fonte di ispirazione. I più audaci, poi, non arretrano di fronte a nulla: varcano lo studio di registrazione e, microfono alla mano, danno fondo alla riserva polmonare facendo vibrare l'ugola come da spartito, o in stile karaoke. Se non sono tanto intonati, poco importa: è pur sempre la voce del cuore a parlare. Pardon, a cantare. Poi ci sono quelli timidi, che faranno recapitare la musicassetta confidando nel massimo riserbo degli autori, per conservare l'anonimato. La società a cui tutti si rivolgono per la creazione del singolare dono è la Dedi Song che, in un paio di anni di attività, ha inciso un migliaio di brani regolarmente depositati alla Siae.

«Le canzoni hanno la capacità di rievocare tanti momenti della vita - racconta Roberto Rosset, fondatore della casa discografica sorta nella

Hanno scritto e musicato un migliaio di canzoni. Compongono su commissione per un matrimonio, una ricorrenza o semplicemente per regalare un'emozione su musicassetta o Cd. Il tema più gettonato è l'amore e le richieste, provenienti da ogni regione d'Italia, avvengono telefonicamente soprattutto da parte di un pubblico femminile. La Dedi Song, nata un paio di anni fa a Cremona, ha inventato il «servizio». E adesso teme la concorrenza sleale.

### GOFFREDO DE PASCALE

campagna del Cremonese - ed io, che sono un musicista, ho pensato di dare forma alle emozioni degli altri. In America esistono numerosi locali in cui è possibile dedicare un brano famoso alla persona amata; io, però, volevo realizzare qualcosa di diverso, di unico, che appartenesse soltanto ai diretti interessati». Detto fatto, la Dedicated Song (questo il nome per esteso della società che tradotto alla lettera significa canzoni dedicate) utilizza lo studio di registrazione avviato una decina di anni fa dallo stesso Rosset e si avvale dell'estrò di un altro cantautore e di un

arrangiatore. Completano lo staff quattro centralinisti. «Abbiamo approntato una scheda che i nostri clienti devono compilare - spiega il 36enne chansonnier - per fornirci tutti gli elementi utili alla composizione del brano. Le richieste avvengono telefonicamente ed è fondamentale che le risposte al questionario siano dettagliate. È un lavoro meticoloso che a volte dura a lungo. Noi non siamo una «chat line» - tiene a precisare Rosset - né il cliente sborserà una lira in più se la chiacchierata si protrae; è vero però che se ci mette a conoscenza



dei sentimenti che lo animano, e che lo spingono a dedicare una canzone proprio ad una persona in particolare, allora possiamo considerarci una sorta di telefono amico».

Le confidenze saranno filtrate in parole e musica, le schede invece finiranno in un archivio, gelosamente custodite. Le generalità del cliente, richieste per motivi fiscali, non verranno mai rese note; né occhi ed orecchie indiscreti carpiranno alcun segreto. «I sentimenti meritano il massimo rispetto», rassicura Rosset, che ha messo a punto la serie di domande. Si va dal nome della persona a cui deve essere dedicata la canzone ai soprannomi, i vezzeggiativi; e ancora, alla sua attività professionale, gli hobby, i lati del carattere, fino alle note, quelle più riservate. Il committente suggerisce pure il genere musicale e gli artisti si mettono all'opera. «Nel periodo natalizio, a San Valentino e nei mesi di maggio e giugno, quando si celebra il maggior numero di matrimoni, il lavoro è talmente intenso che dob-

biamo programmare le consegne. Nelle altre stagioni possiamo incidere un brano anche in una settimana e farlo così giungere a destinazione in una decina di giorni».

Mazurka, tango, valzer: i ballabili per Rosset e soci non hanno più segreti. Sono dei virtuosi, ormai, i tre musicisti cremonesi che spaziano nel melodico, ma all'occasione non disdegnano - sempre se il cliente lo richiede - escursioni sulle scale pop, rock e persino funky e jazz. I brani vengono masterizzati in digitale e possono essere riversati in musicassetta o in cd (il costo ovviamente varia, e si passa dalle 149 mila alle 220 mila lire). Al termine sembra tutto pronto, ma in realtà non è così: manca la confezione, ovvero la copertina. «In genere il cliente ci fornisce un disegno o una fotografia - svela Rosset - che elaboriamo al computer e sulla quale scriveremo la dedica del committente, mentre sul retro del frontespizio stampiamo il testo della canzone».

È stato sufficiente far circolare la notizia di radio in radio per ottene-

re i primi riscontri e le prime preoccupazioni. «Ci hanno chiamato da ogni parte d'Italia. In principio erano soprattutto gli uomini a voler dedicare delle canzoni, poi un magazine femminile ha pubblicato un servizio sulla nostra attività e le donne dai diciotto ai quarant'anni ci hanno subissato di richieste». Le ansie vengono invece da una casa discografica napoletana che, a sentire Rosset, «ha rubato la nostra idea, e senza preoccuparsi minimamente di farci una concorrenza sleale, sta utilizzando un marchio quasi identico al nostro. Li abbiamo diffidati e ora aspettiamo la sentenza del tribunale».

Difficoltà giudiziarie a parte, i cantori dell'amore sono soddisfatti. Mai nessuno è rimasto finora deluso dei versi in musica commissionati e i clienti sembrano aver raggiunto i loro obiettivi, tant'è che molti sono diventati degli *habitué* della Dedi Song. E c'è persino chi si è fatto incidere nove canzoni per la propria moglie: una vera e propria *family-life* raccontata in compact disc.

## IL CASO. Comune e direttore artistico ai ferri corti. E già si delinea un'ipotesi Berio Spoleto, un manager al posto di Menotti?

SPOLETO. Festival dei Due Mondi ai ferri corti. C'è un botta e risposta - diretto e per interposta persona - tra Gian Carlo Menotti e il sindaco. Che naturalmente rimbalza nei media. E un incontro in agenda, lunedì prossimo, con poche speranze di arrivare ad un accordo tra gentilissimi. Insomma, il divorzio, già annunciato alla fine della trentanovesima edizione, diventa più probabile ogni giorno che passa. E già si profilano scenari di uno sdoppiamento della quarantesima edizione del festival: con Spoleto che, a quanto pare, avrebbe contattato addirittura Luciano Berio, ovviamente alla ricerca di un sostituto abbastanza prestigioso e inattaccabile. E Gian Carlo Menotti che non molla di un solo millimetro: anzi, annuncia che farà da solo, se è necessario senza la Fondazione che controlla i contributi statali.

C'è, concretamente, il passivo di quattro miliardi, uno e mezzo accumulato solo nell'ultima edi-

zione. È questa la molla che ha spinto il sindaco di Spoleto, Alessandro Laureti, a proporre una soluzione di compromesso, che comunque fa uscire di scena Menotti jr. A Menotti senior potrebbe andare la direzione artistica, mentre la gestione economico-finanziaria passerebbe a un manager di fiducia della Fondazione. «È una proposta seria - dice l'amministratore cittadino - perché così non si può più andare avanti. Il Comune già si accolla un mutuo di risanamento di 600 milioni di lire l'anno e in una situazione nazionale caratterizzata dai tagli ai bilanci degli enti locali non sappiamo proprio come coprire l'ulteriore passivo di un miliardo e mezzo del '96, che è quello che più ci preoccupa».

Soluzione inaccettabile, però, per Menotti. Che attualmente si trova nella sua residenza scozzese, ma non abbassa la guardia. E fa sapere che non ci sta. In una let-

tera aperta indirizzata agli spoletini accusa la Fondazione e il sindaco: primo, di volersi liberare di suo figlio Francis, «che ha tentato di fare pulizia e chiarezza» e, secondo, di volersi appropriare della sua creatura.

«Io farò comunque il mio festival - giura il maestro - e lo farò a Spoleto. A meno che il Comune non arrivi a negarmi i teatri». E con la Fondazione come la mettiamo? «Visto che hanno voluto rompere, ne farò a meno. Agli inizi, per tirare avanti ero costretto ad arrangiarmi, anche vendendo qualche quadro».

Pronta replica del sindaco. «Mi sembra eccessivo: Menotti deve ricordare che anche nei primi anni della manifestazione, la città è sempre stata coinvolta, ha messo a disposizione e restaurato i suoi teatri, ha offerto sostegno economico. Diamo atto che il festival è merito di Menotti, ma non si può



Giancarlo Menotti

Gentile/Ansa

pensare a una rassegna senza Spoleto». Forse, allora, si pensa a un festival dei Due Mondi senza Menotti? «Cerchiamo di dargli quello che gli spetta: la direzione artistica e culturale. Del resto anche Salisburgo, che è nato e cresciuto con Herbert von Karajan, esiste ancora: è continuato anche senza di lui». Insomma, il Comune intende andare avanti alle sue condizioni, con o senza Menotti. E, del resto, Laureti, pur affermando a parole di voler trovare un accordo con Menotti, ha proprio l'aria di essere disposto a tutto. Anche a tagliare definitivamente col passato: «Anche il nostro festival deve sapersi rinnovare, come appunto Salisburgo o Edimburgo».

Come andrà a finire? Una cosa è certa: la quarantesima edizione del Festival dei Due Mondi rischia di finire in un'aula di tribunale. Bisognerà decidere sulla proprietà del marchio. E sono già in azione, dietro le quinte, i legali dei due ex amici. Ora nemici per la pelle.

### LA TV DI VAIME



## Le gambe delle Kessler

LA TV CREA personaggi, a volte li distrugge, sempre li commemora. Lo fa alla maniera degli altri media, con enfasi retorica e spesso con opportunistiche malafede: si ricorda cioè dei miti dei quali è responsabile in occasioni tristi, sapete cosa voglio dire. In questi giorni è toccato alle Kessler, colpite dall'anagrafe sulla soglia di un traguardo impegnativo: sono alla carta d'argento. L'atteggiamento dei servizi, talmente partecipativi da risultare lezionosi, è stato quello della nostalgia mista a stupore («Ah, cosa sono state le gemelline per noi adolescenti»). Si è fatto cenno all'Italia provinciale e bacchettona che censurò le loro gambe inguainando in terrificanti calzettini, si è ricostruito il loro curriculum amatoriale, si è sottolineata ancora una volta la somiglianza tra le due. Meno male che non è ricicciato il gossip lontano che insufflava come Alice ed Ellen fossero sorelle sì ma non gemelle e fossero nate a Lipsia qualche tempo prima del dichiarato: è così importante poi? Non in quest'era dove date e collocazioni cronologiche sono così labili se non precarie: la rivoluzione d'ottobre avvenne in novembre, il '68 negli Usa accadde nel '64 e cos'via.

Da noi le Kessler arrivarono dopo che avevano spopolato al Lido di Parigi. Ma, nel ricordo, le abbiamo scoperte noi. E ci congratuliamo con noi stessi più che con loro ancora così belle e scattanti. Reim-mergersi, per tornare in tema, nei palinsesti va fatto con cautela: i nostri nomi, per dire, quando si spostavano dalla città al luogo di villeggiatura e viceversa, si purgavano dalla mannie. Certi cambi di abitudini invitano alla cautela anche noi nipoti. Ecco perché, prima di tuffarmi nei grandi cicli dell'intrattenimento, vado cercando programmi brevi.

HOUNPO' paura, confesso. Ho rilevato, durante il caldo di quest'ultimo mese, dei segnali preoccupanti. Ne cito uno. Non si tratta di un programma, ma di uno spot per una trasmissione (*Il viaggiatore*, venerdì, Raitre) che, spaventato dalla promozione, ho evitato. Il «prom» è ambientato in un interno angoscioso e sciatto: un grande letto sul quale, ansimanti speriamo per l'afa e non per altro, due esseri informi e accaldati danno segni di impazienza. Lui, in canottiera e espressione coatta, beve a canna dell'acqua minerale versandosi addosso nella concitazione. Lei, irrequieta e disfatta, farfuglia di un certo appuntamento con qualcuno o qualcosa. L'atmosfera di degrado fisico e, s'immagina, culturale dà a questo ambiente da favola un senso d'angoscia. Finché i due improponibili non afferrano il telecomando facendo comparire sul televisore che orna la stamberga come un simbolo terzomondista, la reclame de *Il viaggiatore* che, si lascia intendere, risolverà i problemi umani dei due infelici. Sullo spavento provocato dallo spot, ho finora evitato il programma che certamente sarà migliore di quel lancio degradato.

Ho preferito *Tv Zone-Raccolta differenziata* (Raidue 13.30): quasi uno spot come durata, ma pieno di intenzioni e assai curioso. Lo conduce Gianluca Nicoletti del quale apprezzo, oltre all'inflessione dialettale che ben conosco, l'atteggiamento tafazziano (sta chiuso in un ascensore alla ricerca di un'asci dalla doppia valenza) e quell'aria spiritata e spiritosa con la quale sottolinea le stranezze di questa civiltà cattolica. Non è «attivo» (e ne avrebbe diritto, con tutti i disagi a cui si sottopone), come qualcuno pensa. Ma sa essere «perfidio» com'è delle persone dotate d'acume e intelligenza. [Enrico Vaime]