

E VA BENE SIGNORA, CONTINUI A MANGIARE NELLE SUE SCARPE

Roberto Gorla

pol spot

U2, ELTON JOHN E JANET JACKSON AL CONCERTO DI N.Y. Si aggiungono al cast del concerto per New York, domani al Madison Square Garden, anche U2, Elton John e Janet Jackson, trasmesso da Mtv Italia dalle 15 alle 20 senza interruzioni pubblicitarie. Gli U2 canteranno insieme a Destiny's Child la cover di «What's going on», mentre Elton John si esibirà insieme a Billy Joel. Ci saranno anche proiezioni con contributi di registi come Martin Scorsese, Ed Burns e Spike Lee.

concertone

Nonostante certe accomodanti ricerche di mercato insistano nell'attribuire agli Italiani un'apassionata dedizione alla pubblicità, i pubblicitari sanno benissimo quanto poco spazio occupi nella considerazione delle persone normali. Secondo una ricerca di un paio d'anni fa, degli oltre duemila spot trasmessi nel corso di un anno, ne vengono ricordati a malapena una ventina e normalmente dietro sollecitazione dell'intervistatore. Così, visto che Maometto sembra poco o niente propenso ad andare alla montagna, la montagna pubblicitaria è costretta a muoversi verso il consumatore escogitando espedienti per catturarne l'attenzione. Una vecchia regola pubblicitaria dice che se entro i primi cinque secondi di uno spot non si riesce a richiamare l'attenzione del consumatore, gli altri ven-

ticinque secondi passeranno senza lasciare traccia. Non è facile esordire in così poco spazio di tempo creando la tensione necessaria a tenere lontano chi guarda dal premere il telecomando, eppure la quasi totalità degli spot di successo sono tali grazie a quei cinque fatidici secondi. Tuttavia, così come in F1 la partenza in pool position, anche se aumenta le possibilità di vittoria non è tutto, in uno spot occorre che una buona partenza sia seguita da una corsa fluida, sostenuta da un'idea che lo porti al traguardo, là dove il premio in palio è il favore del consumatore. Per vincere sono indispensabili inventiva, intelligenza mestiere. In una parola, creatività. All'estero, applicando queste non semplici regole, la pubblicità ha costruito migliaia di piccoli capolavori

nonché centinaia di successi commerciali. Qui da noi le cose, al solito, vanno diversamente. Ai primi cinque secondi di spot in cui non succede niente, ne seguono altri venticinque in cui succede la noia. Ma quando qualcosa succede è anche peggio. È di questi giorni uno spot per un marchio di scarpe dove, nel corso di un prestigioso party vediamo una lei, drammaticamente cool persino nell'atteggiamento annoiato, che al cospetto della scomparsa dell'ultimo piatto del buffet, si toglie una scarpa e la usa per mangiarci dentro. Scandalo nei presenti, ma non nel lui della situazione che toltosi a sua volta una scarpa, vi mesce spumante e brinda al beau geste della bella. «Lo potete fare solo con Geox» avverte una voce fuori campo e non si capisce se preoccupata che un siffatto costume prenda,

per così dire, piede, o per le virtù della scarpa in questione che ci assicura, respira. Trionfo degli acari e dei produttori di taleggio, questo spot, costruito all'insegna di un epatè les bourgeois tanto raccoglietico quanto stantio, è un campione di quel che la pubblicità non sa fare. È capace di rimediare quando vuol farsi notare ad ogni costo. Straordinariamente qui l'idea c'è ed è persino coerente con il prodotto, ma nonostante l'eleganza della messa in scena, risulta così volgare, da produrre nell'osservatore un irrimediabile moto di disgusto. Che un livello di comunicazione tanto basso sia motivato dal fatto che, trattandosi di scarpe, si è voluto con coerenza viaggiare alla stessa altezza? Peccato, allora, aver perso il controllo ed essere finiti fuoristrada. Anzi, sotto le suole.

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

in scena
teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

“ È un album pop, e se questa parola in Italia fa pensare ai Pooh, immaginatevi il pop inglese

Oh, ero lì che stavo per raccontarvi di come fossi riuscito a sfuggire a quello che tutti chiamano «il tormentone dell'estate» (che fantasia!), più che altro standomene tutto il tempo in luoghi irraggiungibili dalle radio, e di come, invece, ne fossi stato aggredito fuori tempo massimo, attraverso la parete sottile del mio soggiorno, appena tornato dalle vacanze. Ve lo dico lo stesso, prima di passare al cambiamento di programma.

Dunque, nell'appartamento di fianco al mio abitano degli studenti del Politecnico di Milano; un mio condomino li stipa così, tre o quattro alla volta, perché gli affitti sommandosi rendono di più. Loro non sono molto contenti, apparentemente: comunemente i giovanotti hanno un aspetto piuttosto duro, stile centro sociale, e le ragazze una disinvoltura moderna, ma non chic, non «milanese». Mi sono simpatici/simpatichette. Quindi mi ha fatto un certo effetto sentire, attraverso quella parete sottile, che le loro canzoni dell'estate erano queste: *Hotel California* degli Eagles e *Tre parole* di Valeria Rossi. Cioè la canzone più *nerd* della storia - lascio perdere il tristissimo assolo di chitarre per terze, comunque *nerd* vuol dire «loffio», «sfigato» - e la canzone più «carina» degli ultimi mesi (per il momento lasciamo perdere anche la storia). Che contrasto, sia fra l'una e l'altra canzone, sia fra le canzoni nel loro insieme e gli studenti miei vicini di casa nel loro insieme. Allora, stavo pensando di riflettere con voi lettori su quanto a volte l'immaginazione sociologica inganni, e come fra musiche e stili di comportamento giovanili a volte emergano abbinamenti insospettabili, quando vengo informato che in redazione mi aspetta il nuovo CD di Valeria Rossi, e se lo voglio ascoltare potrei anche scrivervi su. Ecco!

Tanto per cominciare, non capita spesso che un disco di un cantante non conosciuto, per di più un singolo, una canzone non necessariamente o non solo da discoteca, diventi un successo così clamoroso. Anzi, non succede quasi mai. Un caso storico leggendario è *Parole* di Nico e i Gabbiani (guarda un po' che titolo...), che per di più era la facciata B di un 45 giri, e senza un minimo di promozione divenne la canzone numero 1 nell'autunno del 1967. «Parole, non son altro che parole, che tu dici per convincere me». Miti come quelli di *Parole* (e d'ora in poi probabilmente *Tre parole*) sono importanti per il mondo della canzone, per l'industria discografica. È fondamentale che un autore, che un cantante pensino che esista almeno una remota possibilità. Così come è stato fondamentale (ed è un peccato che non ce ne si ricordi più tanto) che i discografici abbiano presente la faccia di quel tale che disse di no ai Beatles, o di quell'oscuro funzionario romano della RCA che respinse il provino di uno sconosciuto giovanotto statunitense, tale Bob Dylan. Quindi benvenuto il successo istantaneo (anche se lungamente prepara-

Il dislivello tra il testo che le ha scritto Panella e gli altri è percepibile. Il tono sbarazzino-stuzzicante della voce si spalma senza criterio



Dalla canzone regina delle spiagge a un disco d'autunno che esorta «Ricordatevi dei fiori»: musica e furbizia sono le stesse. Un «carino» costruito per piacere

FRANCO FABBRI

Valeria Rossi; sotto, una spiaggia fuori stagione



to) di Valeria Rossi. L'accostamento con Nico e i Gabbiani, però, nasconde un tranello. Nell'uno come nell'altro caso sembra essere in gioco un'estetica del semplice, del «carino», del senza fronzoli, che però ha origini e basi molto diverse. Si intuisce, anche senza bisogno di leggere le dichiarazioni di Valeria Rossi, che la semplicità di *Tre parole* è costruita molto attentamente; Nico non avrebbe mai scritto il verso di cui Valeria è fiera, «slacciati la faccia». Lo si capisce benissimo ascoltando

il CD (e ovviamente anche guardandolo, osservando il viso furbetto, non completamente slacciato, solo un po', dell'autrice-interprete, in diverse pose e *mises*). *Ricordatevi dei fiori* è un album pop, e se questa parola in Italia fa pensare ai Pooh, immaginatevi il pop inglese, con tutte le sue ascendenze anche più nobili. Beatles compresi.

A volte un pop così emerge anche da noi, qualcuno si ricorda che si possono scrivere, arrangiare e cantare canzoni in

questo modo, e se è passato abbastanza tempo dall'ultima volta il successo magari arride. Be', pensiamo al Battiato dei primi anni Ottanta, e a certe cose della sua «scuderia». Valeria Rossi potrebbe essere una Giuni Russo (*Un'estate al mare*) con meno mezzi vocali, e quindi forse anche più disarmante e sexy. Pare che abbia dichiarato che tiene un libro di Gurdjieff sul comodino, quindi siamo avvisati (non vedevamo l'ora di vedere allungato l'elenco dei musicisti gurdjieffiani, da

confessioni

«Io commerciale? Mi viene da ridere... Certo che lo sono»

Silvia Boschero

ROMA La fila per intervistare Valeria Rossi in occasione dell'uscita del suo primo disco solista *Ricordatevi dei fiori* non è la cosa più semplice del mondo: tutti se la vogliono accaparrare per più tempo possibile. Le domande variano dal suo look fino a quale sia la parodia sconcia preferita della sua hit *Tre parole* tra quelle circolate questa estate sotto gli ombrelloni. Finalmente è il nostro turno, ma la prima domanda la fa lei: «Sei dell'Unità?», ci chiede. «Sì», rispondiamo. «Grandissimi!», appunta lei. L'impresa si fa difficile. Partiamo da un'auto-descrizione allora. Una salutista non nevrotica, ex vegetariana, ma non integralista. E soprattutto: una che ha fatto gavetta, e che crede di meritarsi il successo devastante di questa estate, quello delle *Tre parole* appunto. Così si racconta, in tutta tranquillità, Valeria Rossi. Una ragazza normalissima, che non si vergogna a definirsi una militante «nel senso che sono stata ottusa per tanti anni, mentre oggi sono lucida, consapevole». È anche una ragazza che sfoggia una sicurezza disarmante, la sicurezza di chi arriva al successo in età matura, con il polso di chi conosce a menadito il mercato discografico e le sue stranezze, come quella delle *Tre parole* appunto: «Se non hai una forte etichetta discografica che ti copre le spalle e ti supporta nel nostro paese non vai da nessuna parte. Insomma, puoi anche essere il progetto discografico dell'anno ma nessuno se ne

accorgerà». Non soffre neppure la sindrome della meteora: «Non ho paura di scomparire. Il lavoro dietro la mia musica c'è, ed è stratificato negli anni. Parlano delle mie cose come di un prodotto commerciale? Mi viene da ridere! Certo che lo è. Lo è per scelta, perché ottenere che la propria musica raggiunga più gente possibile è la cosa più gratificante che esista». Poco importa dunque che alcuni tra i suoi gruppi preferiti percorrano ben altre strade «pop», gente come i Quintorigo o i Subsonica. Poco importa anche che il suo sogno artistico sia quello di duettare con un gigante come Elvis Costello, che, a discrezione di intervistatore, è uno dei più grandi cantanti della storia della musica. Le influenze letterarie poi abbondano: «García Lorca, Alda Merini... poesia soprattutto, e poi un'australiana, Dorothy Parker». Influenze «adulte», probabilmente distanti anni luce da quelle del suo pubblico, che unisce in un solo coro gli adolescenti d'Italia: «È la cosa più bella. Pensa che qualche giorno fa ho incontrato due mie piccole fan di cinque e sette anni. La prima cosa che mi hanno chiesto era se le seguivo al bagno. Una volta entrate mi hanno fatto cantare *Tre parole*. Si è creata un'atmosfera magica, è stato il punto più alto della mia carriera!». Appuntamento a Sanremo? Forse sì, forse no. Valeria è già troppo famosa per andare nella categoria degli esordienti, ma troppo esordiente per comparire tra i big, almeno da regolamento. La parola al Pippo nazionale.

Chi è

Valeria Rossi è nata a Tripoli, in Libia, ed è una giurista mancata. Ha cominciato a cantare qualche anno fa (un'estate, per pagarsi gli studi, anche nella metropolitana di Roma). Per tre anni ha ottenuto un contratto discografico come autrice per la Sony, durante il quale ha scritto alcune canzoni destinate ad artisti esordienti come lei. Non manca occasione per dichiararsi figlia artistica di personaggi come David Bowie, Jaco Pastorius, Joni Mitchell, Cesaria Evora. Fino ad oggi ha venduto più di ottantamila copie con il singolo *Tre parole* e nel suo immediato futuro c'è la promozione del primo disco *Ricordatevi dei fiori* e un tour per il quale sta mettendo su una band di amici fidati.

Battiato e Alice a Robert Fripp e Keith Jarrett). Ma siamo ancora lontani da quei risultati: i *pastiche* testuali di Valeria Rossi hanno bisogno di altre elaborazioni, il dislivello fra il testo che le ha scritto Panella e gli altri dell'album è percepibile, e comunque sentendo il CD si ha l'impressione che il tono sbarazzino-stuzzicante della voce si spalmi un po' dappertutto senza troppo criterio. Chissà cosa ne avrebbe pensato il serio Gurdjieff, di quegli ammiccamenti.

Dicevamo della musica. I tratti distintivi del pop (e si potrebbe dire del beat, ma anche della new wave, insomma, da Lennon-McCartney ai Police) sono chiarissimi, basta confrontarli con la massa della produzione italiana. La doppia cadenza plagale (*vulgo* Re-La-Mi, scegliete voi se sia *Satisfaction* o *La bambolina che fa no no no*), la successione primo, secondo maggiore, quarto grado (Do maggiore-Re maggiore-Fa maggiore: Eight Days A Week), la cadenza «western»: settimo

grado abbassato, dominante (Si bemolle, Sol settima, gli Shadows ne hanno fatto una decina di numeri uno), la successione primo grado-settimo abbassato-primo grado (un'infinità di pezzi, da *My Generation* degli Who - in maggiore - a *Wrapped Around My Finger* dei Police, in minore), tutto congiura a creare un'atmosfera che per un cinquantenne suona elegantemente retrò, ma per un giovane che non si sia digerita la discografia di Kinks, Who, Searchers, Hollies eccetera appare fresca, insolita rispetto alle sofisticazioni della canzone «di qualità».

Del resto in Inghilterra o negli USA la canzone «di qualità» si fa anche così, e fra tutti i precedenti che l'album di Valeria Rossi mi ha ricordato, più che l'inevitabile Alanis Morissette (che comunque sta su un'altra galassia), mi è venuta in mente Kirsty MacColl, cantautrice di una certa fama qualche tempo fa, figlia di grandi genitori (Ewan MacColl e Peggy Seeger, nientemeno), e - poveretta - finita tragicamente e stupidamente sotto l'elica di un motoscafo proprio l'anno scorso. Scusate (mi scuso soprattutto con Valeria) non volevo guastare la festa. E che queste canzoni così svagatine, di questi tempi, non riescono a non lasciarmi un saporino amaro.

Tutto congiura a creare un'atmosfera che per un cinquantenne suona retrò, ma per un giovane appare fresca, insolita