

DAI DEEP PURPLE AI VILLAGE PEOPLE IN FM: GLI ANNI 70 RISORGONO ALLA RADIO

Alberto Gedda

Si correva lungo l'autostrada con la Kadett piegata dagli accordi di Smoke on the water con la voce tirata di Ian Gillan: da un'altra parte, intanto, nasceva la strip di Lupo Alberto con la stessa colonna sonora dei Deep Purple. Strana storia, bella storia di trent'anni fa. E allora ti fa uno strano effetto accendere l'autoradio - migliaia di chilometri dopo la vecchia Kadett - e ritrovare la stessa emozione con Deep Purple, Iron Butterfly, Black Sabbath, Yes, Gary Glitter, Def Leppard, Graham Central Station... ma anche Barry White e Gloria Gaynor, Village People e Paul Young. E l'auto torna a piegarsi nella nebbia padana. Siamo sintonizzati su FM Classics, la prima enciclopedia on-line della musica degli anni '70-'80: l'unica emittente radiofonica multimediale e veramente tematica. Una bella scoperta, una sfida coraggiosa... «Sicuramente una scel-

ta controcorrente, rispetto al panorama radiofonico standardizzato, che nasce dalla nostra passione, dalla convinzione che questa musica è davvero una grande e bella musica - ci spiega Edoardo Hazan, direttore di FM Classics - Una scelta di cuore rivolta verso quegli artisti che sono da trent'anni sulla scena e che lo saranno ancora per altri trent'anni...».

Scelta di cuore ma non solo. «Il pubblico sembra davvero darci ragione, segno evidente che c'era, c'è, una diffusa insoddisfazione delle solite top forty, hit parade, playlist commerciali. I dati di ascolto, riferiti alla sola zona di Milano, indicano infatti in 170 mi i contatti medi quotidiani: ma, la cosa interessante, è che una grande parte di questi ascolti è riferita ai negozi, ai locali pubblici per i quali l'emittente è divenuta una preziosa colonna sono-

ra». All'ascolto in FM (a Milano la frequenza sarà potenziata a giorni con lo spostamento da 89.5 a 98.7; a Torino si ascolta su 103.7, a Genova 102.0, a Firenze 105.0) l'emittente somma però l'ascolto «digitale» possibile sul sito Internet (www.fmclassics.net) che registra una media di 37 mila contatti giornalieri. Un risultato notevole, a tre anni dalla nascita, se si tiene conto che la blasonata 105 Network arriva a 50 mila. E inoltre possibile l'ascolto «satellitare» sul canale 54 di Tele+. «Siamo convintissimi della nostra scelta - prosegue Hazan che cura la programmazione con Marcello «Concertino» Manco - e la riprova viene proprio dal target dei nostri ascoltatori molti dei quali sono "addetti ai lavori", ovvero musicisti, pubblicitari, giornalisti, creativi. C'è una grande attenzione per que-

sta musica alla quale si ispira, molto chiaramente, molta musica di oggi nonché numerosi jingles». Una scelta totalizzante e di grande specializzazione, davvero monografica a tutto campo. Non soltanto la programmazione è articolata su precisi generi (funky, pop, rock, disco dance) ma si completa con l'offerta del sito Internet nel quale è possibile ascoltare l'emittente ma anche navigare all'interno dell'universo di suoni, voci, facce, colori dei '70-'80: artisti, dischi e stili, news e speciali, agenda, playlist... «Siamo al 70% del repertorio - conclude Hazan - La nostra ricerca prosegue con la vivisezione, diciamo così, dei suoni che devono essere assolutamente con la nostra mission». Mission? «Quella dei Doors, Bee Gees, Beatles, Rolling Stones, Traffic, Santana, Genesis, Jethro Tull...». Fateci sognare. E sarà un bel sogno.

CONCORSI

VIDEO MAKERS IN GARA

TEMA: I FIUMI DI ROMA
Per il quinto anno consecutivo torna «Videorome», il concorso a tema per videomakers romani organizzato da Arcipelago - Festival Internazionale Cortometraggi e Nuove Immagini e dalla Mediateca Roma. Suggestioni, storie, visioni e ispirate ai fiumi di Roma dovranno essere realizzate in un qualsiasi formato video e non dovranno superare i 3 minuti di durata. Per il bando e il modulo d'iscrizione telefonate allo 06-39387246.

onda su onda

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

Segue dalla prima

Qualunque sia stata la strada, accidentata o meno, il mezzo è sempre stato lui: il demo. Il contenitore dove hanno riposto da sempre le speranze esordienti toccati dal sacro fuoco della musica fino a chiudersi per settimane in scantinati bui tappezzati da cartoni porta-uova anti rumore (oggi in studi casalinghi ultra tecnologici), o artisti ultra affermati.

Perché c'è anche chi del demo-tape ha fatto una vera arte, come gli Xtc, che hanno deciso di pubblicarli per mostrare il percorso di una canzone dalla prima intuizione fino alla sua forma definitiva. Che dire poi dei celeberrimi *Lost Lennon tapes* (pubblicati qualche anno fa dopo aver rappresentato per miriadi di fan un vero e proprio oggetto del desiderio testimoniato fino ad allora solo dalle numerose biografie), o dei demo dei Beatles ripubblicati nella tripla *Anthology*? Una testimonianza preziosissima per scoprire tutto: dai colpi di tosse di John Lennon alle sue meravigliose stonature fino ai consigli in fieri di McCartney. Sempre incisi su di lui, il demo. In forma di cassetta per i più, ma anche di bobinone (il revox), e prima ancora di favoloso acetato.

In realtà gli acetati non avevano vera e propria funzione di demotape (demonstration tape). La prima incisione di Elvis Presley (anche lui ha collezionato rifiuti) fu proprio su un acetato registrato negli studi della Sun, ma si trattava di una canzone incisa per festeggiare il compleanno della mamma. Più tardi, dai primi anni Settanta in Giamaica, i musicisti producevano in proprio i propri acetati (i cosiddetti «dub plates») per distribuirli tra i dj radiofonici più all'avanguardia deputati a diffonderli, anche oltreoceano.

Dall'audio cassetta (che in Europa venne diffusa a livello commerciale dalla Phillips solo nel 1962 diventando il supporto principe per il demo), attraverso le «white labels» (i vinili bianchi, quelli senza scritta che dagli anni Ottanta girano nei circuiti alternativi della musica elettronica), si è passati al cd fino ad arrivare alla musica digitale al 100 per cento, con lo scambio di file audio in formato Mp3 che gli esordienti affidano ad Internet nella speranza di venir notati da qualcuno (sempre più gruppi, oggi, delusi dall'industria discografica, grazie al Web cercano di far da soli, innescando un'efficace rete di contatti partendo dal proprio sito).

Insomma, il supporto è cambiato mentre è rimasta proverbiale la cecità di molti talent-scout e produttori discografici. In Italia, si contano sulle dita di una mano i discografici che hanno fatto scuola contribuendo a far sorgere dalle brume dell'anonimità band storiche, e risalgono tutti agli anni Settanta: il cenacolo della Rca a Roma (l'attuale Bmg) ad esempio, con i suoi addetti all'ascolto (vero) dei demo (con successiva attenta produzione), o l'epica Cramps di Gianni Sassi, che sfornò gioielli come gli Area, Camerini o Finardi.

Oggi, come ci raccontano Michael Pergolani e Renato Margoni (autori e conduttori di un nuovo programma dedi-

“ La radio apre le porte a un patrimonio immenso: la via al paradiso per gli sconosciuti



Il mio rock è un demotape

Dal vecchio acetato a Internet, ecco i nastri che raccontano la creatività degli sconosciuti e l'arte nascosta dei grandi

in trasmissione

Mondo provino: Radio Uno scopre l'underground

spirito del vero servizio pubblico: offrire al magna incandescente della musica italiana prodotta con pochi mezzi e ancora non edita, un proscenio nazionale, ed assolutamente gratuito. Insomma, dare spazio al talento di chi oggi fa musica in Italia e si trova isolato in un mercato assillante che non ha occhi, e mezzi, se non per i grandi nomi stranieri e le realtà autotone già affermate. Una trasmissione radiofonica ma anche un sito Internet (www.demo.rai.it), dove sarà possibile ascoltare la musica di tutti i gruppi scelti, anche quelli che non andranno in onda nella mezz'ora del programma. Tutto il materiale verrà ascoltato da un gruppo di giovanissimi che opereranno una prima scrematura senza esclusioni di generi: saranno ben accetti dal quartetto d'archi al drum'n'bass purché originali anche se dilettantistici. E già i primi risultati (nonostante il programma ancora non sia stato presentato ufficialmente), arrivano: a Saxa Rubra sono pervenuti più di 200 demo di tutti i generi: dall'hard rock all'elettronica fino all'hip hop. Un'operazione del genere era già stata fatta proprio dalla Rai con la storica trasmissione *Per voi giovani*, dedicata al mondo giovanile nel suo complesso, dove la musica era la colonna portante. Allora c'erano Massarini ed un manipolo di altri speaker pronti a presentare emeriti sconosciuti che inviavano la loro cassetta chitarra e voce. Tra di loro, raccontano i due curatori di Demo, uscì anche un certo Roberto Vecchioni, seguito da una lunga lista di cantautori che di lì a poco avrebbero sfondato.

Qui sotto, Renzo Arbore. A sinistra, Elio e le storie tese. Sopra, un registratore Revox



mea culpa

Arbore: ancora piango Boccia un demo di Elio e le storie tese

bera potuto avere fortuna finché avessero continuato con quel linguaggio, diciamo, rivoluzionario, poco radiofonico insomma». Eppure, nonostante l'occasione perduta, la sua fama di talent scout non è scemata negli anni: «Continuo a ricevere tonnellate di demo e video tape, tutt'oggi almeno dieci-dodici la settimana». Eppure lui, che come tutti ha iniziato ragazzo mandando in giro per promoter i propri provini, oggi non ce la fa proprio ad ascoltarli tutti: «Ricevo musica di ogni tipo: canzoni napoletane e, cosa strana, anche versioni di canzoni mie, brani di cantastorie, di jazzisti, di musicisti che ho incontrato nei miei viaggi per il mondo (da New Orleans al Brasile), ma anche di amici che vogliono un consiglio. Mai buttati, beninteso. Ma purtroppo, e mi dispiace dirlo, non ce la faccio ad ascoltarli. Spesso ho incaricato alcuni miei collaboratori di selezionarli. Per esempio Ferrini l'ho scoperto tramite una video-cassetta. Ma è raro». E raro soprattutto, secondo Arbore, che il prodotto sia effettivamente di qualità: «La percentuale di artisti che vale la pena trasmettere in una trasmissione come quella che andrà in onda su Radio Uno è, credo, di 5 su cento». Un consiglio allora: «Temo che spedirli alle case discografiche sia inutile. Ed è sbagliatissimo, perché bisognerebbe setacciare il terreno alla ricerca di talenti. Allora meglio spedire il proprio materiale ai dj e alle radio. Insomma: d'ora in avanti pigliatela con Pergolani e Margoni, che verranno afflitti da demo tape di ogni tipo. Se riescono trovare delle canzoni preziose e divertenti, mi prenoto per riceverle. In cambio gli regalo tutti i miei demotape». si.bo.

cato ai demo su Radio1 di cui parliamo qui sotto), «la discografia non è più promotrice, ma va a rimorchio». La colpa? «Anche del fatto che mentre per la musica cosiddetta colta i soldi si sono sempre trovati, per la leggera ci sono sempre state le briciole». Il desiderio segreto è sempre lo stesso: sfondare, arrivare ai piani alti della discografia. E le difficoltà, migliorato il supporto (e facilitata di gran lunga la possibilità di creare musica in proprio, saltando a piè pari il passaggio in uno studio di registrazione professionale), sono rimaste le stesse. I demo girano attraverso mille canali, continuano a popolare le trasmissioni specializzate delle storiche radio indipendenti, le uniche che hanno il coraggio di trasmettere dal grind metal alla canzone politica (attivamente il circuito nazionale che recluta i partecipanti al festival di Arezzo Wave, su Roma ad esempio è Radio Città Futura con *Alternitalia* di Gianluca Polverari), si diffondono su siti Internet che spesso promettono di dare ai poveri esordienti malcapitati i consigli chiave per sfondare (in cambio di denaro ovviamente), proliferano nelle manifestazioni canore arrangiate con amplificatori da festa delle medie che assicurano visibilità (molte a pagamento. Sanremo Rock Festival & Trend è solo uno di questi esempi negativi con le sue 360mila lire per l'ammissione alla prima scrematura).

L'imperativo è resistere. Perché ci sarà sempre qualcuno che obbietterà agli sforzi delle band underground incisi su demo con motivazioni improbabili. Se oggi, dopo mille corsi e ricorsi storici, le chitarre vanno di nuovo di moda, state sicuri che la prossima volta toccherà ai campionatori finire nell'inferno dell'antiquariato musicale.

Silvia Boschero