

## INDUSTRIA MUSICALE

Foto di Claudio Onorati/Ansa



Vibrazioni Il «pianista, scrittore e compositore» Giovanni Allevi, durante le prove sul palco del teatro Ariston

→ **Il caso** Viaggio alle radici del successo del giovane pianista, di cui è appena uscito il cd «Alien»

→ **Fenomeni** Un preciso «character-design», peraltro favorito dagli anatemi degli accademici

# Il prodotto chiamato Allevi clamoroso bluff del marketing

**Una simulazione: ecco cosa è la musica di Giovanni Allevi. Si presenta come «musica classica», ma è solo easy listening. Per il resto, valgono le parole di Proust: «Detestate la cattiva musica, ma non disprezzatela...»**

**GIORDANO MONTECCHI**

MUSICOLOGO

Banalità e originalità, come tante altre categorie, hanno qualcosa in comune con la grande criminalità organizzata: la mancanza di prove. Per questo si dice *de gustibus non est disputandum*: perché addurre prove irrefutabili circa la schifezza

o la sublimità (e le infinite gradazioni intermedie) di un'opera d'arte, di uno scritto, di una musica (ma anche di un volto, di un paio di scarpe o di una merendina) è un esercizio senza fine: tanto doveroso e necessario, quanto inane.

Perché di fronte a mille indiscutibili argomenti, ci sarà sempre qualcuno che rifiuterà di cambiare idea. E magari continuerà a votare Berlusconi – e magari fosse solo una questione di estetica! Oppure correrà a comprarsi *Alien*, l'ultimo cd di Giovanni Allevi. Titolo che richiama Ridley Scott (ma è un depistaggio) e che invece si accoda semmai alla trentina e passa di album con lo stesso identico

titolo.

Di Allevi, di questo modesto pianista e dell'imbarazzante successo della sua musica inodore e insapore si è già scritto e ascoltato fin troppo. E fin troppo si è inveito con toni altrettanto imbarazzanti di trionfo accademismo: reazioni inusitate che offrono però una chiave di lettura di questo piccolo interessante caso musicale.

Il nuovo cd conferma i limiti di una mediocre tecnica strumentale, spesso insicura, di un fraseggio privo di *groove*, di una qualità compositiva dozzinale. Eppure... si muove. Infatti una campagna mediatica impeccabile – radio, tv, carta stampata, web in

tutte le sue ramificazioni – e un abilissimo *character-design*, con un magnifico gioco di squadra riescono a trasformare ogni nuova uscita di Allevi nell'evento di cui si parla, ergo un successo.

Dato il giudizio fortemente negativo circa la musica di Allevi e le sue doti pianistiche (di gran lunga inferiori, ad esempio, rispetto a quelle di un competitor meno noto ma in ascesa come Cesare Picco), a rigore se ne dovrebbe tacere. In un sistema mediatico e pubblicitario che da tempo ha trasformato la quantità in qualità (più contatti = più soldi = più valore), l'unica vera stroncatura, infatti, è quella che non esce. Il tema di cui