



“Un tempo le case discografiche erano più potenti. Potevano permettersi di rischiare. Investivano anche su chi probabilmente non avrebbe dato risultati immediati perchè intanto avevano gli artisti che tiravano e che garantivano profitti”. Questo diceva, solo pochi anni or sono, Francesco Guccini, commentando i suoi primi insuccessi discografici, nel corso di una lunga intervista rilasciata nella sua casa di Pavana all'inviato Rai, Vincenzo Mollica. E, paradossalmente, il discorso si ribaltava allorquando si parlava invece di dimensioni live. “Ci concediamo anche i grossi nomi” mi raccontava un giorno Efrem Galliera, patron di una delle più importanti manifestazioni estive italiane degli anni '60 e '70, che si svolgeva nei pressi di Biella, “perchè nelle altre serate facciamo i pienoni con le orchestre ed il ristorante. Ecco, due dimensioni che in quegli anni, si compensavano. Occorrevano le vendite discografiche dei grossi nomi del momento per finanziare i progetti più sperimentali, ma occorre gli incassi delle serate più popolari, per poter concedersi i grossi nomi. Poi il meccanismo si è inceppato, i tempi sono cambiati, il pubblico non è più lo stesso ed anche le tecnologie, che garantiscono una fruibilità più estesa alla musica, non hanno ancora trovato un giusto equilibrio tra dare ed avere. Oggi probabilmente uno come Guccini non sarebbe mai diventato ciò che invece divenne sul finire degli anni '60. Perchè oggi le poche case discografiche potenti rimaste, le cosiddette major, la sperimentazione neppure se la sognano e forse neppure se la potrebbero permettere. Ma quand'anche le risorse ci fossero ancora (le major di nomi che “tirano” continuano comunque ad averne, anche se il mercato discografico appare esangue per tutti) è la mentalità che è cambiata. L'artista deve rendere subito e se ciò non accade si accantona l'artista. Le ex indie, cioè le piccole case discografiche indipendenti, ormai sono diventate in buona parte gli scouting per le major, che hanno rinunciato anche alla mitica figura del talent scout. E uno strumento come internet consente talvolta (vedi Rovazzi) di mettere sotto contratto chi comunque un proprio pubblico se lo è già procurato attraverso i social. Ed i talent, sia pure sempre più sgangherati, provano a fare il resto. Per quel che riguarda la musica dal vivo, i cosiddetti “big” si esibiscono ormai solo più negli stadi delle grandi città e per poche serate all'anno. Rimini e la Versilia, che nelle estati di un po' di anni or sono erano l'approdo sicuro per tutti i più bei nomi della canzone italiana ed anche internazionale, ora si limitano alle serate nei pub animate da musicisti perlopiù sconosciuti. E' la crisi della musica. Ma è anche la crisi di un sistema, che non ha e non dà più tempo. Non ha tempo né risorse per investire su un nuovo Guccini insistendo finchè venga intrapresa la strada giusta, E non dà tempo ad un nuovo Guccini di formarsi e di proporsi, concedendo al pubblico la possibilità di un ripensamento. E' un sistema che impone il business immediato o il nulla. E purtroppo, con sempre maggiore frequenza, nella musica ma non solo, ad avere la meglio, è il nulla.

**Giorgio Pezzana**