

Marco Poderi
Strada Montefeltro, 33
61100 Pesaro (PU)
Italia
cell. 3290647421
www.marcopoderi.net
info@marcopoderi.net
p.iva: 02323790416

Rivista: **Type News**
Editore: **Fabriano Edizioni**
Direttore responsabile: **Carlo Cammoranesi**
Direttore editoriale: **Benigno Amori**
Uscita: **Anno III, N°6, Settembre 2007**

Piccole rockstar crescono...

Quasi tutti i ragazzi sognano, guardando Mtv e sfogliando le riviste, di diventare rock star, di conquistare quel mondo magico fatto di note nel quale "l'artista", essere dotato di un talento innato, comunica attraverso la canzone dispensando pillole di saggezza e toccanti racconti di vita. Così, ancora giovanissimi, in tanti si avvicinano timorosi ad una chitarra elettrica, agli ottantotto tasti zebrati del pianoforte o addirittura ad una rumorosa batteria, scoprendo quanto difficile e complesso possa essere il dar libero sfogo alla propria creatività. Nonostante questo, chi è guidato da autentica passione continua, si aggrega ad altri "musicisti" e dà così vita a un gruppo o, in alcuni casi, si lancia con un suo progetto solista. Ma un interrogativo che i protagonisti di quest'avventura spesso si pongono, agli inizi di una carriera che difficilmente li porterà lontano, riguarda la realtà locale nella quale si trovano e nella quale devono muovere i primi passi verso il vasto mercato discografico: chi nasce in una modesta cittadina, o addirittura in un piccolo paese, può emergere e diventare qualcuno a suon di pop-rock? La risposta, anche se può sembrare banale, è già scritta nella storia, come potrebbe testimoniare, tanto per fare un esempio, Mike Jagger, il cantante dei Rolling Stones, nato in una città Inglese che è tutt'ora più piccola di Pesaro e Ancona (giusto un paragone con due province della nostra regione). Il problema non è dunque da dove si parte, ma il come ci si muove. Sebbene, infatti, parole come "arte", "creatività" e "inventiva" siano per molti una garanzia di successo, la realtà è un'altra: il talento non basta. Per comprendere questa affermazione bisogna prima di tutto conoscere alcuni aspetti che caratterizzano il mondo discografico tanto a livello nazionale quanto internazionale: il mercato globale della musica, infatti, ogni anno genera ricavi di quasi quaranta miliardi di dollari americani che vengono gestiti, per circa il 70%, da solamente quattro grandi multinazionali dello spettacolo e dell'intrattenimento. Queste vengono chiamate Major e, attraverso una fittissima rete di sotto-etichette, filiali e divisioni, controllano praticamente tutte le più rilevanti uscite discografiche mondiali. Stiamo parlando, quindi, dell'Universal Music Group, della Warner Music, di Sony-BMG e di EMI Music: le label che hanno fatto la storia della musica popolare, come la Columbia, la Capitol, la Atlantic e la italiana Ricordi, tanto per citarne alcune, anche se ad oggi mantengono i loro nomi e i loro loghi, in realtà sono tutte filiali delle quattro grandi sopraccitate. La presenza

di aziende con interessi così vasti porta ad una mercificazione della musica che trascende il valore dell'arte: per queste l'importante è vendere cd, fare ricavi, e non promuovere la qualità o andare alla ricerca del moderno Beethoven. Se si vuole intraprendere questa strada, quindi, oltre all'aspetto prettamente musicale, che non può comunque essere messo in secondo piano, bisogna curare la propria proposta dal punto di vista della comunicazione con il fine di renderla "appetibile" anche a livello commerciale. Le band emergenti devono prima di tutto arrivare, attraverso lo studio della musica e l'esperienza maturata con la pratica, ad un livello professionale dal punto di vista della composizione e, in seguito, devono sapersi proporre al meglio, con serietà e determinazione. Una ricetta per il successo non esiste e lo stesso risultato spesso si può ottenere percorrendo strade diverse, ma ci sono possibilità che i giovani non devono lasciarsi scappare; Con l'avvento del digitale i costi per le produzioni multimediali si sono notevolmente ridotti nonostante un graduale incremento della qualità e i nuovi mezzi di comunicazione offrono moltissime opportunità di divulgazione. Al giorno d'oggi si trovano studi registrazione validi in ogni città e paese, registrare un video-clip non è più un privilegio delle formazioni già affermate e, grazie ad internet, ogni band può aprire una vetrina virtuale sul mondo per promuovere le proprie canzoni. Sempre attraverso la rete è possibile trovare e contattare addetti ai lavori, sottoporre all'attenzione di questi le proprie opere e, talvolta, persino catturare l'interesse di chi lavora per le major. Attenzione però, perché quella delle grandi case discografiche non è l'unica strada percorribile: molte formazioni che oggi vantano un discreto palmares di successi, infatti, non hanno (giustamente) tentato il colpo di fortuna, ma hanno costruito passo dopo passo la loro carriera. Allo stesso modo le giovani realtà locali possono mirare senza timori a quelle che vengono chiamate "Indies", ovvero le etichette denominate "indipendenti" perché non affiliate alle major. Queste sono migliaia, alcune dispongono di una buona organizzazione mentre altre sono rilevanti quanto un sassolino nell'universo; Spesso sono specializzate in un genere musicale, ma la cosa più importante è che nella maggior parte dei casi sono interessate proprio alle nuove proposte poiché è attraverso il lancio di queste che puntano a ritagliarsi uno spazio nel mercato. I giovani musicisti possono scovare queste case discografiche navigando su internet, visitando i siti delle stesse o grazie alle numerose riviste musicali. Nonostante le indie non abbiano i mezzi della major, rappresentano un'ottima rampa di lancio. Se quindi avete le note nel cuore, non potete stare un giorno senza imbracciare la chitarra, ma siete spaventati dalle poche risorse che il territorio sembra offrire, non demordete, divertitevi esprimendo la vostra creatività, valutando un passo alla volta le occasioni che vi si pongono di fronte e usufruite di tutti i mezzi d'informazione di cui disponete. Se poi sentite dire che il mondo delle case discografiche è vicino al collasso, che le vendite sono decadute a causa della pirateria e che questo comporta la fine delle speranze per le giovani proposte, non lasciatevi andare. Il discorso è complesso, effettivamente la musica è un po' inflazionata e sta vivendo un periodo di transizione ma non tutto va male come sembra: si vendono meno cd, ma su internet vengono scaricati miliardi di pezzi in maniera legale, a pagamento, e ci sono supporti come i DVD che permettono una migliore integrazione tra più forme di spettacolo (audio/video) che possono contare su un mercato in espansione. Forse qualcosa di sbagliato nel mondo della musica c'è e probabilmente qualcosa va fatto, ma le emozioni che un concerto trasmette e il piacere di ascoltare una bella canzone non termineranno certo sotto la pressione della pirateria o di chi problemi come questo li strumentalizza.

Marco Poderi