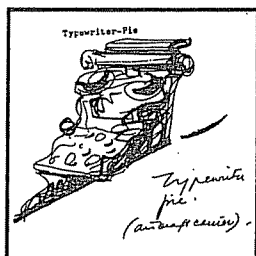


# COMUNICAZIONE DI MASSA



Settembre/Dicembre 1986

Volume III - Anno VII

## SUONI, RITMI E MERCATO: MUSICA E SOCIALE

a cura di Laura Barbiani

- Laura Barbiani — Note su musica e sistema, 3  
Peeka Gronow — La storia dell'industria discografica, 8  
Paolo Prato — Suoni e desideri: trent'anni di produzione discografica nell'industria angloamericana, 26  
Ernesto Magnani — L'industria discografica italiana: dati, problemi, prospettive, 36  
Lucio Capograssi — La tutela del diritto d'autore, 48  
Lucio Salvini — La produzione dei suoni: quale futuro?, 54  
Valeria Veltroni — La musica da vedere, 58  
Alberto Abruzzese — Appunti su musica e pubblicità, 68  
Enrico Ghezzi — Cinema e musica: terra di nessuno, 77  
Elisa Battellini — Musica e divismo nella società dell'immagine, 83  
Carlo Fontana — Musica: arte e industria, 93  
Lawrence Grossberg — Il significato sociale del rock and roll, 96  
Teresa De Santis — Quel pasticciaccio del rock. 1976-86: dieci anni che sconvolsero la musica, 103  
Luigi Caramiello — Napoli: musica e ritmo abitano ancora qui, 114  
Caterina Selvaggi — Tutti insieme appassionatamente: musica e spettatori tv, 123  
Sommaro degli ultimi numeri, 135

SUGARCo **S** EDIZIONI

# COMUNICAZIONE DI MASSA

---

«Comunicazione di massa» esce tre volte l'anno

*Direttore: Carlo Sartori*  
*Direttore responsabile: Massimo Pini*  
*Coordinatore: Carlo Macchitella*

Un fascicolo costa lire 8.000.

Abbonamento annuo:

— per l'Italia: lire 20.000 — per l'Estero: lire 30.000 — sostenitore: lire 70.000

Fascicoli e annate arretrate al costo dell'anno in corso.

La rivista è in vendita nelle principali librerie. Per abbonamenti rivolgersi alla SugarCo Edizioni S.r.l. - Viale Tunisia 41 - 20124 Milano, Italia.

Gli abbonamenti decorrono del gennaio di ciascun anno. Chi si abbona durante l'anno riceve i numeri arretrati.

Gli abbonamenti non disdetti entro il 31 dicembre si intendono rinnovati per l'anno successivo.

I fascicoli non pervenuti all'abbonato devono essere reclamati entro 10 giorni dal ricevimento del fascicolo successivo. Decorso tale termine, si spediscono solo contro rimessa dell'importo.

Per cambio indirizzo allegare la targhetta-indirizzo dell'ultimo numero ricevuto, accompagnata da lire 500 in francobolli.

Gli abbonati a «Comunicazione di massa» godono dello sconto del 10% su tutti i volumi pubblicati dalla SugarCo Edizioni, indirizzando l'ordine direttamente all'editore e precisando la loro situazione di abbonato.

Spedizione in abbonamento postale, gruppo IV.

Pubblicità inferiore al settanta per cento.

Proprietà letteraria riservata. Copyright © 1987 per tutto il mondo by SugarCo Edizioni S.r.l., viale Tunisia 41, Milano, Italia.

---

## Avvertenza

Hanno collaborato a questo numero di «Comunicazione di massa»:

**Laura Barbiani**, ricercatrice.

**Peeka Gronow**, professore di Sociologia delle comunicazioni di massa presso l'Università di Helsinki.

**Paolo Prato**, ricercatore.

**Ernesto Magnani**, direttore generale dell'AFI.

**Lucio Capograssi**, direttore generale SIAE.

**Lucio Salvini**, amministratore delegato Fonit-Cetra.

**Valeria Veltroni**, ricercatrice.

**Alberto Abruzzese**, professore di Sociologia delle comunicazioni di massa presso l'Università di Napoli.

**Enrico Ghezzi**, Rai-Tv, Roma.

**Elisa Battellini**, ricercatrice.

**Carlo Fontana**, sovrintendente del Teatro comunale di Bologna.

**Lawrence Grossberg**, professore di Sociologia delle comunicazioni di massa presso l'Università dell'Illinois, Urbana-Champaign.

**Teresa De Santis**, ricercatrice.

**Luigi Caramiello**, ricercatore.

**Caterina Selvaggi**, regista Rai-Tv; ricercatrice.

---



propops

## DA 60 ANNI

La Sipra si occupa di pubblicità da 60 anni. Costituita il 9 aprile 1926, appena un anno dopo la nascita della radio, ha percorso insieme ai mezzi gestiti: radio, cinema, stampa e televisione, un lungo periodo della storia economica e sociale italiana. Nel celebrare questo anniversario la Sipra vuole ricordare a tutti, addetti ai lavori e "consumatori" della pubblicità, la professionalità e l'impegno di quanti operano in questo settore della comunicazione così presente nella vita quotidiana di noi tutti.

## BUONA PUBBLICITA'!

Questo è l'augurio che la Sipra rivolge a tutti gli interessati, per i suoi 60 anni. E, a ben vedere, interessati lo siamo tutti dai clienti alle agenzie, dai mezzi di comunicazione ai consumatori. Buona pubblicità, dunque, a tutti gli italiani.

1926 - 1986

**SIPRA, LA PUBBLICITA' CON L'INFORMAZIONE**



SIPRA S.p.A. - Direzione Generale - Via Bertola, 34 - 10122 Torino - Tel. 011/5753.1

Luigi Caramiello

## Napoli: musica e ritmo abitano ancora qui

Qualsiasi tentativo di definizione intorno alle caratteristiche del rapporto fra «cultura» e produzione artistica, fra territorio e musica, incontra immediatamente la domanda: quale musica? Ciò è vero generalmente, ma lo diviene in modo particolare se il territorio in questione è l'area napoletana, anzi in tale contesto al primo quesito si associa anche, legittimamente, la domanda: quale territorio? Categorie come frammentazione, compresenza, intreccio, sono, infatti, e non senza motivo, al centro di qualunque indagine sociale-culturale che abbia, o abbia avuto, come oggetto la realtà partenopea negli ultimi anni.<sup>1</sup>

Se questo è vero ne risulta che il primo rischio a cui bisogna sfuggire nell'ipotesi di una proficua introspezione del rapporto musica-città, a Napoli, è quello di immaginare questa relazione come una interazione fra due universi omogenei fra loro o, peggio ancora, al loro interno. D'altra parte però uno sforzo di comprensione e interpretazione del fenomeno che voglia essere seriamente produttivo non può neppure attardarsi semplicemente sulla soglia della rilevazione, non può limitarsi cioè alla pura e semplice descrizione fenomenica, quand'anche questa sia svolta con criteri metodologicamente appropriati. In altre parole bisogna rischiare. Nel caso specifico rischiare vuol dire affermare l'ineludibilità del tentativo di operare una sistematizzazione sociologica, che da un preliminare piano categoriale sia capace di riportarsi sul terreno concreto della configurazione produttiva e di consumo. Si tratta di individuare, in altri termini, i dispositivi euristici maggiormente abilitati a saldare la definizione teorica dei problemi col suo trasferimento sul terreno della effettiva articolazione sociale.

La traduzione di questa premessa nell'analisi del fenomeno musicale all'interno della realtà napoletana ci suggerisce subito la possibilità di in-

dicare alcuni ambiti che per le loro caratteristiche sul piano produttivo e per le peculiari modalità di impatto sul territorio fruitivo si rivelano maggiormente circoscrivibili. Ci risulta utile a questo proposito delineare almeno quattro aree, effettive o potenziali di produzione-consumo. Si tratta di universi fra cui non è sempre possibile cogliere una totale indipendenza e autonomia, anzi, come vedremo in seguito, nelle loro zone di frontiera sono spesso rilevabili fattori interessanti di contaminazione, ciononostante la ripartizione è molto utile ai fini di un preliminare inquadramento del problema.

Attribuiremo ad ognuna delle quattro aree una distinta definizione:

- 1) *Continuità e commutazione;*
- 2) *Ricerca e tradizione;*
- 3) *Innovazione commistiva;*
- 4) *Tecnologia e sperimentazione.*

### **1. Continuità e commutazione**

In questo primo ambito collochiamo tutto quel reticolo produttivo, in parte sommerso o marginale, ma in altra parte solidamente radicato nel mercato, che si rifà a un'idea «classica» della canzone napoletana tipica soprattutto del periodo fra la prima metà del secolo scorso e gli inizi del '900. È necessario associare al concetto di continuità quello di commutazione poiché fra i custodi e i proscrittori più autentici di questo filone culturale e i nuovi autori e interpreti della canzone napoletana esistono differenze di stile spesso molto rilevanti, anche se in molti casi i canali di produzione e circolazione sono abbastanza paralleli ed omogenei o addirittura sovrapponibili.

Intanto è necessario sottolineare come fra gli esponenti rappresentativi di questo primo sottogruppo compaiono sia autori «conservatoririformisti» che hanno perpetuato questa tradizione in senso anche creativo, come Roberto Murolo o Sergio Bruni,<sup>2</sup> sia figure artistiche prevalentemente impegnate nella riproposizione di motivi classici, spesso senza alcuno sforzo di rivisitazione; ma da un altro versante, vi sono anche artisti come Merola, che utilizzano entrambe le possibilità produttive.

Vi è poi il filone dei nuovi interpreti della canzone napoletana fra cui troviamo sia figure in cui è più marcato, dal punto di vista degli stilemi musicali, l'aspetto epigonale, sia artisti più propensi a navigare un universo commistivo, il Nino D'Angelo in versione disco-music dell'ultimo San Remo costituisce un esempio molto calzante in proposito, ma se ne potrebbero fare molti altri. In questo ambito l'elemento commutativo riguarda soprattutto i contenuti testuali delle produzioni. Infatti, nel mentre in alcuni casi tiene banco il consueto contesto «amoroso» della canzone tradizionale, in molte altre occasioni rileviamo una forte propensione verso il fatto di cronaca o di attualità; e non solo in continuità col tradizionale impianto delle canzoni che raccontano storie di malavita, ma anche in rapporto alla possibilità di impattare oggetti e situazioni caratteristiche di un immaginario metropolitano contemporaneo: la droga, la pubblicità, la televisione, la moda ecc.

Dal punto di vista della creazione di questi prodotti essa si determina in contesto prevalentemente indigeno, avvalendosi il più delle volte di figu-

re produttive e apparati presenti sul territorio cittadino e regionale. Sol tanto nei casi più eclatanti entrano in gioco circuiti produttivi a carattere nazionale. Per quel che riguarda le dinamiche di circolazione e consumo esse si svolgono essenzialmente nelle stesse aree di produzione (l'ingresso di Nino D'Angelo nella classifica discografica nazionale con la canzone presentata a San Remo rappresenta senz'altro un'eccezione). In altri termini la parte largamente maggioritaria dell'utenza è localizzata nell'area cittadina e regionale con qualche propaggine sul territorio meridionale. La stratificazione sociale su cui questo genere di produzione sembra esercitare la sua maggiore attrattiva è connotata in senso fortemente «popolare». Essa è costituita in prevalenza di settori operai e sottoproletari con una presenza non marginale di zone sociali di recente ricchezza. Inoltre, per alcune figure, come Nino D'Angelo, il pubblico è prevalentemente caratterizzato in senso giovanile. Nell'utenza degli interpreti più «classici», Bruni, Murolo, vi è, invece, una significativa presenza di ceti professionali e di borghesia colta, anche a livello nazionale. Per quanto riguarda la possibilità di circolazione di questa produzione culturale fuori dai confini di produzione essa sembra riguardare in prevalenza alcune zone «forti» dell'emigrazione: Torino, Milano, New York, anche in relazione, probabilmente, alla tendenza che esiste nelle comunità di emigrati a marcare fortemente le radici etniche distintive e i tratti che si immaginano più caratteristici della cultura di origine. Emblematico da questo punto di vista il fatto che autori pressoché sconosciuti al pubblico nazionale facciano numerose *tournées* negli Stati Uniti riscuotendo successi enormi ed esibendosi davanti a migliaia di spettatori. In ogni modo, per quanto connotato da alcuni vistosi fattori di anomalia, questo universo è comunque partecipe a pieno titolo delle dinamiche di mercato e intrattiene una relazione con vaste aree di consumo, soprattutto sul piano locale, molto significativa. Ai margini di questo universo vi è poi una vera e propria pleora di «artisti» la cui notorietà a volte non oltrepassa i confini del quartiere, una dimensione il più delle volte connessa all'esistenza di radio locali, anch'esse di ambito zonale, e di partecipatissimi festeggiamenti rionali. Ma questo universo, produttivo in senso molto particolare, rivela il suo interesse più dal punto di vista della rivisitazione antropologica delle possibilità comunicative offerte dai media, che sul piano delle dinamiche di produzione-consumo in senso compiuto. È indubbio d'altra parte che anche queste dinamiche microcosmiche svolgano un'azione fondamentale nella definizione di modelli culturali e di comportamento, e in generale nei meccanismi di socializzazione (e forse più ancora di desocializzazione) alle modalità di esistenza associata della collettività. Ma questo è un punto che esula dagli obbiettivi e dall'oggetto della nostra analisi.

## 2. Ricerca e tradizione

Appartengono a questo filone produttivo tutte quelle esperienze che hanno visto la luce fra la fine degli anni '60 e l'inizio dei '70 soprattutto grazie al lavoro di ricerca ed all'impegno complessivo di alcuni intellettuali, studiosi del fenomeno musicale e artisti, primo fra tutti Roberto De Simone. Bisogna subito dire che l'universo di preesistenze in cui affondavano il loro scandaglio questi esperti era estremamente articolato e plurale, oltretutto per buona parte nascosto. La «memoria» che tentava di recuperare

questo filone non era un corpus univoco, in essa infatti convivevano sia reperti di folclore contadino arcaico, sia segmenti produttivi più ufficiali di epoca rinascimentale o barocca, sia oggetti compositivi «popolari» e «semicolti» di varia origine.

Il tentativo di quest'area culturale, avviato con l'esperienza della Nuova compagnia di canto popolare, e proseguito poi con alcuni altri momenti specifici di costruzione di folclore contemporaneo come gli Zezi di Pomigliano D'Arco, era esattamente quello di reinventare un possibile folclore, recuperando alcune radici antiche e saltando quasi del tutto la tradizione popolare più recente.<sup>3</sup> In più va detto che quando la rivisitazione riguardava oggetti di origine «popolare» il più delle volte il tipo di folclore che veniva recuperato era di derivazione regionale o meridionale a matrice contadina, e di tradizione «orale». E quando invece riguardava produzioni «codificate» spesso si trattava di trascrizioni «accademiche», benché in qualche caso «anonime». Questo lavoro si caratterizzò per tutta una fase per una tacita sottovalutazione di tutta quella produzione che dal secolo scorso fino al secondo dopoguerra aveva fatto la storia della musica napoletana. Questo distacco venne poi gradualmente mitigato insieme a un certo intellettualismo che contraddistingueva l'operazione (si pensi alla scelta di De Simone di rappresentare Viviani), con l'indubbio risultato di conferire maggiore problematicità a tutto il ragionamento produttivo. Globalmente l'operazione vide il suo momento di massimo splendore proprio intorno alla metà degli anni '70, anche in virtù della capacità che espresse di collocarsi, contemporaneamente, all'interno di un moto generale di rinnovamento culturale e dentro alla moda di un folclore politico che in quegli anni raccoglieva i frutti più fecondi, si pensi soltanto al successo italiano degli Inti Il-Ilmani. Bisogna aggiungere che a livello fruitivo vi sono numerosi indizi che fanno pensare alla scelta dell'utenza giovanile e di sinistra verso il nuovo folclore come ad una opzione fortemente connotata in senso anticapitalistico e antindustriale. Come dichiarava De Simone nel 1974: «La cultura popolare offre caratteri "alternativi" che sono alla base di una nuova cultura. Gli stessi caratteri "alternativi" dimostrano inoltre l'esistenza reale di questa cultura, il suo valore autonomo, l'assurdità di una società organizzata in classi e offrono il più valido strumento critico verso strutture in crisi che tendono a opprimere e distruggere lo stesso mondo popolare nei suoi valori culturali».<sup>4</sup> Si tratta di affermazioni veramente molto indicative di un intero contesto culturale. Ma anche alla luce di tali dichiarazioni, resta comunque difficile pensare a una possibile e generale contiguità fra i residui culturali lasciati dalle culture apocalittiche e antisistema degli anni '60 e il consumo successivo di folclore preindustriale. Ma se si immagina Pasolini come un possibile tramite sul piano intellettuale la pensabilità di questa dinamica diviene più agevole. Le culture negative insomma, caratterizzate da un globale rifiuto dell'esistente, funzionavano probabilmente come humus su cui si innestava la nostalgia per una cultura passata, autentica e incontaminata, e il desiderio di un'improbabile arcadia bucolica priva dei guasti e delle storture dello sviluppo industriale.

In ogni modo questo universo produttivo riuscì a innescare un rilevante meccanismo di consumo in Italia, occupando per tutta una fase un posto di rilievo nelle dinamiche di mercato. Intorno alla metà degli anni '70 inoltre i codici della cultura popolare furono globalmente assunti all'interno dei processi di iniziativa culturale e movimento politico della sinistra funzionando come un importante dispositivo catalizzatore per larghe fasce di

consumo sull'intero territorio nazionale. Probabilmente, però, non è azzardato affermare che gli elementi maggiori di fascinazione ed attrattiva che questo genere esercitava erano di carattere extra-musicale, in molti casi addirittura ideologico. In più è necessario rilevare che, a dispetto della sua matrice «popolare», questo genere riuscì solo in rare occasioni a impattare significativamente le fasce di consumo più autenticamente popolari dell'area partenopea, in queste zone fruibili infatti anche nel pieno dell'esplosione folk continuò a prevalere la propensione verso quelle modalità stilistiche e produttive che abbiamo preso in esame nel paragrafo precedente. Di contro la «musica popolare», trovò nelle aree giovanili, soprattutto nelle fasce più politicizzate, un vero e proprio territorio di elezione. La sua influenza fu inoltre molto significativa anche in consistenti aree di protagonismo operaio e sindacale e nel mondo della scuola.<sup>5</sup> Alla fine degli anni '70 il fenomeno conosceva già il suo declino, e si riscontrava una sensibile caduta sul mercato. Alcuni dei suoi più significativi rappresentanti avviano la loro ricerca su altri territori culturali e musicali. In molti casi la musica popolare ripiegava all'interno di ambiti di studio e sperimentazione, oppure cercava nuovi territori di azione produttiva in rapporto alla sfera istituzionale.

### 3. L'innovazione commistiva

All'interno di questo comparto collochiamo tutta quella serie di esperienze produttive che, soprattutto a partire dalla seconda metà degli anni '70 (ma fondando su significative esperienze precedenti), hanno dato vita a un vero e proprio fenomeno culturale nel nostro paese, esprimendo una capacità di impatto sulla dinamica dei consumi di grande rilievo e significato. Un processo attivato sul territorio nazionale e in qualche caso internazionale, e soprattutto investendo un ventaglio ampio e abbastanza diversificato di settori e strati sociali. Quando parliamo di universo dell'innovazione commistiva ci interessa relativamente prendere in esame le modalità attraverso cui la compresenza e l'impatto fra i linguaggi musicali di volta in volta si realizza. Il fatto che per Edoardo Bennato l'intreccio si determini mediante la rivisitazione di particolari codici rock e country americani degli anni '60, mentre per Pino Daniele commistione significhi la coniugazione del tradizionale impianto melodico indigeno con il linguaggio del blues o del funky, è del tutto indifferente ai fini del nostro ragionamento. Quel che va sottolineato è invece la spregiudicatezza con cui tali dinamiche si realizzano, ovvero l'assenza di elementi di *pregiudizio* culturale all'interno dei meccanismi della creazione artistica. Quel che caratterizza queste modalità produttive è in altri termini la consapevolezza di dover fare i conti con i codici del consumo musicale di massa, su scala internazionale, e con i meccanismi mediatici di circolazione e consumo omogenei e tipici della produzione musicale contemporanea. Possiamo dire insomma laddove in altri ambiti abbiamo rilevato l'influenza determinante di elementi relativi alla «tradizione» o alla «memoria» culturale del territorio, qui riscontriamo l'incidenza violenta dei sistemi e degli apparati della comunicazione. Proprio per questo probabilmente tale comparto produttivo è riuscito ad esprimere la valenza maggiore sul piano dell'impatto mass-mediologico e culturale di massa.



In realtà esperienze di incontro fra i generi di consumo caratteristici della contemporaneità erano state già realizzate sin dagli anni '50, si pensi soltanto a Carosone e al suo ragtime napoletano,<sup>6</sup> e avevano vissuto momenti significativi negli anni successivi sia con il *rythm'n'blues* rivisitato dagli showmen negli anni '60 che in tutta la stagione del rock del Mediterraneo<sup>7</sup> (che era piuttosto un pop più o meno progressivo), degli Osanna, e del primo Sorrenti; e probabilmente non è un caso che proprio queste esperienze abbiano segnato sul piano stilistico e di mercato le tappe più significative della produzione musicale partenopea degli ultimi anni.

Queste preesistenze hanno costituito lo sfondo su cui sono andate crescendo ed affermandosi negli anni successivi le esperienze dei Pino Daniele, dei Bennato, dei Tony Esposito, dei James Senese e degli stessi Teresa De Sio ed Eugenio Bennato, sganciatisi dalle connotazioni più rigidamente «popolari» degli esordi, vivificando esattamente la propria popolarità. In questo quadro c'è un elemento che va senz'altro sottolineato ed è quello relativo alla estraneità al territorio cittadino che queste figure produttive tendono ad assumere un volta scattata l'affermazione negli universi di consumo. È noto che solo qualcuno di questi artisti continua a lavorare a Napoli mentre in prevalenza sia il lavoro creativo che le dinamiche di produzione e circolazione vengono gestite ormai fuori dei confini «patrii». Qui c'è da svolgere una tradizionale notazione relativa alle carenze strutturali di cui soffre la città, alla totale assenza di apparati e sistemi produttivi capaci di garantire un tessuto adeguato alla produzione in questo settore, la quale per ovvie ragioni tende immancabilmente a spostarsi nelle aree «forti», anche da questo punto di vista, del paese. In questo senso la città riconferma le sue caratteristiche di laboratorio culturale negando ancora una volta la possibilità di affermare insieme anche i connotati di industria culturale.<sup>8</sup>

In ogni modo va sottolineato con forza come sia proprio dentro l'ambito della contemporaneità commistiva che si esprimono le maggiori possibilità di espansione sul mercato e insieme, spesso, anche gli indizi più significativi di rinnovamento culturale. In questo quadro si colloca a pieno titolo anche la realtà del nuovo rock napoletano, quella dei Little Italy, dei Wallalla, degli Avion Travel, dei Bisca, dei 666, dei Panoramics, degli Anthra, dei Rithmotion, per parlare dei gruppi più vicini alle tendenze più attuali della scena rock contemporanea,<sup>9</sup> oppure quella più tradizionale, ma in un senso molto particolare, degli Enzo Gragnaniello e dei Popolaria.<sup>10</sup> Ma qui rileviamo le carenze più forti dal punto di vista delle possibilità produttive della città e dei suoi inesistenti apparati che limitano fortemente lo sviluppo del fenomeno sul piano della circolazione e del consumo. In ogni caso l'elemento che va sottolineato e che in questo ambito, sia ai suoi livelli più consolidati che in quelli ancora poco significativi, si rivela una modalità di rapporto con le preesistenze culturali *aperta*, finalmente in sintonia con le caratteristiche globali della comunicazione contemporanea.

Un contesto nel quale la possibilità di innovare, che pure si esprime, non si ricerca in rapporto a un improbabile contesto «alternativo», quanto piuttosto nella relazione con la pluralità e la complessità, sul piano dei codici e dei generi, tipica dell'attuale configurazione dei processi di comunicazione di massa. Questa caratteristica è quella che consente, concretamente o in potenza, a questo universo di interagire con l'intera stratificazione sociale e culturale in ambito nazionale; e in alcuni casi, io credo, vi so-

no anche le possibilità, sul piano qualitativo per accrescere e vivificare quei meccanismi di esportabilità che con difficoltà sono stati già messi in moto.

Quello della innovazione commistiva rappresenta in altri termini l'universo che possiede le maggiori potenzialità sia sul piano della ricerca creativa che su quello della fruibilità per avviare un processo generale di valorizzazione della produzione culturale napoletana abilitato, dopo la capacità espressa di incidere sull'intero territorio nazionale, anche a investire segmenti di mercato esterni al territorio nazionale, avviando la costruzione dei necessari processi di equiparazione nella bilancia culturale del nostro paese.

#### 4. Tecnologia e sperimentazione

Quello del rapporto fra innovazione tecnica e sperimentazione in campo musicale è un capitolo molto particolare di un possibile ragionamento sulla produzione di musica a Napoli. Da una parte perché generalmente questi processi si producono all'interno di ambiti di lavoro e ricerca molto circoscritti che abbastanza raramente riescono a investire universi ampi di fruizione.

Dall'altra parte perché le particolari necessità, in termini di conoscenze scientifiche e attrezzature tecnologiche di cui bisogna disporre, rappresentano in molti casi un ostacolo alla diffusione più ampia del fenomeno, o almeno così è stato in passato. In ogni modo, gli indizi che si colgono oggi verso una propensione complessiva all'utilizzazione di nuove macchine e sistemi tecnologici nella produzione musicale sono significativi e consistenti; ed in campo internazionale sono già numerose le esperienze avviate in questo senso.

In questa direzione a Napoli oggi operano alcuni qualificati studiosi le cui iniziative sono destinate probabilmente a produrre risultati significativi nei prossimi anni. In particolare presso l'istituto di fisica sperimentale opera da qualche anno una équipe che sta studiando la possibilità di utilizzare tecnologie informatiche nella elaborazione di nuove possibilità in campo musicale.

Gli aspetti più interessanti di questo lavoro sembrano riguardare soprattutto la ricerca sulle possibili applicazioni di macchine di piccole dimensioni, personal computer, nella realizzazione di nuovi sistemi di sintesi timbrica. Evidentemente si tratta di una ricerca di grande valore soprattutto per l'eventualità che prefigura di offrire ad una utenza quanto mai vasta la possibilità di entrare in rapporto e praticare ipotesi di sperimentazione che costituiscono sicuramente una delle più interessanti frontiere dell'innovazione culturale contemporanea. Su una scia abbastanza analoga si muove la ricerca che A. De Santis conduce nel tentativo di coniugare dispositivi di innovazione tecnica con ipotesi di composizione «automatica».<sup>11</sup>

È evidente che una riflessione tecnica e teorica di questa altezza non può trovare forme soddisfacenti di realizzazione se non gode dell'apporto sostanziale, e del contributo fattivo di tutto un tessuto istituzionale ed accademico, pubblico e privato, capace di offrire quelle garanzie e quegli strumenti necessari a un lavoro che potrebbe rivelare nel medio periodo, anche una sua rispondenza in termini di mercato.

### Considerazioni conclusive

Vi sono alcune semplici e sommarie considerazioni che è necessario svolgere in forma conclusiva per fornire un ulteriore elemento di comprensione del rapporto fra la musica e la città. È evidente che a Napoli si esprime una capacità di proporre, sperimentare, innovare, in campo artistico e soprattutto musicale, sicuramente maggiore che in altre rilevanti realtà metropolitane del nostro paese. Non la stessa cosa si può dire a proposito delle possibilità che essa offre di *produrre*,<sup>12</sup> nel senso letterale, in forma adeguata gli oggetti di queste dinamiche innovative. Per quel che riguarda il secondo aspetto si è abbastanza tentati di ricollegarlo ai fattori classici di arretratezza che affliggono storicamente il pianeta Napoli e dai quali, ovviamente, non sono immuni neppure l'industria dello spettacolo e gli apparati della cultura.

Per quanto riguarda le caratteristiche creative, spesso si è fatto appello a una particolare «natura» tipica dell'essere partenopeo, ma è evidente che una spiegazione di questo tipo, la quale non può essere confutata sia ben chiaro, non è neppure assumibile quale paradigma scientifico. Da questo punto di vista è possibile solo avanzare una ipotesi, che andrebbe verificata con strumenti idonei, ma che, se non altro, gode di una possibile legittimazione in virtù dell'analogia riscontrata in altri contesti urbani e sociali: l'immensa area di degrado sociale e di emarginazione soprattutto giovanile, connotata in primo luogo dall'inoccupazione e dalla sottoccupazione costituisce dal punto di vista della creatività un laboratorio enorme e diffuso; un vero e proprio brodo di coltura per i più differenziati meccanismi di innovazione comportamentale e culturale.

D'altra parte è noto che l'assunzione di stili di comportamento e dimensioni creative è in qualche modo favorita dall'esistenza di territori disomogenei e disgregati dal punto di vista della configurazione sociale. È evidente che questo presupposto può valere forse soltanto per quel che riguarda alcuni particolari segmenti di creatività e non può essere assolutamente impiegato come ipotesi globalmente esplicativa di una realtà che si presenta in modo estremamente complesso. Ma se è vera e riconoscibile la persistenza, accanto alle zone di creatività culturale, di una condizione di povertà, chiusura e impedimento a livello delle strutture e degli apparati produttivi e di mercato, allora quel che si impone è un'azione integrata a carattere pubblico e privato che vada esattamente nella direzione di garantire che i meccanismi di creatività e innovazione possano coincidere anche con una ipotesi complessiva di risanamento sociale e culturale. Si tratta di un processo che riteniamo debba investire globalmente la realtà partenopea in tutti i suoi comparti. E se attribuiamo effettivamente una preminenza agli aspetti inerenti la sfera culturale, informativa, e di servizio, nella prospettiva complessiva di sviluppo per Napoli, allora è chiaro che anche le ipotesi di intervento che possono prefigurarsi per il rinnovamento della città devono essere orientate esattamente in tale direzione. In questo quadro si comprende maggiormente il significato di quell'ipotesi di lavoro avanzata negli anni scorsi con la definizione di *Welfare post-industriale*.<sup>13</sup>

A proposito delle modalità pensabili di intervento su Napoli che immaginava la città come luogo possibile di sperimentazione per una nuova forma di azione progettuale, che modellasse i dispositivi «classici» di programmazione e intervento, pubblico e privato, in forma corrispondente alle caratteristiche del territorio ed alle sue prospettive: è esattamente questo

percorso che venne indicato col concetto di *Welfare post-industriale*. Evidentemente questa è una suggestione che ha bisogno di essere ancora arricchita di contenuti sul piano teorico e fattuale, ma nella prospettiva di superare quella strozzatura fra creatività e mercato, che è uno dei tratti più caratteristici della realtà culturale cittadina, si rivela, pur nella sua sommarietà, uno spunto interessante da cui è forse possibile prendere le mosse.

#### NOTE

- 1 Cfr. L. Caramiello-M. Videtta, *Napoli Now*, in AA.VV., Liguori, Napoli 1982, p. 16.
- 2 Cfr. P. Gargano-G. Cesarini, *La canzone napoletana*, Rizzoli, Milano 1984, p. 231.
- 3 Affermava Roberto De Simone nel 1974: «La nostra attenzione a questo genere è stata dettata dal forte carattere alternativo alla dolcificata canzone napoletana ottocentesca che, per quanto più vicina nel tempo, non trova nessun riscontro nell'attuale tradizione viva. È invece abbastanza comune trovare che testi di Villanella siano ancora vivi da un lato e documentati anche attraverso stampe cinquecentesche. Alla Villanella dunque è stato quasi normale rivolgersi come matrice documentata storicamente di una vitalità espressiva che è stata alla base della coscienza melodica e che è il presupposto dell'opera buffa settecentesca». (Cfr. AA.VV., *La musica in Italia*, Savelli, Roma 1978, pp. 228-229).
- 4 Cfr. AA.VV., *La musica in Italia*, cit., p. 226.
- 5 Cfr. AA.VV., *Cercando un altro Egitto*, Savelli, Roma 1976, pp. 28-29.
- 6 Cfr. V. Mollica, *Renato Carosone*, Lato side editori, Roma 1981, p. 17.
- 7 Cfr. P. Bottone-F. Vacalebre, *Pino Daniele*, Gamma libri, Milano 1983, p. 15.
- 8 Per la comprensione articolata dell'uso che si fa qui del concetto di «industria culturale», cfr. A. Abruzzese, *L'industria culturale in Italia*, in A. Abruzzese, *Verso una sociologia del lavoro intellettuale*, Liguori, Napoli 1979, pp. 111-29.
- 9 Cfr. P. Bottone - F. Vacalebre, cit., pp. 14-15.
- 10 Cfr. P. Scialò, *Tradizione e tecnologia nei nuovi linguaggi musicali*, in «La città nuova», maggio 1986, p. 118.
- 11 *Ibidem*, p. 119.
- 12 Cfr. L. Caramiello - M. Videtta, cit., p. 29-30.
- 13 *Ibidem*, pp. 36-39.

*Suoni, ritmi e mercato: musica e sociale.* Nel titolo di questo numero di «Comunicazione di massa» il programma di un lungo viaggio attraverso i complessi itinerari del pianeta musica. Un pianeta in cui convivono le popstar della videomusic dei nostri giorni e Mozart, i Beatles e Verdi, la canzone napoletana e la country music americana. Una convivenza permessa dal trionfo delle innovazioni tecnologiche che ha reso la musica fenomeno universale e di massa.

Escludendo la possibilità di offrire in questo spazio non specialistico un panorama ordinato e completo di problemi e posizioni, si è scelto un metodo di monitoraggio specifico e parziale che quel limite di completezza evidenziasse e non oscurasse.

I pezzi qui raccolti, pertanto, tendono a fornire un quadro il più completo possibile su alcuni problemi come quelli dell'industria discografica dalle sue origini all'attuale complesso rapporto con la televisione e il computer; sui nodi da sciogliere in tema di diritto d'autore, vittima preferita del trionfo delle videocassette e delle registrazioni; sulla storia del rock, la musica che più di altre in questo dopoguerra ha segnato il costume della nostra società; sulla realtà di Napoli, patria della canzone popolare italiana e che negli ultimi anni ha dato i natali al rock italiano; sui complessi rapporti con la pubblicità, flusso finanziario delle nuove tecnologie e che vive un complesso ed intricato rapporto con il mondo della musica; infine sul mondo dell'utenza televisiva che vede nella musica una costante nell'utilizzo del medium.

Una riflessione, dunque, sul complesso mix musica-società che i nuovi mass media hanno profondamente modificato senza peraltro diminuire l'importanza che da sempre i suoni ed i ritmi hanno nella nostra vita.