

# Il futuro della musica è sui social network

Domani al Polo universitario di Gorizia, un workshop sui consumi musicali con Robert Santelli del Grammy Museum

di **Roberto Canziani**

► GORIZIA

Il workshop che si terrà domani al polo universitario di Santa Chiara, a Gorizia, fa da specchio - sul piano dell'informazione, della riflessione, dell'evoluzione storica - all'evento che la sera stessa investirà Trieste quando, allo Stadio Rocco, il boato del pubblico saluterà Bruce Springsteen. "Evoluzione del mercato musicale e discografico, da Springsteen ai talent show" è il titolo scelto dall'Università di Udine che ha coordinato l'incontro (ore 10.30) aperto a tutti gli interessati e organizzato dall'Agenzia Turismo Fvg con il suo "Music&Live Events". Il tema da svolgere riguarda le trasformazioni che hanno agito in profondità nel mercato (e anche sulla creatività musicale) da quando i nuovi orizzonti digitali hanno decretato l'abbandono del vinile e, da un altro lato, si è andato affermando il formato "sociale" dei talent show (dallo storico Britain's Got Talent al più nostrano Amici). Di forte caratura è il panel dei relatori chiamati a dibattere. È previsto l'intervento di Robert Santelli, produttore esecutivo del Grammy Museum di Los Angeles e autore di best seller internazionali sulle icone della musica, tra i quali quel "Greetings from the E-Street" dedicato a Springsteen

e alla sua band e presentato ieri sera alla Libreria Minerva a Trieste. Accanto a lui, nella lunga giornata goriziana, ci sono Maurizio Somieri (storico chitarrista di Vasco Rossi e della Steve Rogers Band), Pier Paolo

Peroni (discografico e critico musicale per X-Factor), il giornalista Mario Luzzatto Fegiz (autore, peraltro, di uno spettacolo teatrale intitolato "Io odio i talent show"). E ancora Nick The Nightfly (cantante e speaker a Radio Montecarlo) e Luca Cossettini (docente di discipline musicali al DAMS goriziano). Ringo, di Virgin Radio Italy, sarà il moderatore dell'incontro. Visto l'interesse e il profilo dei partecipanti, i lavori saranno trasmessi in diretta streaming sui portali [www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it), [www.uniud.it](http://www.uniud.it), [altratv.tv](http://altratv.tv) e sulle web tv anche con performance live dei Playa Desnuda e Miky Martina. Sbarcato dal volo che lo ha portato in Italia (sulle Dolomiti, dove si è dedicato al trekking, prima di affrontare i due appuntamenti), Robert Santelli ha voluto affidarci alcuni dei suoi punti di vista.

**Dov'è stato più forte l'impatto del digitale? Sul versante creativo della musica o sul suo mercato?**

«Il digitale ha cambiato totalmente la musica, chi la fa e chi la ascolta. Ci sono tecnologie che permettono grande libertà e grande flessibilità artistica (penso a Pro Tools). Ma l'impatto più forte riguarda il modo in cui noi consumiamo e acquistiamo musica. I-Tunes, per esempio, ha fatto sì che l'album, come forma d'arte, sia destinato a un'estinzione sicura. Le generazioni giovani acquistano canzoni, non album».

**Ciò conferma il primato della Rete.**

«In America i rivenditori di dischi sono praticamente scomparsi. Internet ne ha decretato l'obsolescenza».

**È una strada senza ritorno?**

«Penso di sì. In America esiste una tendenza, probabilmente in crescita, alla riscoperta del vinile: quel suono viene percepito

come più caldo e più ricco del suono digitale. Ma il futuro è comunque nei negozi digitali online e nei social media. Cd se ne produrranno ancora, ma in quantità limitate, per collezionisti».

**Con una simile incidenza tecnologica, i creatori musicali rischiano di doversi trasformare in ingegneri.**

«Dalle nostre parti gli ingegneri del suono esistono ancora. Ma i più giovani fra i musicisti stanno cominciando a fare tutto da soli».

**Il ruolo dei social network sulla scoperta di nuovi artisti, qual è?**

«Sempre di più, Facebook, YouTube, e tutto ciò che verrà dopo, avranno la responsabilità di scoprire il nuovo. Taylor Swift è un buon esempio. I social network sono il mezzo più importante grazie al quale nuove sonorità e nuovi talenti penetrano nelle generazioni più giovani. In questo senso, Mtv e la diffusione radiofonica giocano un ruolo molto meno importante di quello a cui erano abituati».

**È la pirateria?**

«Una generazione intera è cresciuta abituata a non pagare il proprio consumo di musica. È una delle più grandi sfide che l'industria musicale fronteggia oggi. E continuerà a fronteggiare nel futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NUOVI ORIZZONTI MUSICALI IMMAGINATI IN UN DISEGNO DI ASTRID DININNO (ARCHIVIO IMAGES.COM-CORBIS)