Scrivere una canzone

Umberto Fiori
24 Maggio 2013

In altri contesti culturali (penso soprattutto agli Stati Uniti) manuali come questo *Scrivere una canzone* si trovano ad ogni angolo; in Italia sono una rarità. Nella nostra cultura – ancora profondamente crociana, nonostante tutto – l'idea che la scrittura "creativa" (la poesia!) possa essere oggetto di insegnamento, continua a incontrare molte resistenze. Gli autori del volumetto, Giuseppe Anastasi e Alfredo Rapetti (figlio di Giulio, in arte Mogol), si sono lasciati il problema alle spalle: da tempo, in qualità di affermati parolieri professionisti, mettono la loro esperienza a disposizione degli iscritti al Centro Europeo di Toscolano (CET), l'"università della canzone" fondata da Mogol. Da loro ci si aspetterebbe dunque un approccio pragmatico, artigianale, alla composizione di testi per musica.

In effetti, alcuni capitoli (i meno stimolanti, inevitabilmente) sono dedicati agli aspetti tecnici della scrittura per musica, al verso, alla rima, alla metrica in genere, al rapporto con la melodia e con l'interpretazione vocale. Ma i due non sono americani. Al loro italianissimo amor proprio, una prospettiva puramente "professionale" evidentemente va stretta. Un *lyricist* anglosassone si accontenterebbe di spiegare – con l'orgoglio del mestierante che sa il fatto suo – come si costruisce una canzone che "funziona", che piace, che *vende*; al paroliere italiano i soldi, il successo, i milioni di copie vendute, non bastano. Ancora più importante, per lui, è essere considerato a tutti gli effetti un *artista*. Da questa inquieta pretesa, da questa velata insoddisfazione, un osservatore esterno potrebbe imparare molto intorno alle peculiarità della nostra cultura nazionale. Mogol Junior e Anastasi non mancano occasione per sottolineare che la loro è *arte* , la stessa "che da migliaia di anni ha la capacità di rinnovare l'emozione in chi la guarda, la ascolta, la legge al di là del tempo e dello spazio, della cultura, delle ideologie o dei codici interpretativi di un presente passeggero. Un'arte la cui preoccupazione principale è la comunicazione di un'estetica fatta di valori".

Quest’arte si serve di “un solo linguaggio, un solo codice comune a tutti: quello dei sentimenti”.

In passi come quello riportato affiora l’ideologia che sostiene la legittimazione culturale della canzone in corso in Italia da quarant’anni. La prima cosa che gli autori tengono a sottolineare è che il loro non è un prodotto effimero, una merce da consumare e gettare: la canzone esiste “da migliaia di anni” (tesi ricorrente di ogni apologeta della canzone è che il paroliere sia il più legittimo erede di Omero). Quella che “comunica” è “un’estetica fatta di valori” (esistono dunque estetiche “senza valori”; ma di quali valori si parla? e in che senso un’estetica viene “comunicata”?). La canzone, poi, “suscita emozioni” (dov’è implicito che invece poesia e musica “colta” non lo facciano). Queste emozioni – attenzione – non sono legate a un “presente passeggero”: varcano i limiti del tempo, dello spazio, delle culture, dei codici interpretativi legati a una certa epoca. Non sono, queste, le caratteristiche di un *classico*?

Anastasi e Rapetti Junior preferiscono parlare di *evergreen*, “capolavori che, come tutta l’arte quando riesce a superare il suo tempo (Caravaggio, Mozart, Gaudì, Dante, Shakespeare) sono diventati patrimonio dell’umanità: simboli di valori condivisi e dono inesauribile di bellezza”. E quali sono, questi capolavori? *My Way, Mi ritorni in mente, Imagine, Bocca di rosa, Eleanor Rigby, Caruso, New York New York*.

Prendere sul serio questi accostamenti e confrontare, mettiamo, il Canto V dell’Inferno con i versi di Mogol (“Un angelo caduto in volo/ questo tu ora sei/ in tutti i sogni miei…”) sarebbe impietoso. Ci avrà mai riflettuto davvero, il giovane Alfredo? Pensa sul serio che papà sia bravo come Dante?
Neanche il più acclamato poeta contemporaneo oserebbe paragonare tanto candidamente la propria opera a quelle dei grandi. Il buon gusto, se non la modestia, lo frenerebbe. Dove – viene da chiedersi – il paroliere, il critico, l’apologeta della canzone trovano il coraggio (diciamo pure la faccia tosta) per proporre confronti tanto imbarazzanti? Di mettersi sullo stesso piano di Shakespeare un poeta contemporaneo si vergognerebbe, conscio che magari chi lo legge conosce l’*Amleto* ed è in grado di valutare le disparità; quando si paragona a Dante, invece, il paroliere italiano sa che per il pubblico a cui è rivolta questa sparata il divino poeta è un santino ingiallito, un puro *flatus vocis*: nessuno si scandalizzerà, nessuno troverà ridicolo il paragone. Anche in questo, io credo, sta la forza di un canzonettista, la chiave del suo successo. Se riesce a “comunicare emozioni” a un pubblico di massa, è perché ne condivide senza sforzo la cultura, la sensibilità, il gusto. Nei maldestri richiami a Caravaggio e a Mozart, nei paragoni spericolati, io avverto – più che la tracotanza – l’ingenuità e la buona fede dell’autore popolare. Il paroliere non è un sistematico ipocrita, non è un intellettuale che astutamente “si abbassa” al livello dell’ascoltatore medio, spacciandogli cinicamente cose che in cuor suo disprezza: è lui stesso un uomo della strada, con qualche strumento in più, ma sostanzialmente con lo stesso spirito del suo pubblico, le stesse inclinazioni, le stesse letture. I soldi che guadagna, se li merita. E proprio non capisce perché le sue opere debbano essere considerate arte di serie B.

Chi si occupa di canzoni fa parte di quella che da decenni è la vera classe dominante (o diciamo *sovrastante*) di questo Paese, una diffusa classe media la cui cultura è – quando va bene – scolastica, e i cui riferimenti e modelli sono assai lontani da quelli di un'alta borghesia ormai introvabile. Della poesia conosce in genere quel poco che si insegna a scuola; non ne legge, perché la considera irrilevante, noiosa e sorpassata per definizione. Se fosse nato negli USA, il paroliere vivrebbe la propria formazione "popolare" senza problemi, anzi ne andrebbe fiero. Ma è italiano, e oscuramente avverte il bisogno di dar lustro al proprio lavoro tirando in ballo una cultura "di serie A" di cui ha vaghe e frammentarie nozioni. Per farsene un'idea, basta dare una scorsa alla breve bibliografia che corona il manualetto Zanichelli, dove in mezzo a due o tre saggi e saggetti sociologici e a presenze peregrine come gli aforismi di Brancusi e gli scritti di Mirò, la poesia si affaccia qua con *Finestre alte* di Philip Larkin, là col *Fanciullino* di Pascoli, col *Canzoniere* di Saba; persino Rilke è rappresentato, ma dalla marginalissima *Lettera a un giovane poeta*. Per formarsi, insomma, l'aspirante paroliere, a cui il libro è indirizzato, dovrebbe leggere le poesie di Larkin (e perché non quelle di Auden, di Eliot, o – mettiamo – i testi di Bob Dylan o

di Brassens?); di Pascoli solo la poetica, tralasciando i testi; di Saba, invece, l'intero *Canzoniere*. E le *Elegie duinesi* di Rilke? Mah, forse meglio non perdere tempo a decifrarle. L'elenco, in cui non c'è nemmeno un titolo che si occupi specificamente delle questioni e dei problemi dello scrivere per musica, ci dà un'idea dell'asistematicità, della casualità dei riferimenti dei due autori, anche nel campo di loro competenza.

E con questo? E con questo, niente. Il mio scopo non è certo censurare l'impostazione data al libretto, o denunciare la presunta "incompetenza" di due professionisti di successo. Mi sembra che valga la pena, però, di riflettere – anche a partire da questo manualetto – su quali trasformazioni abbia attraversato la cultura italiana nel giro di qualche decina di anni. La legittimazione culturale della canzone, iniziata negli anni '70 del secolo scorso, è ormai un fatto compiuto; il prestigio della poesia, un tempo fuori discussione, è ridotto quasi a zero. Non si tratta solo di una competizione tra generi: a prendere il sopravvento è una concezione complessiva (per lo più implicita e irriflessa) della letteratura, della critica, dell'estetica.

Quale idea di scrittura stia oggi dietro il lavoro del paroliere, questo libretto ce lo rivela con disarmante chiarezza. Gli autori presentano la canzone come l'unico ambito in cui può aver luogo una comunicazione autentica, profonda, pura, ingenua, vicina alla famosa *vita vera*. Eccoli, i "valori" che informerebbero l'estetica canzonettistica: "naturalezza", "capacità di essere se stessi", "sincerità con se stessi e con gli altri", "azzeramento del pudore". Quale canzonettista, negli anni '50 o ancora prima, avrebbe insistito su tali virtù? Quale paroliere avrebbe parlato della canzone come di un'intensa e profonda espressione lirica della personalità dell'autore? La "rivoluzione" dei cantautori, evidentemente, ha lasciato un segno anche nella mentalità di quelli che una volta venivano considerati (e per lo più si consideravano) dei semplici mestieranti. La produzione "commerciale" italiana sembra aver assimilato, decennio dopo decennio, le istanze della canzone "d'autore". Quello che ne risulta è una poetica della "poesia onesta" inconsapevolmente affine a quella formulata da Saba in un famoso saggio, qui mai citato.

“Tenete sempre presente – raccomandano Anastasi e Rapetti agli aspiranti parolieri – che la vita è l’oggetto della comunicazione, e vivere vuol dire essere sinceri. Altrimenti si perde l’occasione di vivere. Senza coerenza non c’è arte. Ognuno deve essere se stesso, avere il coraggio di esserlo”. Altrove sentenziano: “L’autore ha il dovere morale di comunicare quello che sente in totale sincerità”. Si potrebbe obiettare – proprio a partire dall’opera di Mogol Senior, vitatissima – che il testo di una canzone non sempre ha un carattere lirico, e che non sempre chi lo ha scritto se ne fa diretto portatore; ma al di là di queste incongruenze, quello che colpisce è soprattutto la martellante predicazione, nel libro, di quella che potremmo chiamare una “ideologia dell’autentico”. La serietà con cui si parla di un prodotto d’intrattenimento è sorprendente. In fondo, quello di paroliere è un mestiere come un altro; l’autore di “Papaveri e papere” o quello di “Vola colomba” non si ponevano certo il problema di essere più o meno spontanei e genuini. Perché mai il paroliere del Duemila dovrebbe sforzarsi tanto di essere sincero? Quella di Anastasi e di Mogol Junior è forse una crociata per la moralizzazione dell’industria musicale? O forse l’indicazione di un percorso di autocoscienza? Della loro insistenza sulla sincerità e sull’essere se stessi i due autori non ci forniscono esplicitamente le motivazioni, ma alla fine l’impressione è che la ricerca dell’autenticità sia da intendere, più che come un precetto morale, come un “metodo creativo”. Essere se stessi senza infingimenti viene visto come il modo più sicuro per essere *originali*. E solo chi è originale (sottintendono gli autori) ha successo.

L’idea è, insomma, che la canzone sia l’ambito in cui i valori più veri e profondi prevalgono “naturalmente”, per una sorta di metafisica sintonia tra produttori e consumatori. La “produzione commerciale” (così veniva chiamata, con disprezzo, negli anni ’70 del secolo scorso) oggi ci viene presentata come il luogo in cui – grazie a qualche “mano invisibile” affine a quella che regolerebbe l’economia – si afferma la più umana autenticità.

L’ottimismo dei parolieri – per certi versi commovente, anche per chi non lo condivide – mi sembra un’occasione per riflettere sulla natura dell’ideologia che ogni giorno ci ammaestra.

N_1148-2.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO