TRATTASI DI POEMAS

Le copertine dei dischi: intervista con Paolo Conte

Barcellona, luglio 1981. Il capoluogo catalano non è Madrid né tantomeno Siviglia, città in cui puoi trovare ristoranti aperti anche di notte. Quiui, le cucine chiudono, mediamente, alle 23. Se vuoi mangiare a quell’ora, devi infilarti in uno dei tanti locali, concentrati soprattutto al Poble Sec e al Poble Nou, dove servono *tapas*, prosciutti e formaggi. Lì non ci sono limiti di orario. Ma, se vuoi invece andare a tavola a cenare piatti cucinati, la faccenda è ben diversa e si fa complicata.

È passata da un bel po’ mezzanotte, abbiamo assistito al recital di Maria del Mar Bonet in Plaça del Rei e ora avremmo fame. Joan Molas e Nuria Batalla, i manager dei più importanti esponenti della nova cançó catalana, svolgono il loro ruolo di anfitrioni portandoci a Barcelloneta da Can Costa, un ristorante di pesce, quasi sulla spiaggia, molto caro ai turisti italiani. Il ristorante resta aperto appositamente per noi. Ci sono tutti i musicisti e i tecnici, qualche amico e un politico famoso, e poi il gruppo d’italiani: Amilcare Rambaldi, Bigi Barbieri, Paolo Conte con la moglie Egle, la mia compagna Sonia e mio cugino ventenne Giuseppe (della serie “io no, ma mio cugino...”). Una lungha tavolata.

Il Tencottantuno (si chiamerà proprio così), che si svolgerà nei giorni 2, 3, 4 settembre, sarà dedicato alla grafica musicale. Per la prima volta, la manifestazione si occuperà di argomenti collaterali alla musica. E lo farà ospitando non solo cantanti, grafici, fumettisti, giornalisti, produttori, ma anche intellettuali specializzati nel settore come il semiologo Omar Calabrese, il sociologo Alberto Abruzzese, l’agitatore culturale Franco *Bifo* Berardi, il saggista Guido Armellini, o lo stesso discografico Gianni Sassi, patron della Cramps che, della comunicazione visiva d’avanguardia, ha fatto una costante di tutte le sue attività.

A tavola, davanti a me, ci sono Maria del Mar e Paolo Conte. La prima ha già inciso nove dischi (vinili, dalle copertine grandi) che si sono caratterizzati per l’estrema raffinatezza, non solo musicale, ma anche grafica. In occasione del terzo, del 1973, la copertina (fronte e retro) gliel’ha dipinta nientemeno che il pittore Joan Miró, originario, come lei, di Maiorca.

Paolo Conte ha, finora inciso tre dischi. Il quarto, *Paris milonga*, è in ultimazione, dovrebbe uscire in autunno.

Quale migliore occasione per fare una chiacchierata sull’argomento da utilizzare per *Il Cantautore*, il giornale che si stampa in occasione della Rassegna di Sanremo? La serata fila tra racconti e battute poi, a un certo punto piazzo sulla tavola un registratore a cassette e ne viene fuori l’intervista con Paolo che qui presentiamo. Si tratta di una trascrizione assolutamente letterale della chiacchierata.

*Che tipo di rapporto esiste tra prodotto e copertina?*

La grande illusione è il cinema; la grande illusione è che uno vuole mangiare un gelato di cedro e gli dicono che è limone: questo è il rapporto tra contenuto e copertina. La grande illusione industriale è che ci sia un rapporto di causa ed effetto. L’illusione artistica, che dovrebbe essere trasfusa nell’illusione industriale, è che sia invece il contenuto somigliante all'involucro e quindi che quanto che si vuol vender per novemilacinquecento lire, sia meritevole, come un tutt’uno ben confezionato di dentro e di fuori, dell`attenzione e del *pagamiento* della peseta. Ohhhh, questa è la risposta alla prima domanda che trova riscontro in alcune operazioni ben riuscite nella scuola di Chicago americana........... (questa pausa è una virgola, abbi pazienza).... voglio dire però che tante volte i grafici si lascian prendere la mano e non sanno dare uno stile a quello che è il gusto degli interpreti; tante volte il titolo del disco porta il grafico a descrivere il titolo e non a descrivere il gusto che sta in tutto il disco.

*Come ci si potrebbe comportare, quindi?*

Sarebbe bene che i grafici pensassero di più al progetto del marchio d`impresa, marchio di fabbrica; per esempio, sempre parlando di Chicago, quell'orchestra che si chiamava Chicago aveva un marchio fantastico, scritto in corsivo inglese e ripetuto su mattoni, su ghiaccio e su altri ingredienti che la natura ci mette a disposizione, però sempre uguale a se stesso, veramente molto brillante. Questo manca nella nostra grafica, specie in quella italiana, dove si racconta il titolo del disco. Punto e virgola, chiuso il primo argomento e passiamo al secondo.

*Sei soddisfatto dell'immagine graﬁca che ti è stata riservata?*

Non sono soddisfatto delle copertine che mi hanno fatto ﬁno adesso, con alcune limitazioni. Voglio dire: le prime le ho fatte io e, siccome io mi odio, non mi piacciono. Però le ho fatte io e quindi mi somigliano. È fuor di dubbio che qualcosa c`è. Me le ha lasciate fare la RCA perché credeva che io, rassomigliandomi, mi sarei trattato bene. Punto.

*E la terza?*

La terza è stata voluta da un'idea del capo della mia azienda discografica che voleva che io apparissi finalmente con la mia faccia benemerita in una cornice che mi fosse congeniale. È difficile questo concetto da decifrare...

Nanni Ricordi fu l’esecutore di questa copertina realizzata in Milano al Brellin, un vecchio locale sul Naviglio, con la partecipazione, nello sfondo, del famoso contrabbassista Giorgio Azzolini e realizzata tecnicamente da Renzo Chiesa, grande fotografo mio amico (colgo l’occasione per mandargli un saluto). Questa copertina la ritengo passabile, anche se molte donne mi hanno poi detto che io son meglio al naturale. Punto.

*E la prossima, come sarà?*

La questione è se l’ultima copertina sia o meno un capoIavoro. *È un capolavoro*: di cattiveria, di cattivo gusto, di crisi dell'industria discografica. Ci sarebbero tanti aneddoti che sottostanno all’iter di questa copertina che non sto a raccontare per pietà. So solo che dopo aver scartato io con rabbia, e anzi anche con un po' d’energia, le copertine precedenti che erano quasi brutte come questa, trovandomi poi al cospetto di una copertina veramente Oscar della bruttezza, mi sono inchinato di fronte a questo Oscar e mi sono detto: “forse che non porti un po' di fortuna?”.

*Quando uscirà il disco, vogliamo proprio vedere.. Ma come mai è stata scelta una copertina che a te sembra tanto brutta?*

Poiché il titolo del disco è mio (*Paris mílonga* che è un titolo *gestual* e sta a significare: “evviva, siamo figli del mondo, siamo internazionali, ci meritiamo tutto l`universo”) io avevo annunciato che la copertina a doveva essere di coccodrillo, sia pure finto, e ricoprire tutto l'involucro, con lacca cinese rossa, tipo lacca per unghie. E invece questa idea è stata bocciata perché la fotografia del coccodrillo era stata fatta con tipo di ingrandimento tale per cui le scaglie sono venute grosse come dei mattoni e l`hanno preso per un muro di una casa.

*Ma tu, che possibilità d’intervento hai, nella scelta di una copertina?*

C`è stata una serie di bestemmie e questo è stato il mio intervento. Che però, ripeto, si è bloccato di fronte alla assoluta bruttezza (è bruttezza, ma è anche assoluta, quindi è un Oscar), e io e il mio produttore ci siamo detti: “forse che porti fortuna....”. A questo punto abbiamo inaugurato, dato che Fausto Papetti ha inciso ventiquattro LP e non venticinque, il suo venticinquesimo. Se poi lui vuole suonare anche il sassofono, siamo tutti contenti: il disco è già pronto. Perché in fondo, come ama ripetere il nostro illustre concittadino Enzo Jannacci, *trattasi di poemas*.