



Dalla parte di chi crea.

## CHI HA PAURA DEL BUIO?

*Il nuovo rock italiano: nato, esploso e invecchiato. Tutto in soli vent'anni  
Il bilancio di Agnelli, Casacci, Clementi e Zamboni per Vivaverdi*

8 aprile 2016 – «Non eravamo persone da classifica, e quel successo riuscì solo a farci del male. Certo, nei mesi successivi suonammo in palazzetti dello sport regolarmente esauriti e in teoria avremmo potuto fare tutto quello che volevamo. Alla fine, **l'unica cosa che riuscimmo a fare fu disintegrarci**».

A parlare è **Massimo Zamboni**, chitarrista dei C.S.I. ai tempi del boom di *Tabula Rasa Elettrificata* (album che nell'estate del 1997 era al vertice delle classifiche italiane di vendita) che si racconta a Vivaverdi, *house organ* rinnovato della Società Italiana degli Autori ed Editori.

Di seguito alcune dichiarazioni tratte dall'articolo *Chi ha paura del buio?*, realizzato da Carlo Bordone sullo stato dell'arte del cosiddetto "nuovo rock italiano". A tracciare il bilancio sono proprio i maggiori protagonisti di quel fenomeno musicale esploso quasi all'improvviso: cosa resta di quel mondo in anni in cui il rock da *alternativo* è diventato *indie*?

### Le origini

«Non so se all'epoca ci fosse uno spirito più sperimentale, certamente rispetto ad oggi manifestavamo più inquietudine. **La regola era mostrare il proprio disagio**, magari prendendo a prestito il linguaggio degli artisti con cui eravamo cresciuti, che erano quasi tutti americani».

**Emidio Clementi**, *Massimo Volume*

### Quello che non c'è

«Oggi si fa finta di essere auto-ironici per pararsi il culo: se mi prendo in giro da solo, mi premunisco contro le critiche. **Mancano prese di posizione forti**, che non devono essere necessariamente politiche; parlo di visioni personali sul futuro, sull'amore, sulla società».

**Manuel Agnelli**, *Afterhours*

### La difesa del diritto d'autore

«La Rete è l'orizzonte onnicomprensivo della comunicazione, oggi. Ma va detto che per quanto riguarda la musica non ha ancora restituito in proporzione a quanto ha preso (...) Il meccanismo 'uscita dell'album-promozione-concerti-vendite di dischi' si è inceppato già negli anni Zero. La gestione accorta, magari anche creativa, dei diritti delle canzoni e della tua immagine diventa una priorità. In un certo senso, **l'artista deve generare un brand**».

**Max Casacci**, *Subsonica*

L'articolo completo sul sito [www.siae.it](http://www.siae.it)