INFORMAZIONE MUSICALE PER ARTISTI EMERGENTI

® magazine





GIOVANNI GULINO





DAL WEB AL CARTACEO

- Alt! By Radio Kaos Italy
- QuadriProject
- 100Decibel

IN QUESTO NUMERO

Area 765 Black Beat Movement Cyrano & Jekuda Havah I Santi Bevitori I.A.N.T. Leo Folgori Majakovich The Borderlines The Yellow Thee Elephant



Editore Adastra APS

11440114111

Direttore

Francesco Galassi

Direttore Creativo

Francesca Radicetta
Vice Direttore

Riccardo De Stefano

Direttore Responsabile

Federico Formica

Caporedattore

Matteo Rotondi

Caporedattore web Giovanni Romano

Addetto Stampa

Flavio Talamonti

Responsabile Comunicazione

Lucrezia Gioia

Hanno collaborato

Raffaella Aghemo Valentina Benvenuti Francesco Bommartini Valerio Cesari Luca Covino Sergio Di Giangregorio Giulio Falla

Dario Ferrari Matteo Gherardi

Enrico Loprevite Daniela Masella Alberto Quadri

Marco Reda Luca Secondino

Danilo Silvestri Valentina Mariani

Sede

Via Pietro Adami, 32 00168- Roma (Italy) Tel: 338.1786026 E-mail: info@exitwell.com

Stampa

Fr.am Print s.r.l Via Panfilo Castaldi 24, 00153 - Roma

Per la foto di copertina di Fast Animals and Slow Kids (a cura di Alessio Albi) si ringrazia Prom-O-Rama La riproduzione anche parziale degli articoli è permessa solo dietro autorizzazione scritta.

Contatti

Web: www.exitwell.com
Info: info@exitwell.com
Proposte: magazine@exitwell.com

Pubblicità e abbonamenti

servizi@exitwell.com

ExitWell è un marchio registrato. Testata registrata presso il Tribunale Civile di Roma.

Numero di registrazione: 203/2013 Finito di stampare: settembre 2014















• EDITORIALE

È sempre il primo giorno di scuola

4 • MIXER

La ripresa della voce

SUL PALCO

La Sindrome di Peter SPAM

• LE INTERVISTE

Giovanni Gulino

L'AVVOCATO RISPONDE

Le opere musicali e il contratto di edizione

ROCK THE DJ

Leo Folgori - Vieni via I Santi Bevitori - Presto verremo alle mani

SPECIALE MAXSI FACTOR

Cyrano & Jekuda

• IL RECENSORE (segue a pag. 16)

Bud Spencer Blues Explosion - *BSB3* I.A.N.T - *Iant* Majakovich - *Il primo disco era meglio* Nefer - *Fino all'alba*

14 • IN COPERTINA

Fast Animals and Slow Kids - Alaska

12 • IL RECENSORE

Area 765 - Altro da fare Black Beat Movement - ID-Leaks Havah - Durante un assedio The Borderlines - Multicolor The Yellow - LOL-a-bye Thee Elephant - The Elephant

18 • SPECIALE NUOVE REALTÀ

Bandbackers Soundreef

20 • INDIPENDENTEMENTE

Un mondo rock

21 • LIBRI IN TOUR

Rubrica di recensione libri

22 • ALT!

La rubrica di Gioker e del Pacio

23 • QUADRIPROJECT

Un problema di comunicazione

100DECIBEL

Tre Allegri Ragazzi Morti

• STRUMENTI MUSICALI

La storia di un mito: Clarence Leo Fender (Parte 2)



Tsunami Station (Roma) / Astarte Agency (Milano) / Francesco Bommartini (Verona) / La Suburbana (Bologna) / Dagon Lorai (Napoli)



Quando arriva settembre hai sempre la sensazione del primo giorno di scuola, hai sempre dei buoni propositi, pronti nei tuoi nuovissimi quaderni freschi di cartoleria, e una nuova aula da scoprire.

Ecco, è proprio così che ci sentiamo in casa ExitWell. I nostri buoni propositi sono i progetti che stiamo programmando e mettendo a punto e che vi proporremo presto, sono le collaborazioni vecchie e nuove che arricchiscono il nostro lavoro, come quella con il MEI che in questo mese di settembre ci ha visto coordinare le serate di semifinale del contest Superstage a Roma, Milano, Bologna e Napoli, dopo aver selezionato (insieme a Giordano Sangiorgi) centinaia di valide e giovani band indipendenti.

È stato molto difficile scegliere le band semifinaliste, la qualità e la voglia di questi ragazzi hanno messo a dura prova le nostre scelte e siamo sicuri che sentiremo parlare ancora di molti artisti che siamo stati costretti ad eliminare.

Tra le nuove partnership vi segnalo quella con la piattaforma Bandbackers (trovate un'intervista molto interessante su questo numero), per la quale ExitWell, insieme a Radio Kaos Italy, Cheap Sound, e Fattore C svolgerà l'attività di talent scouting. Una nuova avventura, un nuovo ruolo e un nuovo percorso da fare insieme a ragazzi la quale professionalità porterà sicuramente a risultati importanti.

Mentre scrivo questo editoriale accanto a me c'è la nostra direttrice creativa Francesca Radicetta che sta lavorando al nostro nuovissimo "quaderno", ovvero il nuovo sito web di ExitWell. Nuovo nella veste grafica, nuovo nella struttura e nuovo nelle intenzioni. Grazie all'ingresso nello staff di Giovanni Romano in qualità di caporedattore web la sezione online del magazine è pronta a camminare con le proprie gambe, non più specchio della versione cartacea ma vera e propria webzine autonoma, con contenuti dedicati e specifici.

Infine la nostra nuova aula, lo spazio all'interno del quale ci muoveremo di qui in avanti, la nuovissima Associazione di Promozione Sociale fondata da me, Francesca Radicetta e Riccardo De Stefano che porta il nome di Adastra e che è ufficialmente editrice di ExitWell, ma non solo. L'associazione Adastra nasce dalla volontà di ampliare le nostre attività parallelamente al lato puramente editoriale, che rimarrà la punta di un iceberg fatto di proposte per la promozione culturale che scoprirete nei prossimi mesi. Non vi anticipo ancora nulla.



Il nostro primo giorno di scuola di quest'anno lo vogliamo simbolicamente passare (come del resto quello dello scorso anno) al MEI di Faenza, la ventesima edizione. Lo scorso anno ci eravamo appena affacciati al fantastico mondo della musica indipendente e trovarci al più importante meeting di settore d'Italia è stata una esperienza per certi versi disorientante, ma che ci ha fatto capire molto riguardo alla strada da seguire. Oggi arriviamo a Faenza più consapevoli, più attivi e pieni di nuove idee e ambizioni.

Oggi è il nostro primo giorno di scuola, di nuovo.

Francesco Galassi



Musicisti e appassionati bentornati fra le righe di ExitWell! Parleremo delle tecniche di ripresa della voce, forse lo "strumento" più delicato e spesso protagonista nelle produzioni rock/pop/jazz.

Abbiamo già preso in considerazione l'importanza del trattamento acustico degli ambienti, sappiamo quindi che il riverbero naturale di una stanza confluirà inevitabilmente nei nostri microfoni; questo potrebbe dare un "colore" unico a riprese di batteria e chitarre, ma allo stesso tempo rovinare indelebilmente una take vocale.

Attualmente l'era digitale ha reso possibile a chiunque cimentarsi in una registrazione casalinga e, pur non avendo pretese discografiche, si tenta sempre di curarla al meglio delle proprie possibilità. Le riprese vocali sono di solito quelle che danno maggiori gioie e dolori. Spesso un musicista, ma anche e soprattutto un semplice appassionato, nella tranquillità delle mura domestiche riesce a svincolarsi da quell'ansia da prestazione che può coglierlo in studio (specie se il fonico non è un bravo "psicologo") e riesce a volte ad esprimere performance superiori ai suoi standard. Purtroppo però spesso queste take "magiche" contengono una serie di problemi tecnici che non le rendono utilizzabili per altro se non per un semplice provino. La prima cosa da fare è cantare liberamente mentre si gironzola per la stanza prescelta cercando di cogliere il punto dove il suono risulti più piacevole, di solito gli angoli saranno più cupi e con un sustain maggiore, il centro della stanza risulterà più neutro e dettagliato.

Passiamo ora al microfono: è fondamentale avere almeno due microfoni, un condensatore a diaframma largo ed un dinamico. Non fossilizzatevi su marche e modelli, un condensatore di medio budget ed un SM 58 sono già sufficienti. Munitevi di un filtro antipop e piazzatelo davanti al mic, diciamo ad un pugno, 4 dita, di distanza dalla capsula. Provate sempre entrambi i mic, anche se siete giunti alla conclusione che la vostra voce risulta migliore con uno dei due non è detto che su una canzone X accoppiata ad un modo diverso di cantare non possa rendere meglio l'altro. Fate in modo che la vostra asta non sia a contatto con altre aste o oggetti (leggio, cavo cuffie, etc..), se possibile mettete un tappeto in terra nell'area dove siete voi ed il microfono. Eliminare la prima riflessione del pavimento è l'obiettivo.

Ponetevi di fronte al mic con la bocca a circa un pugno di distanza dal filtro antipop, cioè alla stessa distanza che c'è fra capsula del mic e il filtro antipop stesso. Iniziate a cantare tenendo solo una cuffia all'orecchio, tentando con l'altro di percepire se c'è qualcosa che "rimbomba" o "rimbalza" nella stanza sollecitata dalla vostra voce. In questo caso spostate la postazione del microfono o cercate di intervenire sull'acustica dell'ambiente. Chiudete le tende se le avete, ponete delle coperte sulle ante dell'armadio e apritele, i vestiti all'in-

terno fungeranno da materiale insonorizzante; inoltre coprite gli specchi! Cercate insomma di rendere più smorzata possibile la stanza.



Nel mio studio potrei trasformare in dischi veri alcune registrazioni casalinghe se solo le voci avessero un paio di accortezze in più!

Ora sfatiamo anche il falso mito del microfono a condensatore montato a testa in giù: c'è chi lo monta così solo perché fa figo, ma non ne conosce neanche la ragione. È una tecnica che ha senso usare solo con microfoni valvolari i quali scaldandosi tanto possono creare una perturbazione d'aria calda che, stazionando davanti alla capsula, tende ad alterare il timbro vocale. Capovolgendo il mic, l'aria calda salirà naturalmente verso l'alto senza passare davanti alla capsula.

Ready to sing your next hit?

Danilo Silvestri (GreenMountainAudio)

Potete contattarmi alla mia mail privata: dan.976@libero.it



Bentrovati affezionati lettori!

Spesso, mossi da un'incredibile smania di comunicazione, accediamo alla rete e iniziamo senza freno alcuno a mandare in giro post che ricorderanno ai nostri lettori qualche avvenimento di cui facciamo parte e/o organizziamo in prima persona.

Devo ammetterlo, è successo in passato che anch'io, che ho l'ardore di parlarvi in questa sede, abbia "spammato"; ma alla fine riconosco che si tratta di una specie di dipendenza dalla quale disintossicarsi è pressappoco impossibile, a patto che si abbia chiaro quello che si vuole ottenere dalla propria attività e cosa sia in effetti quello che pubblicizziamo.

I social network ci rendono tanti piccoli, velocissimi e intraprendenti pubblicitari in erba che però spesso, a parte rari casi, oltre alla volontà di "diffondere" non hanno molte altre conoscenze.

Esistono anche in questo settore molti specialisti che renderebbero il nostro spam pubblicità ben fatta e in qualche caso addirittura poco fastidiosa.

Come fanno?

Chiedetelo a loro, ma vi avverto: saranno vaghi.

Mi sembra ovvio che non svelino i loro segreti, ma qualche generoso consulente potrebbe addirittura concedervi il borioso termine "targettizzare" (dall'inglese *target*, obiettivo) che è un po' il succo del loro lavoro. Non andrò oltre.

Quello dello spamming al contrario è un modo veloce di arrivare a tutti anche quando non si è propriamente desiderati, e questo a mio avviso è conseguenza del fatto che siamo da anni immersi in un mare di pubblicità, e che siamo cresciuti con frasi tipo: "Da oggi se prendi 3 paghi 2!" oppure "Se spendi più di *tot* ti regaliamo..."

Cosa c'è di falso o impreciso in queste frasi? Probabilmente nulla.

In effetti i prodotti da due diventano tre, e quando si spende più di una certa cifra abbiamo spesso ulteriori sconti. Quindi? Cosa ci lascia allora quella sensazione di incompletezza quando acquistiamo qualcosa in questo modo?

Forse non tutti ci pensano ma il fatto è che non facciamo quasi mai un ottimo affare, perché dietro c'è spesso uno studio di marketing sottile e meticoloso, che toglierà dalla vostra spesa ogni tipo di convenienza dal momento che l'obiettivo del marchio o azienda varia non è "regalare" ma farvi consumare e questo purtroppo ci sta bene.

Il punto è che finché si tratta di scatole di tonno o benzina, passi; ma quando questi meccanismi arrivano tramite internet fino alla promozione "privata" di

concerti o spettacoli teatrali e cinema più o meno indipendenti le cose si mettono male, anzi malissimo.

In apertura dicevo che per uscire dall'ossessione dello spam è necessario "conoscere se stessi", come direbbero gli antichi Greci, e il proprio prodotto (la propria creazione); sapere chiaramente cosa si vuole ottenere da esso, in maniera tale da non intasare la rete spesso all'indirizzo di "consumer" sbagliati.

Ovviamente non mi rivolgo alle grosse aziende o addirittura alle major che portano in giro artisti affermati, ma ai singoli musicisti, attori, registi indipendenti che spendono ahimè, più tempo sui social che a scrivere le proprie idee.

Ricordando ancora che un concerto o una pièce teatrale non sono un bene primario (come il cibo ad esempio) e che nessuno ce li chiede, sarebbe auspicabile nel caso in cui proprio non ci si voglia rivolgere ad uno specialista, un certo tatto nel diffondere la notizia (o il famigerato "evento" su Facebook). Così da arrivare solo all'indirizzo di quanti fossero veramente interessati, e che potrebbero diventare vostri supporter reali (non virtuali); costoro, magari utilizzando mezzi antichi ma non desueti come il telefono fisso, chiameranno addirittura altri loro amici (se ne avessero ancora), ignari della vostra esistenza artistica e tramite rimozione "coatta" dai rispettivi divani li porteranno fino al club dove vi esibite.

Solo così si può diffondere la propria produzione artistica, e credo fermamente che questo discorso sia estendibile a qualsiasi campo: ci vuole contatto reale con le cose, e la notizia è che lo stiamo perdendo in maniera sistematica.

Sergio Di Giangregorio (BoilerStudio)

Inviatemi pure le vostre domande riguardo gli argomenti trattati nella rubrica, all'indirizzo: sergio.digiangregorio@gmail.com



In questo numero intervistiamo Giovanni Gulino, membro fondatore e cantante dei Marta Sui Tubi, gruppo di punta della scena musicale indipendente italiana, che ha da poco festeggiato i dieci anni di attività. Insieme a Tania Varuni è fondatore e responsabile di Musicraiser, prima piattaforma di crowdfunding in Italia totalmente dedicata alla musica. Lo abbiamo raggiunto in occasione del concerto dei Marta Sui Tubi svoltosi ad Aprilia il 6 settembre, all'interno della manifestazione Io Suono Con Damiano, qiunta alla sua sesta edizione.

Volevo partire da Salva Gente, la raccolta – uscita a giugno di quest'anno – che celebra i dieci anni dall'inizio del progetto dei Marta Sui Tubi. L'importanza ed il peso di questo anniversario e di questa raccolta si rifletterà anche sul vostro modo di fare musica? Pensi si possa parlare di un nuovo inizio?

Per noi questo disco è una sorta di bilancio dei nostri dieci anni di attività: siamo sempre così presi dalle nostre canzoni che spesso non ci rendiamo conto di cosa siamo riusciti a fare durante questo periodo. Durante la selezione del materiale abbiamo rivissuto tutto il nostro percorso, una sorta di "autoterapia": del resto il significato di ogni canzone è legato al momento in cui essa è nata, e risentirle tutte insieme ci ha fatto capire che siamo riusciti a creare qualcosa di nuovo ed interessante. Abbiamo sempre fatto musica senza farci influenzare da nessuno, dando libero sfogo alla nostra creatività, in maniera anarchica e senza troppi ragionamenti di tipo commerciale: esser riusciti dopo dieci anni a fare di un hobby il nostro lavoro ci inorgoglisce e ci dà tanta gioia.

Oltretutto *Salva Gente* rappresenta anche un forte stimolo per le nostre future produzioni, che vogliamo all'altezza del materiale che abbiamo raccolto in questo disco.

I gruppi appartenenti alla realtà della musica indipendente che partecipano al Festival di Sanremo – voi compresi, che ne avete preso parte nell'edizione 2013 – vengono spesso considerati o fatti passare da buona parte della
stampa generalista come degli *outsider* che trovano la loro "prima occasione" di farsi conoscere al "grande pubblico", e spesso non viene ricordato come questi gruppi abbiano già ricevuto notevole consenso anche prima della loro partecipazione a Sanremo. Pensi che l'apertura a gruppi diversi dai
classici canoni sanremesi sia dovuta a un inevitabile riciclo generazionale,
ad una qualità sempre più bassa su cui pian piano i partecipanti storici si
sono adagiati, costringendo il Festival a guardare altrove, o alla sincera accettazione e attenzione da parte di esso di altre realtà musicali?

Ogni edizione del Festival è influenzata da chi la conduce e dalla direzione artistica preposta alla selezione dei brani. Noi in particolare siamo stati invitati da Fabio Fazio e dal Maestro Mauro Pagani, e lo abbiamo trovato bellissimo: siamo abituati da sempre a mischiarci con musicisti molto diversi da noi, e penso che non sia importante dove tu vada a suonare, ma quanto riesci a distinguerti dagli altri. Se riesci a farlo hai centrato il tuo obiettivo, se non ci riesci hai fatto un buco nell'acqua. Le polemiche non ci interessano: quando abbiamo annunciato la nostra partecipazione a Sanremo ce ne sono state, ma siamo grandi abbastanza e con le spalle sufficientemente larghe per farcele scivolare addosso. Del resto, non ci sentiamo gli alfieri dell'integralismo indipendente, o cose simili: facciamo quello che ci sentiamo di fare e non dobbiamo rendere conto a nessuno, se non a noi stessi. Purtroppo il 95% di quello che è possibile ascoltare in radio è appannaggio della musica più becera e commerciale, un prodotto di consumo che si esaurisce. La musica rock ed indipendente ha meno velleità di intrattenimento e più voglia di far riflettere.





Dall'ottobre del 2012 ti occupi di *Musicraiser*. Quanto pensi possa realmente contribuire al panorama musicale il *crowdfunding*? Al di là della possibilità concreta di realizzare progetti, quanto pensi possa significare dal punto di vista culturale ed artistico una svolta del genere? Può formare un nuovo modo di fare musica?

Premetto che i *Marta Sui Tubi* si sono sempre autofinanziati ed autoprodotti: pensiamo sia il modo più sincero per venire fuori, e che gli artisti veri siano quelli che, anche sbagliando, continuano a fare di testa propria, senza farsi influenzare da pseudo "guru" che ti dicono come e cosa fare per arrivare al grande pubblico. Musicraiser, e in generale il crowdfunding, sono strumenti che permettono a tutti i musicisti di poter iniziare e/o proseguire la loro carriera privi da vincoli di qualsiasi tipo: noi non pretendiamo nessun diritto di immagine o intellettuale su quello che viene prodotto attraverso Musicraiser.

Ad esempio una band che ha 3000-4000 like su Facebook e vuole produrre il proprio album d'esordio può anche arrivare a 7000-8000 euro, e se volesse guadagnare la stessa cifra solo con la vendita dei cd, o con i download su iTunes, o con lo streaming sulle varie piattaforme, dovrebbe fare numeri enormi. Con Musicraiser bastano poche centinaia di persone per raggiungere quella cifra: è un rapporto diretto, non condizionato da alcun tipo di contratto, che si instaura tra chi crea il progetto ed i propri estimatori. È un'opportunità che oltre all'aspetto economico offre anche la possibilità di creare un interessante lancio promozionale del proprio disco, chiamando a raccolta ed informando della futura pubblicazione tutti quelli che ti conoscono. Inoltre cerchiamo di fare di tutto per mettere in evidenza le band ed i progetti più meritevoli: il 27 settembre saremo al MEI con un palco a noi dedicato dove si esibiranno dodici band che si sono distinte per creatività e livelli di raccolta. Da qualche mese siamo anche stati contattati da diversi gruppi stranieri che vogliono proporre i loro progetti attraverso Musicraiser, e di questo siamo molto felici.

Domanda impegnativa: secondo te qual è il futuro della musica, italiana e non?

La musica è da sempre lo specchio dei tempi, è la percezione che le menti creative hanno del proprio stare al

mondo. Prima delle possibilità tecnologiche attuali era molto più "lenta": c'era sì la musica popolare, ma la musica per antonomasia era quella classica. Le composizioni erano molto più lunghe e fluttuanti, con numerosi cambi di tempo e di accordi. Allora c'erano sia più pazienza che più tempo per l'ascolto. Oggi tutto viaggia più veloce, e anche la musica si adegua ai tempi della società. L'elettronica e l'hip hop oggi hanno preso il posto del rock: dopo il grunge non c'è stato più nulla di altrettanto forte e importante in ambito rock. In Italia siamo pieni di fenomeni hip hop stagionali che fanno numeri altissimi e che riescono a catalizzare l'attenzione; secondo me però è un movimento ancora troppo legato a un fenomeno di moda che ad un adeguato livello di contenuti. Gruppi come 99 Posse, Almamegretta, Sanque Misto, avevano contenuti di gran lunga superiore dei rapper attuali. Per quanto riguarda il futuro della musica in generale, mi auguro che le menti creative si appassionino sempre di più a nuove possibilità per esprimere qualcosa di buono, però noto che le menti più brillanti oggi sono attratte più dalla tecnologia che dalla musica. Quando io ero ragazzino un terzo dei miei amici suonava, anche semplicemente strimpellando la chitarra: oggi non è una cosa così scontata. D'altro canto non c'è mai stato un momento storico in cui la musica fosse così diffusa, diventando addirittura inflazionata: ormai la si può consumare ovunque.

Per concludere, possiamo chiederti un'anticipazione sui tuoi progetti futuri?

Con i *Marta Sui Tubi* andremo avanti con questo tour fino alla fine dell'anno. Stiamo già lavorando a cose nuove, ma vogliamo prenderci il tempo che ci serve, senza alcuna fretta, anche perché vogliamo fare qualcosa di diverso da quello che abbiamo fatto finora.

Ringraziamo *Giovanni Gulino* per la disponibilità e per la chiacchierata, ed i ragazzi di *Io Suono Con Damiano*, la manifestazione musicale gratuita che da anni propone musica di qualità in ricordo del musicista di Aprilia *Damiano Malvi*, scomparso nel 2009.

Flavio Talamonti

L'Avvocato RISPONDE



Salve a tutti i lettori di ExitWell, sono l'Avv. Raffaella Aghemo, specializzata in diritto d'autore, ma anche titolare di un'agenzia multimediale, pertanto un ponte perfetto tra due mondi, quello della legge e della burocrazia amministrativa e quello della creatività e della comunicazione.

Sono a vostra disposizione per ogni questione in merito alla produzione delle vostre compilation e alla loro sicura diffusione. Grazie sin d'ora per la vostra attenzione!

LE OPERE MUSICALI E IL CONTRATTO DI EDIZIONE

Questa volta voglio dare maggiori specifiche su cosa sono, per il diritto, le *opere musicali:* anzitutto opera d'ingegno e creativa è l'opera o composizione musicale, con o senza parole, o l'opera drammatica musicale o la sua variazione, che di per sé costituisce opera originale (ex L.633/4I).

Scusate la divagazione ma concedetemi una parentesi storica, per meglio capire gli albori che fecero ritenere necessaria "la scrittura della musica": alla base della produzione musicale ci sono 7 note o 5 mezzi toni, figlie delle notazioni su riga di derivazione medievale, che diedero vita al sistema del tetragramma, attribuito a Guido D'Arezzo: poiché, infatti, all'epoca, non era facile memorizzare le melodie, si ricorse a segni distintivi, detti "neumi", che indicavano la direzione ascendente o discendente della linea melodica. Col tempo il tetragramma si è trasformato in pentagramma e la prima nota, prima chiamata "ut", diviene "do".

Gli elementi costitutivi dell'opera musicale sono fondamentalmente tre:

- La melodia (sequenza di note)
- L'armonia (accordi di base)
- Il ritmo (cadenza di note e accordi).

La prima è la principale; infatti qualora fosse semplice, seppur non originale, non darebbe luogo a plagio, a meno che non si trovasse a riprendere anche versi celebri di un altro brano, quindi riconoscibili e famosi, pure se la melodia fosse completamente diversa. Nel campo della musica leggera, il giudizio di plagio deve essere condotto specificatamente sulla melodia, come elemento individuante, in quanto assorbe in sé il nucleo creativo, nonché identifica e rende riconoscibile immediatamente una canzone agli ascoltatori.

L'opera musicale è oggetto del contratto di edizione, "contratto col quale l'autore concede a un editore l'esercizio del diritto di pubblicare per le stampe, per conto e a spese dell'editore stesso, l'opera dell'ingegno". Esso può essere per edizione o a termine.

In virtù di esso, l'autore si spoglia di tutti i diritti patrimoniali sull'opera, ma, a differenza del contratto di edizione per le stampe, opera un trasferimento della titolarità dei diritti di utilizzazione economica, ma non la concessione di uso degli stessi.

Se l'opera è composta da più autori, l'esercizio dei diritti di utilizzazione economica, sta in capo non all'autore del testo, ma all'autore dell'opera musicale, salvo diversi accordi fra le parti. A questo punto l'autore, per amministrare le proprie opere, può decidere o di curarsi gli interessi da solo o, qualora voglia avvalersi di una intermediazione, potrà ricorrere all'ausilio dell'unica facente funzione autorizzata, in Italia e fuori di essa, la SIAE.

Avv. Raffaella Aghemo

Dai PESO alla tua MUSICA, al resto pensiamo noi.



IL BLOCCO è il nuovo progetto di coworking per produrre la tua musica a 360 gradi. scrivi a info@produzioni-ilblocco.it per maggiori informazioni



Leo Folgori Vieni via

Cantautore laziale di stanza tra Roviano e Tivoli, Leo Folgori ha la calma serafica di chi sa il fatto suo: senza voler strafare, senza bisogno di volare per forza di cose "alto" dà in pasto questo Vieni Via (2014) - suo esordio discografico - giocando d'anticipo e d'esperienza, col suo cantautorato impegnato sì ma che non stucca, cadenzato pure ma senza sfociare nel nostalgico e nell'anacronistico. i parte baldanzosi con la prima "Il ballo del serpente" trottando sulla sabbia ed il caldo di un deserto immaginario, per poi arrivare - subito dopo - alla title track "Vieni via", dal sapore decisamente più malinconico: menzione particolare e quanto mai dovuta per l'esecuzione e l'arrangiamento dei pezzi, che già dopo questi primi dieci minuti scarsi appaiono impeccabili. "Ultimo padiglione", forse uno degli episodi più "pop" del disco, ha in sé la delicatezza di una ballata che non ha particolari mire ma si lascia ascoltare eccome, dolce come il cuscino delle 7 e mezza. "Autobahn" - omaggio a Tondelli - vede la partecipazione di Marzia Stano aka Una ed è la prima di due collaborazioni: l'altra, "Lo studente", più verso la fine, coinvolge Daniele Coccia de Il Muro del Canto e nessuna di queste ha il sapore del "dovuto", anzi aggiungono e non tolgono. Proseguendo nell'ascolto ci si rende conto - unica pecca comunque comprensibile per un esordio - dell'assenza di uno o più brani di rottura, che possano catturare veramente l'ascoltatore andando oltre quel senso di sicura piacevolezza che comunque rimane al termine di questi dodici pezzi: non banali, ben scritti ma che soffrono la poca distanza ritmica, armonica e ideale l'uno dall'altro.

Manca l'elemento spiazzante, ammesso e non concesso che possa considerarsi un limite vero e proprio nel panorama musicale nostrano, dove evidentemente la normalità e la routine hanno da tempo sostituito il coraggio e l'intraprendenza di una volta.



I Santi Bevitori Presto verremo alle mani

Quattro canzoni per dire tanto, quasi tutto: eppure è troppo poco. Già perché almeno io vorrei saperne di più de *I Santi Bevitori* e pur attingendo volentieri a piene mani da questo *Presto verremo alle mani* (2014) non me la sento di far finta di nulla e celare il mio appetito: se il loro fine era quello di scatenare senza guinzaglio la mia curiosità, beh allora devo riconoscergli di esserci riusciti alla grande.

Neanche 15 minuti di puro delirio che non ha bisogno di alzare la voce per parlare male e farsi ascoltare ma punta tutto sulla forza dirompente dell'ironia e sull'originalità delle canzoni che si susseguono l'una dopo l'altra che è una meraviglia; un'ubriacatura senza ombra di mal di testa.

Se poi aggiungiamo che parliamo di una prima uscita, allora non possiamo che aspettarci fuoco e fiamme di qui a breve: raramente imbattendomi in un gruppo che non conoscevo ho avuto la certezza, lampante, di trovarmi di fronte a qualcuno che marca una vera e propria differenza rispetto alle tante "carinerie" che spesso più che apprezzare si impara a farsi bastare. Presto verremo alle mani è un capolavoro di saggezza e maturità, correlato ad una consapevolezza tecnica altrettanto fuori dal comune: una piccola bomboniera musicale da prendere e custodire gelosamente, una carta da giocarsi orgogliosi con gli amici e, ancora prima, un ascolto piacevole, colonna sonora della quotidianità di tutti noi. Impossibile scegliere una canzone su tutte e, se proprio dovessimo, ci converrebbe più considerare questi quattro pezzi come un dolce e sorprendente unicum, eliminando i silenzi e le distanze tra una traccia e l'altra solo per ridimensionare la fame chimica d'ascolto di cui, sono sicuro, cadrete vittime anche voi.

Valerio Cesari (RadioRock/L'Urlo/Il Fatto Quotidiano)



Prenotando il tuo SPAZIO PUBBLICITARIO

potrai:



Acquisire visibilità e promuovere la tua attività sul web attraverso banner pubblicitari sul sito di ExitWell*



Promuovere la tua attività attraverso ExitWell Magazine con spazi pubblicitari di ogni formato*

*puoi richiederci anche la realizzazione grafica della tua pubblicità

HAI UNA WEBZINE O UN BLOG CHE VUOI FAR CONOSCERE?



Acquista il tuo spazio su ExitWell Magazine e scopri tutti i vantaggi di una pubblicazione cartacea!

- Divulgazione dei tuoi articoli in studi di registrazione, live music club, sale prova, negozi di settore e scuole di musica in tutta Italia
- Possibilità di guadagnare attraverso la gestione dello spazio acquistato

Speciale MAXSI FACTOR



Cyrano & Jekuda

Il Maxsi Factor è un concorso per band emergenti formate da studenti di scuola superiore. I Cyrano & Jekuda sono i vincitori di quest'anno, ExitWell li premia con quest'intervista.

Ciao ragazzi, intanto complimenti per la vostra - meritatissima - vittoria al *Maxsi Factor* 2014. Col vostro rock tinto di funk, hip hop e tanto altro, avete conquistato pubblico e giuria.

Nonostante la vostra giovane età, non avete niente da invidiare ad altri gruppi in quanto esperienza e capacità tecniche. Com'è nato il progetto *Cyrano & Jekuda* e da quanto suonate assieme?

Grazie, è un piacere per noi essere intervistati da voi. Il progetto è nato a Maggio 2014 proprio in occasione dell'ultima edizione del *Maxsi Factor*. È una collaborazione fra *Cyrano*, cantautore romano, e i *Jekuda*, provenienti invece dalla provincia della capitale, band funky in attività dal 2010. Ci conosciamo da tantissimo tempo e, avendo in comune l'amore per la musica e molti riferimenti artistici, abbiamo deciso di fare quest'esperimento.

Per essere ancora così giovani, ne avete avute di esperienze, forse culminate nel calcare il palco del Circolo degli Artisti, il Tempio della buona musica di Roma. Come descrivereste l'emozione della finale del *Maxsi Factor*?

È stata certamente forte, anche perché avevamo affrontato il concorso soprattutto con l'intento di divertirci. Eravamo già sorpresi di essere arrivati così avanti e di sicuro non ci aspettavamo la vittoria. Siamo rimasti inoltre molto sorpresi dal feedback positivo che abbiamo ricevuto dal pubblico.

Riuscite ad unire in maniera efficace molti spunti diversi, come il funk con il rock, reggae, ska... e il tutto cantando in stile hip hop. Quali sono le vostre influenze primarie alla base della scelta stilistica della formazione?

La formazione è un binomio di due realtà che traggono ispirazione da mondi musicali diversi (anche se spesso vicini). I *Jekuda* sono una formazione molto unita stilisticamente, basso chitarra e batteria si fondono in maniera affiatata e compatta. Gli spunti principali sono *Red Hot Chili Peppers*, *Primus*, *Jamiroquai*, *Hendrix*, *Parliament* e molti altri protagonisti del mondo Funk Rock. Per quanto riguarda *Cyrano* fondamentale è l'interesse per i cantautori italiani e per alcune realtà Hip pop e Reggae. Tra i suoi idoli si possono citare *De Andrè*, *Caparezza*, 99 *Posse*, *Rage against the machine* e i principali esponenti del Reggae e dello Ska, come *Bob Marley*, *Peter Tosh*, *Max Romeo*, *Toots and the Maytals*.

Cyrano & Jekuda è l'unione di due anime distinte, per l'appunto Cyrano (Carlo De Caro) con i Jekuda. Come nascono i brani? Come funziona il lavoro d'insieme, Cyrano propone i testi e Jekuda le musiche? O è un lavoro collettivo?

I pezzi del gruppo nascono spesso dalla penna di *Cyrano* e dalle improvvisazioni dei *Jekuda*. Con un lavoro di *labor limae* in seguito li arrangiamo cercando un connubio che tenda alla perfezione. Le sessioni di composizione possono durare anche molte ore, ma nessuno di noi ne sente il peso, perché è la cosa che ci piace fare di più.

I vostri testi sono molto interessanti, ironici e ricchi di inventiva. Di cosa pensate debba "parlare" la musica di oggi? E pensate che si debba "parlare di qualcosa"? E della diatriba tra chi canta in inglese e chi in italiano, cosa ne pensate?

Pensiamo che la musica, e l'arte in generale, sia un linguaggio. Esso può prescindere dalle parole, ma queste sono l'unico mezzo per diffondere un messaggio chiaro. Crediamo che si debba parlare sia della nostra vita e di ciò che ci riguarda da vicino, sia di ciò che accade nel mondo e all'umanità intera. Essenzialmente raccontiamo storie sperando che ci sia una morale da trarre. Ovviamente, essendo italiani e trovandoci a suonare in Italia, utilizziamo la nostra lingua madre per farci capire dal maggior numero possibile di persone. Inoltre a nostro avviso questa scelta ci apre possibilità espressive che in inglese ci sarebbero precluse.

Quali piani per il futuro? Ci sono dischi, concerti e novità per *Cyrano e Jekuda*?

In questo momento i *Jekuda* stanno lavorando alla realizzazione del loro terzo demo, con nuove tracce inedite, che verrà pubblicato a ottobre e che si potrà ascoltare su Facebook, Youtube e SoundCloud. *Cyrano* è impegnato nel suo progetto solista, per cui si prevede un certo numero di concerti a Roma fra Settembre e Ottobre. Per quanto riguarda *Cyrano & Jekuda* sicuramente ci saranno numerose date in futuro, ma dobbiamo ancora precisare la natura della nostra collaborazione.

Riccardo De Stefano

BUD SPENCER BLUES EXPLOSION BSB3



Ne hanno fatta di strada dal 2007, Adriano Viterbini e Cesare Petulicchio, sotto il nome di *Bud Spencer Blues Explosion*, passando da realtà emergente più interessante d'Italia a band cardine della musica indipendente nazionale. Non avrebbero bisogno di presentazioni, ma sono in due (voce e chitarra/batteria e cori), propongono un rock-blues con tante sfumature diverse e hanno suonato ovunque, raggiungendo anche gli USA.

BSB3 è il nome del loro terzo album studio, pubblicato il 3 giugno sotto etichetta indipendente 42 Records: ha il nome che gioca con il binomio 3/E ed è il successore di Do it del 2011, una delle migliori uscite di quell'anno. Ci si aspettava un ulteriore passo avanti dal duo capitolino. Ed è arrivato. Lo stile è sempre quello: chitarra acida, distorta, fortemente blues, sguinzagliata poi in assoli, tapping o semplici singole note di ambiente; batteria dritta a fare da fondamentale tappeto per le scorrazzate nel mondo delle sette note di Viterbini, ma in certi casi anche incalzante e sincopata; voce (in italiano) a volte anche in primo piano e "più importante" della chitarra.

In BSB3 c'è l'aria delle praterie americane, delle camminate in quelle vallate del Texas in cui sembra che non si arrivi mai a destinazione, ma c'è anche quella della Liverpool Beatlesiana, dell'Inghilterra patria dell'indie. Ci sono rock, pop, il già citato indie e un pizzico di country in questo prodotto, portato in giro per lo stivale da maggio e apprezzato da addetti a lavori e (soprattutto) fans della band. "Duel" (singolo estratto), "Hey man", "No soul" e "Inferno personale" sono le tracce migliori, ognuna con le sue caratteristiche, spalleggiate dalla iper rilassante "Troppo tardi" e la breve ghost track "Mama (reprise)". BSB3 è un album per un pubblico raffinato, decisamente non per il mainstream, consigliato agli amanti del blues, del pop, dell'alternative, dei chitarristi di talento e degli scopritori di musica nuova, genuina e fatta col cuore.

Marco Reda

I.A.N.T.



Pur chiamandosi *Incapaci Ai Nostri Tempi* questo quartetto veronese dedito al punk-rock è capacissimo. Così tanto che, in alcuni frangenti, ricorda i migliori *Punkreas* e *Peter Punk*. Perché, diciamocelo: certe cose non passano mai. E spesso le critiche nei confronti di formazioni che hanno reso più allegre (e coscienti?) le adolescenze di molti, fuoriescono dalle stesse bocche di coloro che li hanno apprezzati. Con l'aggravante che questi ultimi ex-ragazzi spessissimo hanno terminato di ascoltarli almeno tre dischi prima dell'ultimo. E non c'è niente di peggio di chi, ormai salito sul piedistallo della presunta maturità, rigetta in toto gli ascolti passati.

Qui si parla di musica onesta, come quella degli *lant*, fatta di testi diretti e senza eccessivi orpelli. E questo non significa che sia sciatta, bensì calibrata. Un tipo di equilibrio che si formalizza negli otto brani contenuti in questo disco: freschi, dinamici e generalmente convincenti. Detto questo è un peccato che la confezione dell'album non sia all'altezza del contenuto. Pazienza, il preservativo immortalato nella cover strappa comunque un sorriso ed è coerente con parte del contenuto.

I pezzi sono coinvolgenti. Le strutture, pur calate nei *cliché* del genere tra *power chords* dritti e palm mute, non sono assolutamente scontate. I cambi e le sfumature non mancano, così come gli stop improvvisi e ispirati *fill* e soli chitarristici. La macchina corre, e lo fa anche e soprattutto grazie ad un batterista – Fabio Orlandi - davvero all'altezza della situazione. Variegato quanto basta per far risultare centratissimi molti passaggi. Ma ovviamente il merito è da condividere, tanto con le asce quanto con Alberto Del Grande, perfettamente calato nel ruolo di voce del progetto, tra critiche all'estabilishment, ad atteggiamenti sociali (*"Uomo vero"*) e voglia di cambiamento (*"Ali"*).

Francesco Bommartini

MAJAKOVICH Il primo disco era meglio



Il primo disco era meglio: non è sempre detto. Qualcuno diceva che il secondo disco è il più difficile. Io dico che spesso è quello della svolta. Svolta per i *Majakovich*? Per me sì.

Un lavoro in italiano, laddove la band prima scriveva in inglese; registrato da Tommaso Colliva, il cui contributo è stato sicuramente fondamentale per amalgamare il nuovo modo di scrivere; soprattutto, partorito con successo tra le mille difficoltà che il trio di Terni ha avuto *in itinere*.

Proprio il concetto di difficoltà è uno dei pilastri dell'album. Già nella prima traccia lo ritroviamo: "Devo fare presto", un mix di rabbia e di paura. Una paura controllata, riflessiva, mai impulsiva, che porta al principale contrasto interno all'album: da una parte schitarrate e spiattate che rappresentano l'istinto, la carica rockettara, dall'altra una linea melodica cantabile, risultato del razionale rapporto col mondo. Sullo stesso piano si colloca "Perché Francesco migliora", autoironico riferimento al cantante Francesco Sciamannini, alle prese (con successo) con l'italiano e con la paura di perder tempo. Tutto il disco è cosparso dalle considerazioni di chi guarda coscientemente il mondo con disillusione incazzata, dalle considerazioni più generali alle piccole problematiche quotidiane: "L'hype del cassaintegrato", "Una vita al mese", "Ufo". Tutti propedeutici agli apici del disco: "Era meglio" (che può provocare danni se viene ascoltata mentre si guida) e la più introversa "Ho qià deciso", che apre una terza dimensione all'interno del lavoro, decisamente più pop.

Volete sapere un po' le influenze? Ok, vi accontento: tanta, ma tanta alternativa italiana '90 e primi 2000: dai *Marlene Kuntz* ai *Verdena* ai *Ministri*, ma senza quel confezionamento eccessivamente referenziale (e reverenziale) che spesso frega i gruppi. I *Majakovich* invece mescolano tutto con saggezza, riuscendo così ad integrare un insieme di pezzi nati in ottica live in un album che fomenta e che va ascoltato quando si è molto, molto su di giri.

NEFER Fino all'alba



Sfatiamo il mito che l'hip hop appartenga solo agli uomini arrabbiati e selvaggi con droga, pistole e macchinone. Per capire cos'è l'hip hop è necessario non soffermarsi sui singoli personaggi, ma cogliere il significato che questo movimento culturale ha avuto fin dalle sue origini.

DJ Kool Herc è stato il primo, negli anni settanta, ad usare il termine hip hop per definire un fenomeno sociologico mai visto prima, i Block Party: feste di strada in cui i giovani afroamericani e latino americani interagivano suonando, ballando e cantando a ritmo della musica in 4/4. Musica, divertimento e solidarietà sociale per combattere la miseria dei ghetti e le conseguenti lotte per la sopravvivenza; combattere il potere discriminatorio dei bianchi attraverso l'affermazione artistica delle proprie origini.

Nel 2014 questo spirito lo ritroviamo nella cantante *Nefer*. In tutti i suoi progetti emerge la volontà di rivendicare il suo essere una donna con delle "skillz" in uno Stato così maschilista e scarsamente meritocratico come l'Italia, Paese nel quale è cresciuta. La sua denuncia è sottile, mascherata dalla dolce potenza della sua voce. "Le mie origini, le mie labbra, la mia pelle, la mia femminilità": queste sono le parole chiave che emergono nella canzone "Shimi" del 2009.

Dopo anni di pausa e di ricerca, Nefer è tornata con "Fino all'Alba", singolo prodotto da Fama, estratto dall'album Top. La spensieratezza e la leggerezza di "Fino all'Alba" sono la componente più rivoluzionaria del progetto di Nefer. Infatti la canzone si inserisce perfettamente all'interno del panorama della musica italiana radiofonica e allo stesso tempo racchiude in sé i principi della cultura hip hop delle origini.

Il beat rispecchia il suono *fresh* dell'hip hop contemporaneo. Si evince il sentimento di appartenenza di *Nefer* alla cultura italiana della musica leggera e la rivisitazione in chiave soul di quest'ultima.

Enrico Loprevite

In COPERTINA



FAST ANIMALS AND SLOW KIDS Alaska



Poco più di un anno fa, i Fast Animals and Slow Kids facevano uscire Hybris, il loro secondo disco. Ed era epico, era tragico, era potente. Ed era bellissimo. Ma, si sa, un disco nella vita può anche uscire davvero bene: il problema è dargli un seguito. Eppure non ci hanno messo molto, i FASK, a dargli un fratellino. Ottobre è il mese di Alaska, terzo capitolo della loro saga discografica. La geografia non c'entra nulla, intendiamoci. Aimone Romizi, cantante ed autore dei testi, lo mette subito in chiaro: l'Alaska è un luogo mentale.

Col pensiero abbiamo raggiunto un luogo remotissimo, lontano, in cui abbiamo circoscritto questo periodo. Abbiamo capito che era uscito fuori un disco freddo, quasi distante. In quel momento ci sentivamo in un posto in cui eravamo naufragati per sbaglio, inchiodati da una freddezza e un cinismo mortale. Alaska ci è sembrato un titolo perfetto: immaginavamo l'Alaska fredda e ghiacciata, cupa, piena di nuvole. Un luogo lontano dalla nostra quotidianità, dove volevamo segregare questo disco.

La struttura dell'album ancora una volta suggerisce una natura concettuale: un click che sembra avviare e chiudere un vecchio disco, aperto da una "Ouverture" e concluso da un "Grand final".

Ci piace l'idea di ciclicità. Ultimamente gli album sono solo compilation di singoli; siamo affezionati a quel discorso legato all'album nella sua interezza. Alaska è un blocco unico, con le canzoni unite tra loro, come se l'importante fosse ascoltarlo nell'insieme. È una idea che non abbandoneremo mai: il disco diventa un percorso, devi fartelo piacere per intero.

Ad ascoltare i tre album di seguito, si nota una incredibile evoluzione sonora. Il sound più che mai si è fatto epico, quasi sinfonico. Ancora una volta tornano i violini di Nicola Manzan (Bologna Violenta), e le chitarre classiche ad arabescare qua e là i brani. Affinando l'orecchio ci si accorge di un pianoforte. Con la voce di Aimone, le chitarre e i riff pesanti di Alessandro Guercini, con alle spalle la sezione ritmica di Jacopo Gigliotti (basso) e Alessio Mingoli (batteria), le canzoni si fondono tra alt, hard e art rock, per diventare quasi dei veri e propri inni. Ad anticipare l'album, ci pensa il singolo "Come reagire al presente", uno dei pezzi cardine, con un ritornello pronto per essere urlato da tutti.

Oltre a Nicola, c'è anche Francesco Chimenti dei Sycamore Age, al violoncello, pianoforte e wurlitzer, per caratterizzare il suono in chiave ancora più sinfonica. Non cerchiamo di scrivere degli "inni", ovviamente, ma questa forma canzone a cui siamo giunti è quella che ci dà di più. Quando scriviamo, immaginiamo i nostri brani già dal vivo. Per noi è diventato quasi istintivo, non c'è niente di più bello che cantare con la gente. La scelta del singolo è stata problematica, tutti avevamo un'idea diversa. Abbiamo alla fine optato per "Come reagire al presente" perchè è la più rappresentativa delle sonorità e del mood del disco.

Con il primo disco, *Cavalli*, si cercava quasi di irridere la vita per non affrontarla, di sfuggirle per quanto possibile. *Hybris* è invece il bisogno di urlare, di provarci a tutti i costi – *make or break it. Alaska* è la fine di tutto: dopo la tracotanza che opponeva l'Uomo contro tutto, perfino Dio, "*Il mare davanti*" lo urla dichiaratamente: non c'è più speranza. C'è la notte. C'è il silenzio.

Questi passaggi sono stati fisiologici. Sono di sicuro dischi umorali, legati al momento, ma c'è questa evoluzione. Siamo alla fine di un percorso in cui abbiamo sperimentato e capito come si sta in studio, come si scrive un disco. Dal prossimo ci sarà un cambiamento, proveremo altro, ci stiamo orientando verso il semplificare tutto. Forse si inizierà di nuovo da zero, non so.

Aimone urla il proprio disagio, la propria onestà che diventa malessere. Un "Io" rivolto a un "tu/voi", in aperto rapporto conflittuale. Un volersi affermare in negativo, con un processo di sottrazione o negazione dell'altro.

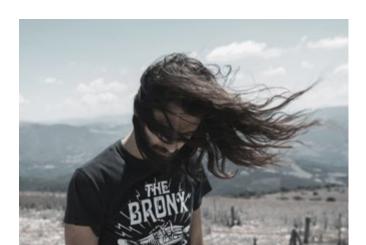
Questo disco è perfino troppo personale, scritto in un momento molto scuro, ma era quello che dovevo fare. Non ho mai capito come gli altri riescano ad approcciarsi alla realtà in maniera oggettiva. Nel disco, in effetti, si sente una contrapposizione forte tra ciò che vorrei essere e ciò che sono, andando a scavare la parte più cupa e triste della situazione. Una negazione nei confronti di me stesso e delle mie manie. Ma proprio nel momento in cui l'abbiamo finito ho smesso di analizzarmi, l'ho accantonato: lo ascolto non dando più peso alle parole, voglio dimenticare quel periodo.

L'incapacità di vivere nel nostro tempo si è trasformata in una paura ("Calci in faccia", "Odio suonare") e una speranza che alla fine si rivela fittizia, se non proprio fatta a pezzi. Vivere per raccontare gli anni della giovinezza, delle illusioni, dei rapporti umani dolorosi ("Te lo prometto", "Con chi credi di parlare"). E proprio quella paura e quella tensione, vista da lontano in Hybris, può solo esser assorbita. Ars longa vita brevis, la musica diventa quasi una missione quindi, un mezzo per gettarsi oltre il limite, in un processo terapeutico.

Per noi è totale, assoluto. Suonando sfoghiamo tanto il nostro egocentrismo quanto le pulsioni autodistruttive. La musica è una valvola di sfogo per superare le difficoltà, ma questo vale per noi soltanto. "Odio suonare" è questo: è capitato spesso che persone si avvicinassero chiedendomi consigli, ma per quanto voglia aiutarli, ho capito che di fronte ai problemi si è sempre da soli, perciò la nostra musica vale al più come colonna sonora. Voglio torgliermi la responsabilità: quello che ascolterete lo abbiamo scritto in un periodo di vita particolare e non è la verità. Vale solo per noi.

Infine, "Il vincente" è un amaro e riflessivo adagio pianistico, dove l'unica via è quella di bruciare completamente: la gelida Alaska alla fine del viaggio si incenerisce come la nostra carne. Il "Grand final" ci saluta con una smorfia più che con un sorriso. Quella speranza che in Hybris era comunque data, qua sembra rivelarsi piuttosto un'illusione. Una sorta di cinismo sprezzante nei confronti della vita, un elogio degli sconfitti.

Dopo l'"Ouverture" e "Il mare davanti", il massimo del cupo, del disincanto e della non voglia di reagire, piano piano si aprono degli spiragli: "Grand final" è una sorta di redenzione, dove ciò che rimane è l'unione tra persone, l'amicizia e la fratellanza. È stata una delle ultime tracce realizzate, sulla scia emozionale del periodo. Nella difficoltà si prova a cancellare sempre il problema, ma in realtà rimane là, possiamo solo prendere coscienza di quello che è, facendoci forza. E accorgersi che questo accade anche agli altri, non si è mai soli. "Grand final" non consola, no, tutto rimane là, eppure andrai avanti perché altre persone ti aiuteranno e col tempo quella





desolazione si scioglierà, come ghiaccio. I problemi rimarranno lì, ma insieme si diluiranno, e per questo "sarai uno di noi".

E tutto il disco viene non a caso riassunto dalla splendida copertina: come una prigione nera, illuminata dalla tenue promessa di un orizzonte lontano, un lago e una collina di pace e serenità.

Questa finestrella si affaccia proprio sul lago di Montepulciano. Rappresenta quel che è Alaska: tutto nero, con questo ultimo barlume di luce alla fine del disco: né vera speranza, ma neanche completo abbandonarsi al buio. Questa collina è la certezza che anche di fronte al problema più pesante in fondo c'è qualcosa, e se riesci ad arrivare lì puoi goderti il tramonto.

Ma ovviamente, i *Fast animals* sono soprattutto una band da vedere live. Ho sempre amato come non si perda nulla nel salto dal disco al live, anzi, si acquisti quello spessore da grande rock band che dimostra come il live sia il mezzo più congeniale per esprimersi, nonostante il ricco linguaggio del disco. *Alaska* promette bene.

Partirà un mini tour nei negozi di musica, con un set acustico più adatto. Ci aspetta però un inverno di fuoco, suoneremo in continuo penso per un anno. Siamo comunque consapevoli di aver fatto tre dischi e non vogliamo tralasciare nulla. Non deluderemo nessuno. È come se fossimo tra il pubblico, vogliamo che sia bello per noi e per chi ci ascolta. Vogliamo portare un live che sia all'altezza del disco e che mantenga la stessa carica. C'è dell'ansia, dopo esser stati fermi per la prima volta da anni. Ma sono fiducioso, l'avevamo già immaginato pensando proprio al palco.

Alaska non è un disco facile. Non è smaliziato come Cavalli o sfrontato come Hybris. È un album che gioca di rimessa, dove il primo passo deve farlo l'ascoltatore. È un viaggio nel dolore che va affrontato con cautela. Ma è epico. Tragico. Potente. Ed è bellissimo.

Riccardo De Stefano

AREA 765 Altro da fare



I Ratti della Sabina sono stati, tra la fine degli anni '90 e gli inizi del secolo in corso, i protagonisti assoluti (insieme con le pannocchie e lo stand di artigianato andino) di ogni Festa dell'Unità, carnevale liberato, ritrovo in piazza: sfido chiunque ad aver pagato mai un biglietto per vederli dal vivo. Erano gli anni dei Modena City Ramblers, dei Folkabbestia e della Bandabardò. Per fortuna, quegli anni non ci sono più e i Ratti della Sabina sono diventati gli Area 765: stessa base, stesso legame con la terra d'origine (il numero 765 non è altro che il prefisso della zona di Rieti) e persino (quasi) lo stesso repertorio riproposto nell'ultimo album, Altro da fare, uscito lo scorso maggio.

Dopo l'esperienza di un tour in acustico, il gruppo ha deciso di provare a far rivivere le stesse atmosfere notoriamente "intime" dei set unplugged anche nella registrazione. Il risultato è un compendio del loro percorso attraverso brani ripescati dal precedente album Volume I e dalla precedente "vita": alcuni vengono stravolti, ("Kant Vs Dylan Dog", "Galleggiare"), altri mantengono la stessa struttura a ballata ("Nonostante"), due sono inediti ("Altro da fare" e "L'ultimo tango"); tutti vengono spogliati di qualsiasi orpello elettrico.

Un album rassicurante, in cui la strada sterrata e polverosa del folk viene lastricata da melodie pop per un viaggio senza intoppi e senza sorprese.

Valentina Mariani

BLACK BEAT MOVEMENT ID-Leaks



Ambiente musicale milanese, sei componenti d'esperienza, groove dal mondo afroamericano e il dado è tratto. Questa la ricetta dei *Black Beat Movement*, band capitanata dalla voce di Naima Faraò e composta dai brillanti Riccardo Bruno (batteria), Jacopo Boschi (chitarra), Luca Bologna (basso), Luca Specchio (sax, tastiere) e Dj Agly (scratches).

Con membri provenienti da altri gruppi attivi da tempo sulla scena italiana come *Vallazanska*, *Rootical Foundation* e il collettivo musicale *Rezophonic*, l'arte dei *Black Beat Movement* prende vita nel loro primo album dal titolo *ID-Leaks*: un lavoro che non è solo un concentrato di *nu jazz*, ma anche un sorprendente doppio effetto.

Questa ambivalenza è tale perché da un lato la musica di *ID-Leaks* si può trovare in un buon locale delle grandi giungle cittadine, uno di quelli ad alto tasso di fumo, funk e derivati; dall'altro l'album ha il piglio nella composizione e nell'esecuzione di chi sa suonare, e per questo diviene un insieme di sfumature carismatiche ascoltabili anche con immediatezza: un gioco dove spaziare fra soul, drum'n'bass, dub e hip-hop.

Nel loro camaleontico destreggiarsi, va sottolineato quanto la band rispetti l'ordine trasudante del proprio lavoro. *ID-Leaks* è un surrogato espressivo che suggerisce all'ascoltatore di cercare sempre un'unità d'intenti, anche nella totale diversità stilistica.

Luca Covino

HAVAH Durante un assedio



A due anni dalla prima fatica *Settimana*, ecco l'atteso ritorno di *Havah*, progetto del poliedrico *Michele Camorani* (già batterista di *Raein* e *La Quiete*).

I brani di *Durante un assedio* sono di nuovo sette (eccezion fatta per la breve intro "*Numantia*") e di nuovo legati da un filo conduttore che dona l'aspetto di concept album: mentre le canzoni del precedente lavoro nient'altro erano che i giorni della settimana, qui hanno nomi di battaglie. Per la precisione, battaglie in cui uno dei due contendenti si è trovato con le spalle al muro, e ha dovuto reagire con un ultimo gesto estremo; o forse lasciarsi cadere.

"Quando son di fronte a te a dichiarar vendetta, la chiamo autodifesa" recita "Waco", il pezzo più suggestivo del disco, dall'atmosfera ipnotica condita da quasi impercettibili elementi acustici. Ma non è l'unica frase emblematica regalataci da Camorani, autore dalla penna incisiva ed onesta, che purtroppo (o per fortuna, a seconda dei gusti) finisce puntualmente sommersa dagli strumenti e dalla produzione fieramente lo-fi. Durante un assedio è un disco che riporta ai fasti la dark e new wave, un genere che all'Italia ha dato tanto e ha ricevuto indietro molto.

Un lavoro meravigliosamente oscuro che richiede attenzione; crudo come i sentimenti più urgenti, nudo come noi, quando siamo di fronte a una scelta che non avremmo voluto fare.

Matteo Rotondi (Discover)

THE BORDERLINES Multicolor



Multicolor è il nuovo album dei The Borderlines, la band udinese che unisce Inghilterra e Italia con un brit rock ricco di venature retrò. Uscito a marzo 2014 e anticipato dal singolo omonimo, il disco offre dieci pezzi in uno squarcio lontano dalla monotonia e, non a caso, variopinto.

Dal brano di apertura "Be Mercury", di stampo più garage rock, si passa a sonorità più soft di certi Babyshambles, come "Run'n'Shout", "Mean what I say", "Flowers from the top"; spiccano chitarre ricercate e armonizzazioni delle voci che tradiscono la passione per il sound tipico degli anni Sessanta, spesso perfettamente riuscite anche grazie alla componente vocale femminile, un elemento innovativo in un genere musicale tradizionalmente - ma non legittimamente - maschile.

Un brevissimo fade out strumentale con "Disharmony in Love", e punti molto alti con "It takes two to tango", che strizza l'occhio alle scimmie artiche di Sheffield, "Monkee makers" e "Confused Lady" che ricordano alcuni tormentoni del più moderno rock elettronico inglese, di quelli adatti alle grandi arene. Infine il singolo che dà il titolo all'intero album, "Multicolor", è felicemente strokesiano.

Ascoltare questo disco è un piacevole percorso di sonorità a cui tutti siamo rimasti fortemente legati, una nuova chiave di lettura per riadattare alla scena odierna un linguaggio tipico di chi è cresciuto negli anni Novanta e Duemila.

Luca Secondino

THE YELLOW LOL-a-bye



I *The Yellow* suonano pop-rock e lo suonano bene come se venissero da qualche sobborgo di Londra o una città d'oltreoceano; invece sorpresa, sono italianissimi e provengono niente di meno che dalla solare Puglia, Bari per la precisione.

Nati nel 2011, oggi i *The Yellow* sono tre ragazzotti che rispondono al nome di Gianluca "Foster" Damiani al microfono, piano e chitarra acustica; Francesco Andrea Loiacono alla chitarra elettrica e Claudio "Sdrumità" Mazzarago alla batteria. Ed è forse l'energia del sud a dare alla loro musica quel tocco di aggressività in più che non guasta affatto.

A tratti malinconici come in "Thousand lights", "Last steps", "Music of the rain"; più pacati e romantici in "Fall that way"; intimi folk in "Comeback" e graffianti in "The glass", i The Yellow non mancano mai di inserire nei loro brani un turning point, un punto di apertura che porta dal basso verso l'alto.

Bravi e giovani, più che in cuffia i *The Yellow* meritano l'ascolto live, come dimostrano i mille concorsi e palchi importanti su cui si sono esibiti: dal Roxy Bar di Red Ronnie allo Sziget Festival di Budapest, sul Puglia Sounds Mambo Stage, al Gioia Rock, al Giovinazzo Rock Festival e al M.E.I. 2.0. Non resta dunque che sperare di incontrarli presto e sentirli suonare dal vivo!

Daniela Masella

THEE ELEPHANT Thee Elephant



Side project, super band, qualcos'altro? No? Meno male.

In diversi modi sono stati definiti i *Thee* Elephant, nati da musicisti con un passato cospicuo alle spalle. Sicuramente però nelle idee di Dola J. Chaplin, Milo (già Jennifer Gentle), Sante e Simone (supporti di Oh Petroleum) c'era qualcosa di più. Ossia l'ardito progetto di far uscire a Roma un progetto che si ispiri alla psichedelica di origine americana, quella più sporca, acid e garage di Grateful Dead, Iron Butterfly, Steppenwolf e Doors, ammiccando al contempo alla west coast americana, territorio del cantautore Dola. A ciò si aggiunge direttamente l'ultimo elemento targato swingin' London '67: i Pink Floyd e Barrett fanno capolino più volte ("Orpheus", "Go to Spain").

Back to the origins' quindi, scartando a priori i pronipoti del genere (Black Angels, Brian Jonestown Massacre). Per i Thee Elephant contano solo gli originali. Vagli a dare torto.

Il risultato c'è: sound vintage, volutamente ricercato e ottenuto utilizzando strumentazione sixties. Menzione in particolare per reverberi e per le distorsioni ruvide e naturali tipiche del periodo ("The fool").

Inoltre, data l'attitude rock'n roll di alcuni brani ("In Love Again"), non mi stupirei di vederli inseriti nella selezione di un qualche dj garage in ottica dance hall. Bellissimo esempio di psichedelia made in Italy: più che superband, un superalbum.

Giovanni Romano (ALT! - Radio Kaos)

Speciale NUOVE REALTÀ



Bandbackers è una label musicale basata sul royalty crowdfunding. Un'etichetta, ma anche una piattaforma di crowdfunding e di promozione.

Spiegateci brevemente come funziona Bandbackers.

Piero

Gli artisti selezionati saranno parte della label per un anno, nello svolgersi del quale lanceranno delle campagne di *crowdfunding* per realizzare un ciclo di prodotti propedeutici fra loro. Ad esempio con 300 € si finanzierà il mastering di un album digitale e lo shooting fotografico, con 500 due video e con 800 i primi tour. Chi investirà negli artisti (*backer*) riceverà un *presskit* per diffondere viralmente aggiornamenti e novità sull'artista in modo da aumentare i propri guadagni. Gli introiti delle attività artistiche verranno ridistribuiti con i backers.

Una concezione di *crowdfunding* diversa da quella a cui siamo abituati. I *backers* hanno la possibilità di guadagnare realmente a fronte del loro contributo, ciò li rende a tutti gli effetti degli investitori, stimolando anche da parte loro una promozione forte degli artisti. Come vengono ripartiti i guadagni?

P: Eccetto una quota del 10% sul totale, il resto viene ripartito tra gli artisti e i backers. Per questi ultimi saranno determinanti più fattori, non solo il valore dell'investimento ma soprattutto il coinvolgimento e l'attività di promozione effettuata. In sostanza, più aiuti a promuovere l'artista che hai finanziato, maggiore sarà il tuo guadagno.

Il roster degli artisti di *Bandbackers* si forma attraverso partnership con numerose realtà di spicco della scena indipendente (tra le quali siamo felici di comparire anche noi di ExitWell), che svolgono un lavoro di *talent scouting*. Chi sono e come interagite con loro?

Roberto

Dieci anni fa: una piccola rivoluzione nel campo della comunicazione musicale italiana tenne a battesimo un modo nuovo di raccontare la musica emergente. **Sporco Impossibile**, agenzia di comunicazione musicale, sperimentò *storytelling* e comunicazione integrata per presentare alla propria *fanbase*, immaginari e suggestioni sottesi alla produzione artistica di nomi (ai tempi poco noti) del calibro di Dente e The Niro.

In seguito il testimone dello scouting passò a nuovi soggetti della scena romana (*La tua Fottuta Musica Alternativa*) che nel candidarsi alla successione, mantennero un rapporto di collaborazione con chi li aveva preceduti.

Oggi lo scouting: lo fanno strutture come Exitwell, Cheap Sound, Radio Kaos Italy e Fattore C. Nel far rete, vi muovete sul territorio con entusiasmo e quel pizzico di situazionismo che riconosco familiare.

In un'ottica di ragionevole evoluzione, ci inorgoglisce il fatto di mettere a disposizione esperienza e *assets* per chi continua la ricerca con la medesima passione, poiché i tempi sono maturi per un business proficuo. Gli artisti oggi, oltre a mezzi per promuoversi, hanno *communities* attive pronte a contribuire alla carriera degli stessi (studio da noi condotto su campione di 500 soggetti).

I partners, che scegliamo con cura, avranno il ruolo strategico di scremare gli artisti, mentre *BB* abbinerà valutazioni di fattibilità in ottica business, per mettere i backers nelle condizioni di investire in progetti di qualità realmente redditizi. La scelta di collaborare con questi partners, vi contempla insieme, perché rappresentate già un ecosistema collaborativo *de facto*, nel quale ogni soggetto fra voi, assolve un passaggio della filiera produttiva del prodotto artistico.

A seguito delle campagne di funding, *Bandbackers* segue tutte le fasi di crescita degli artisti, dalla produzione al booking. Quali sono le professionalità e le possibilità che la piattaforma offre al proprio *roster*?

R: Bandbackers offre agli artisti emergenti la possibilità di sperimentare un ciclo completo attraverso le fasi della produzione/promozione di un disco, sino al tour di lancio, rimanendo liberi di continuare poi nella direzione che preferiscono. BB è un acceleratore nel quale gli artisti vengono fatti crescere sino ad avere autosufficienza tale da progettare il percorso successivo con consapevolezza, affrontando lo scoglio del primo album/tour con un rischio calcolato. Quest'ultimo lo assumono i backers, in cambio di guadagno sulle revenues generate. BB è quindi soprattutto una vetrina nella quale i fans espongono il beniamino musicale sul quale hanno investito per supervisionarne la crescita.

Per chiudere, perché una band o un artista dovrebbe affidarsi a *Bandbackers*?

P: BB è un nuovo modo di concepire la carriera musicale che mette il fan al centro della produzione. Un tempo chi per passione voleva promuovere un artista presso gli amici, trascorreva interminabili sessioni di duplicazione su musicassetta. Oggi, grazie a Bandbackers, può scovare i migliori artisti sui quali scommettere, gratificandosi all'idea di diffondere il loro nome e la loro musica presso amici e potenziali backers, e guadagnando. Davvero niente male, no?

Quindi, Bandbackers... let it be your own label!



Soundreef è una società di collecting alternativa alla SIAE. Lucian Beierling ci spiega di cosa si tratta.

Quando si parla di diritto d'autore, in Italia, è sempre complicato distinguere la realtà dei fatti con le leggende metropolitane, c'è molta disinformazione e difficoltà a reperire notizie corrette. *Soundreef* si propone come alternativa alla SIAE, puoi farci una breve sintesi della situazione e spiegarci in che modo la vostra *collecting society* si inserisce in ambito di diritto d'autore? *Soundreef* sostituisce *in toto* la SIAE?

Partiamo dal 2008 quando la Commissione Europea ha confermato che altre aziende possono competere con le società di collecting musicale nazionali, in quanto non era giusto che le società di collecting avessero un monopolio in questo tipo di business. Da quel giorno in Europa c'è la libera concorrenza e quindi ogni autore, ogni editore può iscriversi dove vuole e ogni utilizzatore può comprare dove vuole. Poi nel 2014 il parlamento europeo ha emesso una direttiva che sancisce definitivamente il libero mercato in Europa e chiarisce che tutte le collecting devono adeguarsi alla trasparenza di amministrazione delle royalties ed è in questo contesto che è nata *Soundreef*.

Al momento *Soundreef* si occupa di collezionare *royalty* per la musica utilizzata come sottofondo musicale da parte delle aziende e per le performance live dei nostri artisti in Italia. Quindi direi che siamo un'alternativa a SIAE per questi tipologie di diritti ma non ancora a 360° e per questo motivo non consigliamo la cancellazione totale ma la limitazione del mandato.

Quali vantaggi offre Soundreef rispetto alla SIAE?

Il nostro sistema è completamente online, veloce e trasparente. L'iscrizione è gratuita e per quanto concerne *Soundreef Live* siamo in grado di comunicare i guadagni agli autori dopo soli 7 giorni dal concerto e pagarli entro 90 giorni. I guadagni sono divisi al 100% in maniera analitica e senza errori grazie al borderò digitale. Inoltre, gli organizzatori degli eventi possono fare tutto online in pochi minuti e risparmiano fino al 50% rispetto alle tariffe SIAE.

Come funziona la ripartizione 100% analitica?

Per quanto riguarda il servizio di Musica da sottofondo dal momento che le imprese che trasmettono musica del nostro catalogo sono direttamente legate a noi, siamo in grado di monitorare esattamente quale musica stanno trasmettendo. Le aziende pagano una licenza per utilizzare la musica e dividiamo gli introiti tra noi e i nostri artisti in base ai brani che sono stati riprodotti. Niente forfait o divisioni statistiche, ma informazioni precise e chiare che gli autori possono consultare ad ogni pagamento semestrale in cui rendicontiamo il numero di play fino al livello di singolo negozio o canale radio.

Per il servizio di gestione delle *royalties* live con il borderò digitale parte tutto dalla setlist che ogni artista può creare e modificare dal proprio account. Quando l'organizzatore dell'evento paga la licenza viene ripartita secondo le percentuali degli autori dei brani in scaletta con il 68% della licenza che va agli autori dei brani della setlist.

Come ci si iscrive e, soprattutto, come può un artista già iscritto alla SIAE passare a *Soundreef*?

Ci si può iscrivere gratuitamente dal sito www.soundreef.com. Per gli autori che sono in SIAE e vogliono passare a Soundreef le opzioni sono due: effettuare una limitazione di mandato per tipologia di diritti o territorio, che significa revocare il mandato alla SIAE solo per alcune utilizzazioni della propria musica come la pubblica esecuzione per il servizio Live o la comunicazione al pubblico per il servizio di musica da sottofondo; oppure terminare l'iscrizione presso la SIAE, anche se noi consigliamo la limitazione di mandato.

Entrambe le opzioni devono essere comunicate a SIAE entro il 30 settembre di ogni anno e dal I gennaio successivo l'autore sarà libero di iscriversi a *Soundreef*. Sottilineiamo che queste tempistiche restrittive sono imposte da SIAE ai propri iscritti e noi non possiamo che prenderne atto e regolarci di conseguenza.

Soundreef svolge la sua attività, se non sbaglio, in 13 paesi nel mondo. Qual è la situazione fuori dall'Italia?

In termini di collecting society si può forse dire che PRS in Inghilterra lavora un po' meglio delle altre. Però devo essere sincero, in Italia la SIAE non è affatto una delle peggiori come molti pensano, non è la bandierina nera. Una collecting molto efficiente, che lavora meglio è SOCAN quella canadese, per esempio. Detto questo la situazione Europea è comunque molto indietro rispetto agli Stati Uniti dove da 70 anni ci sono tre collecting society ASCAP, BMI e SESAC che si fanno concorrenza con risultati che sono a tutto vantaggio degli autori. In Europa siamo arrivati con molto ritardo ma diciamo che con l'intervento della commissione europea del 2008 finalmente ci siamo aperti alla concorrenza anche qui.

Francesco Galassi

IndipendenteMENTE UN MONDO ROCK

Se amate la musica e il viaggio con le Guide Rock di Arcana Edizioni potrete unire due passioni.

Sei città in cinque guide. Caterve di aneddoti e tante opzioni tra cui scegliere per godere al meglio di un viaggio calato, completamente o parzialmente, nella musica. Perché con questo termine non si indicano solo sequenze di note, bensì estetiche, emozioni, copertine ma pure i locali in cui sono sorti miti, quelli in cui sono morti e pezzi di vite che trascinano con sé sensazioni amplificate dall'arte. Ogni guida è strutturata con l'indice dei luoghi da visitare, informazioni sugli spostamenti, proposte su alloggi e ristoranti, cosa fare e vedere oltre alla cartina della metropolitana e ad un percorso completo dedicato a chi ha poco tempo a disposizione, intitolato "48 ore".

BERLINO

Francesca Fabi

"I berlinesi, proiettati come sono verso il futuro, non sempre si guardano indietro, a volte inconsapevoli che le loro strade sono state battute da David Bowie o troppo indaffarati per ricordare che il muro divenne fonte di ispirazione per innumerevoli musicisti".

Pink Floyd su tutti. Ma pure Lou Reed, Iggy Pop e i nostrani Franco Battiato e Cccp hanno trovato innumerevoli suggestioni nella capitale tedesca. Crogiuolo di culture ed architetture, punteggiato di mercatini e negozi di dischi in cui fare ottimi affari. Io stesso avevo goduto enormemente dell'ormai morto Tacheles, simbolo di una libertà artistica che si accompagna a notti sfrenate e scorci affascinanti.

AMSTERDAM

Pierfrancesco Pacoda

Ideale per passare una settimana nella capitale olandese e del Flower Power in quanto strutturata per giorni. Dal primo al settimo saprete cosa fare. Pacoda, collaboratore con numerose testate e scrittore di una decina di libri, è convinto che "la vera Amsterdam è oggi quella dei canali, dei mercati all'aperto, dei locali come il Paradiso e il Melkweg, dei parchi e dei brown café". Ed è pure la città della trance e della dance, senza dimenticare che il rock ha i suoi spazi.

NEW YORK

Francesca Fabi

Incubatrice di ogni tipo di musica, un continuo scambio tra l'alto e il basso, grattacieli e bassifondi. New York è storia della musica. Al 63 Bank Street morì Sid Vicious, qui passarono molti anni John Lennon e Yoko Ono, cambiando visioni a milioni di persone. Allo Shea Stadium suonarono Beatles, Rolling Stone, Clash. Un murales è divenuto simbolo della gratitudine di ogni persona che ami, ed abbia amato, la musica e l'attitudine dei Clash. Oltre a dove mangiare, dormire e comprare c'è una bella sezione dedicata a cover famose e relative location dove sono state scattate le fotografie. "London Calling", "Highway to Hell", "The Kids are Alright", "Ramones". Storia.

MADRID & BARCELLONA

Roberto Calabrò

Due città, un'unica nazione: la Spagna. Se per Madrid si parla di movida, per Barcellona si preferisce fare riferimento ai festival, in particolare il Primavera Sound e il Sonar. Tra tapas, orari sballati e bellissime ragazze potrete godere di numerosi negozi di dischi e spazi alternativi, debitamente enumerati e approfonditi nelle 125 pagine che compongono questo manualetto.

LONDRA

Francesca Fabi

Ormai terminato e fuori stampa, i fortunati che sono riusciti ad accaparrarselo per tempo avranno a disposizione un utile strumento per muoversi nei meandri di una delle città più rock del pianeta. Se il coacervo di differenti culture crea *crossover* inaspettati, è pur vero che Londra è patria dello Ska 2 Tone, così come di sale da concerti inenarrabili come la Royal Albert Hall. Andate.

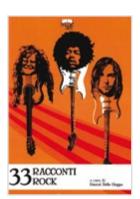
Francesco Bommartini



In questa mini rubrica vi proponiamo alcuni libri recensiti da **Francesco Bommartini**. Giornalista, collabora con **Rumore**, **L'Arena**, **Uncò Mag**. Autore del libro **Riserva Indipendente** (Arcana Edizioni). Giudice per targhe **Mei** e **Tenco 2013**

33 RACCONTI ROCK

A cura di Gianni Della Cioppa QuiEdit



Antologia di racconti scritti da penne che hanno a che fare con il mondo della musica, scelte dal critico **Gianni Della Cioppa** (Metal Shock, Tutti Frutti, Flash, Mucchio Selvaggio, Psycho!, Classix...). Questo potrebbe essere il sunto di questo libro che, nelle oltre **250 pagine**, raccoglie materiale dalla qualità altalenante, ma nella maggior parte dei casi più che interessante. In particolare ho apprezzato le storie narrate da Alessandro

Morbidelli, dal musicoterapista Danilo Saccottelli, dalla giornalista Elena Raugei, da Federico Socci, dal critico Federico Guglielmi, dalla psicoterapeuta Federica Leva, dal collaboratore de Il Mucchio Selvaggio Loris Luigi Furlan, dal direttore di Classix Fuzz Pascoletti e, in particolare, il racconto di Laura Albergante intitolato "She's my heroin(e)". Il leitmotiv è, come anticipato, la musica, che rientra in ogni storia in maniera più o meno prepotente. Ed è sintomatico il fatto che spesso il meglio, sia sotto il profilo del succo che della forma, non sia stato vergato da blogger, critici musicali da carta stampata tantomeno da improvvisatori, bensì da coloro che svolgono attività maggiormente vive a livello emozionale rispetto a quelle di recensori di dischi ed intervistatori seriali (con le dovute eccezioni).

In fondo... it's rock'n'roll, but we like it.

HEAVY METAL - I CONTEMPORANEI

di Gianni Della Cioppa Giunti



Era il **1999** quando iniziai ad appassionarmi al metal. Prima vennero i Pantera, poi Slipknot, System of a Down, Korn, Slayer, Napalm Death e tutti gli altri. Quando vidi i due libretti di Giunti dedicati a "I Classici" e "I Moderni" dell'Heavy Metal non potei non acquistarli.

Ne godetti moltissimo. Tra le pagine erano elencati, sotto forma di schede informative, le band e i relativi album con tanto di commento e/o votazione. Nel 2014 Giunti ha deciso di aggiorna-

re il tutto, mantenendo strutture e prefazioni di **Luca Signorelli** ma aggiungendo gli ultimi lavori delle varie realtà. Inoltre ha pubblicato un ulteriore libro, dedicato appunto ai metaller contemporanei. **Gianni Della Cioppa** ha quindi preso in esame coloro che non rientravano nell'analisi precedente: Stratovarius, Opeth, Behemoth, Arch Enemy, Dark Funeral, Lacuna Coil, Hatebreed, Nile, Rammstein e chi più ne ha più ne metta. Il risultato è che ora chi si avvicina al metal, e chi vuole avere sempre sott'occhio la situazione, ha dei comodi strumenti per poterlo fare. Nonché eventuali stimoli di discussione per confrontare i propri gusti con quelli altrui, così come accade da quando il sacro metallo è in circolazione.



Alt!



ALT! è un format radiofonico, condotto da quei pazzi del Giocker e del Pacio, che porta negli studi di Radio Kaos Italy il meglio dell'indipendente romano e nazionale. Tutte le settimane.

Si è già detto tanto in estate sul caso del Radar Fest. Breve riassunto: al termine della rassegna (che ha visto suonare tra gli altri Slowdive, Calexico e Neutral Milk Hotel) l'organizzazione ha deciso di non proseguire oltremodo con il comune di Padova per "l'impossibilità manifesta di instaurare una collaborazione aperta".

La quérelle è proseguita con le dichiarazioni dell'assessore Saia: "Sono felice che vadano via. Anzi, siamo noi a non farli tornare... Mentre loro sabato sera incassavano soldi io giravo per gli appartamenti a verificare che le segnalazioni sul frastuono, provenienti da cittadini anziani e malati, fossero vere...". E non sottolineiamo troppo la gaffe relativa alla giornata: quel sabato (il 26 luglio 2014) per la pioggia i concerti erano altrove e al chiuso.

Il sindaco di Padova è poi intervenuto per mediare. Sicuramente un lodevole gesto, ma non cancella l'episodio. Come non basta a nascondere le situazioni simili e gli ostacoli che ogni anno gli organizzatori si trovano di fronte.

L'episodio del Radar ci serve da spunto: è l'archetipo della miopia delle amministrazioni italiane in campo musicale.

La prima cosa che si sente dire in questi casi, come il buon Saia ci ha dimostrato, è il problema che "la gente deve dormire". Sì, per carità, è un diritto! Ma il problema qua è che per mezz'ora di questo "rumore insopportabile" si manda all'aria un'at-

tività economica e culturale. Parliamoci chiaro: non stiamo parlando dei **Tool** che suonano alle 2.30 del mattino, ma di concerti che terminano a mezzanotte, se non prima, per un periodo breve di tempo, spesso a distanza dalle abitazioni.

Bisogna coniugare le esigenze. La necessità del nonno che vuole dormire e quella del festival che s'ha da fare. S'ha da fare non solo perché coinvolge e propone band di spessore, ma anche e soprattutto perché crea e dà lavoro, specialmente ai giovani. Fa girare soldi, crea attività economiche, ne mette in relazione altre. Fa funzionare negozi, ristoranti, bar e ostelli. È importante sul sociale: prende un parco, di solito degradato, sporco e pieno di siringhe, lo ripulisce e lo restituisce a te, Comune, pronto per essere riutilizzato. E allora se proprio vuoi sbattertene del fatto che un festival porta per la prima volta gli Slowdive in Italia, allora forse potrebbe interessare di più che procuri un'interessante entrata economica e, perché no, consensi. Perché voti non sono solo quelli di chi deve dormire, ma anche di noi fessi che andiamo ai concerti.

E poi sono le stesse amministrazioni e le stesse persone "molestate" a dire che "no, non esistono spazi e prospettive per i giovani".

Già: la miopia non è solo amministrativa.

L'argomentazione delle lamentele è sempre "domani lavoro". Ma perché, organizzatori, musicisti e barman non lavorano? Si deve entrare nell'ottica che c'è gente che lavora la mattina e altra che lavora la sera. Non ci sembrano due esigenze inconiugabili. Perché non farlo, se tutti possono ottenerne dei vantaggi, specialmente per quei pochi giorni di festival? È giusto disprezzare il lavoro di questi ragazzi?

Proprio un mesetto fa rompevo l'autoimposizione della "non polemica su facebook" ingaggiando un colloquio piuttosto acceso sul gruppo del mio quartiere (Montesacro, Roma), con una donna che si lamentava della "baraonda", del "quartiere a soqquadro" per una settimana (UNA!) di concerti nel parco di zona, che durante l'anno è un ritrovo di drogati. Ed è solo un episodio, ce ne sarebbero a dozzine, a partire dal parco del Torrione Prenestino, sede di "Pigneto Spazio Aperto" nell'estate 2013. Anche qui, nonostante l'ottimo riscontro artistico, la manifestazione ha avuto così tanti problemi di vicinato che quest'anno non è stato possibile ripeterla.

Perché se è questa la mentalità, la cultura non verrà mai rilanciata. Che poi, come dicevo, non è solo cultura, ma è anche economia, soldi, lavoro. Non è difficile. Basta volerlo fare. I ragazzi disposti a perderci tempo ci sono, le cose da fare anche.

Giovanni Romano (ALT! - Radio Kaos)

QuadriProject



Ti è mai capitato di esibirti davanti ad un pubblico in delirio, che però non ti ha fatto vendere un po' del merchandise che ti eri portato all'evento? Oppure che non ha lasciato la propria mail per iscriversi alla tua newsletter?

È proprio di questo che parleremo, e scopriremo quanto possono essere variegate le cause che possono portare a dei risultati decisamente lontani dalle tue aspettative. Spesso il problema si annida nella comunicazione.

Non riesci a comunicare in modo efficace. Mancanza di entusiasmo, chiacchiericcio: se sono questi i risultati che sei riuscito ad ottenere vuol dire che qualcosa non sta funzionando. Se pensi che sia questo il tuo caso, crea un gruppo ristretto di tuoi amici tra il pubblico, localizzati in diversi punti, e fai in modo che contribuiscano a fagocitare un buon passaparola.

Hai dimenticato di fare della promozione. Quando capita un po' di volte non è per niente divertente: se non parli del tuo sito web, dei tuoi gadget o di qualsiasi altra promozione, nessuno ne sarà mai a conoscenza. È qualcosa che può rendere pasticciata la tua presentazione, ma se non rendi noto ciò che fai allora non chiederti perché i tuoi live iniziano a prendere una certa piega. Se non ti senti a tuo agio a comunicare questo genere di informazioni dal palco, allora trova un altro modo efficace per poter parlare con il tuo pubblico.

Oltre ai piccoli consigli già elencati, è importante in occasione di un evento live organizzare sempre una scaletta delle cose da dire o fare. Di seguito sono suggeriti alcuni punti che vanno fermati sulla scaletta:

- 1) Menzionare il proprio sito web almeno due volte sul palco.
- 2) Scattare una foto al pubblico (portare quindi una macchina fotografica o avere uno smartphone a portata di mano) e dire che la pubblicherete il giorno dopo nella vostra pagina invitando i presenti a taggarsi.
- Menzionare promozioni in corso e disponibilità di merchandising nel banchetto che avrete allestito per l'occasione.
- 4) Regalate un cd ad un fan nel pubblico che risponderà correttamente ad una domanda.
- Parlare del proprio ultimo lavoro e magari abbozzare l'inizio della nuova canzone o idea su cui si sta lavorando.
- 6) Menzionare la newsletter e dare la possibilità al pubblico di iscriversi ricordando che nel banchetto merchandise c'è un modulo da compilare per iscriversi, e per chi lo farà

- quella sera, un mp3 in omaggio direttamente via posta elettronica.
- Dire la data del prossimo show. Non date per scontato che tutti sappiano dove suonerete la prossima volta.

Ricorda di dare un ordine a questi punti, stabilendo quali siano le tue **priorità**. Ad esempio potresti essere interessato a promuovere più la tua pagina social piuttosto che il tuo sito web. L'importante è prendersi del tempo per creare la propria lista, che ti porti a rispettare le tue aspettative.

La lista che abbiamo riportato è semplicemente un esempio: le priorità e le aspettative cambiano da musicista a musicista. Pensate anche a ciò che vorreste dire e ricordare in occasione dei vostri live e tendete a dimenticare: quelle saranno le vostre priorità da segnare subito nella compilazione della lista.

Esibirsi dal vivo è sempre un'esperienza emozionante: è molto facile quindi cadere in un trascinante entusiasmo e dimenticarsi di come deve andare lo show. Una lista che aiuti a controllare le fasi di un live show può aiutare molto, anche a dare ordine a ciò che puoi fare nella pausa tra un brano e l'altro. Inoltre ti permetterà di:

- Comunicare in modo più chiaro con il tuo pubblico.
- Ti permette di capire quali sono le priorità del momento.
- Ti aiuterà ad essere più professionale.
- Ti aiuterà a catturare l'attenzione di un pubblico sempre più ampio e a guadagnare di più dagli show.

Infine chiediti sempre se le tue performance live stanno andando come desideri: stai ottenendo il massimo da ogni live? Riesci a tenere alta l'attenzione del pubblico? Ricorda che un live show deve sempre aprirti nuove opportunità e orizzonti.

Alberto Quadri www.quadriproject.com

100Decibel



Un excursus "Per Principianti", come suggerisce il nome del tour che vede i *Tre Allegri Ragazzi Morti* concedersi al pubblico senza riserve (e... senza maschere!).

Quando si ha a che fare con un gruppo del calibro dei **Tre Allegri Ragazzi Morti**, nulla è lasciato al caso.

Neppure la scelta del nome di quel tour che il 27 luglio li ha visti calcare il palco di Villa Ada in occasione della ventunesima edizione di Roma Incontra il Mondo: "Per principianti" ricorda la nota collana di manuali "For Dummies", come ad evidenziarne l'importanza antologica. Vale a dire: se ancora non li conoscete, dopo questo live sarete degli esperti in materia. Giocando con le parole, possiamo sfruttare la radice etimologica dell'aggettivo in riferimento, appunto, al principio. Agli esordi, a quei primi album di cui i TARM, durante questo live, ci offrono ben più di un assaggio.

Danno il via alle danze i *Luminal* e il loro rock che trasuda una rabbia impulsiva, incontrollata, energica.

L'ingresso dei **Tre Allegri Ragazzi Morti** è un classico, quello che tutti i fan aspettano: eccoli entrare, con la maschera-feticcio di sempre (**Davide Toffolo** indossa il suo solito vestito da zombi peloso) e con l'usuale voglia di concedersi interamente al pubblico. In-te-ra-men-te. Ventiquattro canzoni, una scaletta così generosa non è da tutti. Apertura che stupisce, quella affidata a "**La tatuata bella**", che in genere è l'immancabile pezzo di chiusura, atta a suggerirci da subito che questo non sarà un concerto come tutti gli altri.



Un excursus dei loro pezzi più famosi, da "Quasi adatti" a "Occhi bassi", dalla pogatissima "Signorina Primavolta" a "La faccia della luna". Poi, ad un tratto, la musica s'interrompe e Toffolo sussurra di mettere via fotocamere e smartphone perché di lì a poco i quattro toglieranno le maschere. Davide spiega che, alle origini della loro ventennale carriera, le emblematiche maschere non esistevano; i quattro brani a venire saranno tutti pezzi storici, che meritano di essere suonati come ai vecchi tempi. E così ci regalano "Rock&Roll dell'idiota", "Quindici anni già", "Fortunello" e "Come mi vuoi". Escono di scena, per rientrare pochi secondi dopo con le maschere sul volto. Che opera omnia sarebbe senza "Mai come voi" o "Francesca ha gli anni che ha"? Al gran finale, addirittura, ci pensa "Batteri" (datata 1995).

Parafrasandoli, i **Tre Allegri Ragazzi Morti** non ci hanno regalato solo "**Bacini e Rock and Roll**". Stasera, più che mai, ci hanno palesato che la bella musica non ha età, insegnato che essa è un testimone da passarsi, un tesoro da tramandare.

Da esperti...a principianti!

Si ringraziano gli organizzatori e tutto lo staff di **Roma Incontra II Mondo** per l'ospitalità.

> Valentina Benvenuti www.100decibel.com



Voodoo Guitars questa volta vi farà scoprire come la Fender è diventata mito, dalla Stratocaster ai giorni nostri.

Nello scorso articolo ci eravamo appena immersi nel mondo della Telecaster. Ormai è fatta, il panorama chitarristico è cambiato, è nata la chitarra elettrica e tutto il mondo ne vuole avere una.

Alla Fender, praticità e funzionalità sono la regola. Non c'è nessun legno pregiato di quelli che si trovano nelle botteghe dei più affermati liutai di archtop. Con l'avvento della Telecaster, la Fender trasforma la chitarra elettrica in un prodotto industriale: la riduce ai suoi elementi essenziali, la costruisce con parti facilmente assemblabili, la produce a costo abbordabile. Il metodo Fender ha come obiettivo una produzione semplice e regolare, ma anche un suono diverso. La Fender non è fatta per un sound "grosso", morbido e *jazzy* come quello Gibson, piuttosto per uno più brillante, acuto, una via di mezzo tra quello pulito di un'acustica e quello tagliente di una lap steel.

Gli affari vanno a gonfie vele e nel 1953 dal centro produzioni escono oltre ai 2 modelli di chitarra elettrica ben 7 modelli di amplificatori (Bandmaster, Bassman, Champ, Deluxe, Princeton, Super, Twin Amp), 5 steel guitar e un rivoluzionario basso elettrico, il Precision, lanciato due anni prima.

Leo si dedica con attenzione ai commenti dei chitarristi sulle "sin troppo banali" Esquire e Telecaster e, durante i primi anni Cinquanta, lui e Tavares iniziano a progettare la chitarra che sarebbe diventata la Stratocaster. Qualche musicista si era lamentato perché i bordi taglienti della Telecaster erano scomodi e così il team cerca un modo per smussarli.

La Stratocaster viene lanciata nel 1954 e messa in vendita a \$ 249,50 più \$ 39,50 per la custodia. La prima *solidbody* ad avere 3 pickup, e una leva del vibrato di concezione moderna (chiamata "tremolo") che consente il *pitch-bending* così come effetti sugli accordi che piacciono ai chitarristi. Si tratta della prima unità completa che include ponticello regolabile, *tailpiece* e leva del vibrato. Per l'epoca, un meccanismo tutt'altro che semplice, ma assolutamente efficace. L'unità completa è un tipico esempio della considerazione che Fender ha per le esigenze dei musicisti e della conseguente applicazione di una soluzione tesa a favorirne l'uso di massa.

La Strato presenta una cassa dalla linea armoniosa, la cui forma è mutata dai primi bassi Precision; è disegnata per il comfort del musicista e rifinita sunburst. Persino la spina del jack è nuova, e viene incassata sulla tavola, in basso, di fianco alla leva del tremolo. La Strato ha un look diverso da tutti gli altri strumenti in circolazione. Il design, più che una normale chitarra, ricorda le automobili dell'epoca, specialmente nelle curve morbide e sensuali; un corpo senza tempo, magnificamente proporzionato.

Un esempio perfetto in cui ogni singolo componente si integra a meraviglia con ciò che lo circonda. Non è un caso, dunque, che la Strato venga prodotta ancora oggi e che sia diventata la chitarra elettrica più popolare, più copiata, più desiderata e (molto probabilmente) più suonata di sempre. Di fatto, tutti i più grandi chitarristi della storia ne hanno avuta almeno una tra le mani.

I modelli successivi della Fender vengono presentati nel 1956, si tratta di chitarre da studio, definite come "ideali per studenti e adulti con mani piccole", sono concepite per chi ha un budget limitato, per i principianti, che riempiono i negozi di strumenti/scuole di musica che all'epoca stanno spuntando come i funghi negli Stati Uniti.

Quindi, la Fender crea uno strumento di alta gamma. La Jazzmaster compare per la prima volta nel listino Fender nel 1958, venduta a \$ 329. Dato il prezzo, Fender la pubblicizza come «la più bella chitarra d'America... Ineguagliabile nel design e nella performance».

Sicuramente ciò che in principio colpisce è l'inusuale forma asimmetrica della cassa e per la prima volta la tastiera in palissandro incollata sul classico manico in acero. Anche il sistema del vibrato è nuovo, con un bloccaggio, mal concepito, teso a prevenire problemi di accordatura nel caso in cui una corda si rompa.

Il suono della Jazzmaster non è scelto a caso: quel timbro morbido è indirizzato proprio ai jazzisti. Purtroppo però, i chitarristi jazz trovano questa solidbody difficile da suonare e gli aficionados del suono Fender preferiscono le loro vecchie Tele e Strato.



La sorte della Fender va di pari passo con l'industria automobilistica sia nel look che nell'evoluzione delle vernici utilizzate.

Con l'ingresso negli anni Sessanta, la Fender (oltre alle chitarre elettriche) sviluppa una vasta gamma di prodotti. Il listino elenca ben 13 amplificatori, 5 steel guitar, 2 pedal steel, e 2 bassi elettrici.

La successiva sei corde presentata dalla Fender è la Jaguar, che esce nel '62. Dalla cassa molto simile alla Jazzmaster condivide anche il ponticello separato e l'unità vibrato con l'aggiunta di una sordina meccanica a molle posizionata sul ponte. Il design riprende quello Strato, sinuoso e con i pannelli di controllo cromati, ma per la prima volta su una Fender la tastiera presenta 22 tasti, la scala ridotta più vicina allo standard Gibson e un'elettronica studiata per sfruttare i tagli di frequenza in maniera differente a seconda delle necessità del musicista.

Insomma, a partire dal 1960 sembra chiaro che la Fender sia diventata un'azienda di successo.

In un periodo relativamente breve la brillante creatività del trio Tele, Precision, Strato è in grado di installare nella mente dei musicisti e dei fabbricanti di chitarre l'idea che la *solidbody* sia uno strumento moderno.

L'azienda si trova proprio nel mezzo della rivoluzione rock'n'roll fra la fine del 1950 e gli inizi del 1960 ed è pronta ad assicurare ai musicisti un rifornimento continuo di strumenti a prezzi competitivi.

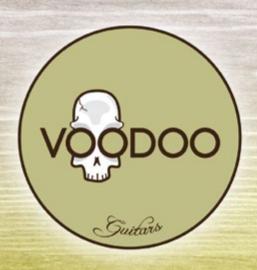
La storia di questo colosso industriale sconfina oltre oceano, prima in Europa e poi negli altri continenti. Nel 1965 appare perciò destinata a lasciare il segno nel mondo della musica e nel gennaio del medesimo anno l'intera società viene venduta per 13 milioni di dollari alla potente Columbia Broadcasting System Inc., ovvero la nota CBS. Leo continua a lavorare come consulente per la ricerca per altri 5 anni ma senza avere più molta voce in capitolo venendo estromesso dagli uffici.

La nuova gestione aziendale è tutta concentrata sul volume d'affari gestito da tecnici con training universitario, credono in volumi di produzione elevati, mentre la vecchia guardia Fender, cioè il team che ha saputo far crescere l'azienda sino al punto in cui si trova, è formata da artigiani esperti, ma senza titolo di studio.

Il percorso artistico di Leo continua, sempre legato al settore musicale e indirizzato alla ricerca di soluzioni pratiche ma ormai il marchio Fender, passato in altre mani, non sarà più legato al suo genio creativo.

Al prossimo appuntamento.... "WOOD, SOUL & ROCK'N'ROLL!"

Dario Ferrari & Matteo Gherardi



VOODOO GUITARS LIUTERIA MODERNA

Set-up, costruzione, restauro, customizzazioni, rettifiche, incollaggi, verniciature HiGloss, cambio tasti, impianti elettrici e molto altro

Web: www.voodooguitars.it

Mobile: 380 369 46 41 // 328 567 52 80 Where: Via Patrizi, 20 - Frascati, Italy

FRANCESCA RADICETTA ART&DESIGN

www.radicetta.com info@radicetta.com

Facebook





SITIWEB//STAMPA SOCIALMARKETING FACEBOOK//TWITTER



GRAFICHECD&CO WEBDESIGN//BOOKS GRAPHICDESIGN



PITTURA//DISEGNO GRAPHICDESIGN



DISCULLER

Eventi e Management

Info e contatti: www.facebook.com/discoverfest

349 6764758 - 340 6411717

SOUNDREEF LIVE! PER CANTAUTORI E BAND



registrati su: www.soundreef.com e info@soundreef.com

DALL'EUROPA ARRIVA SOUNDREEF: dopo il tuo concerto, i tuoi guadagni online entro 7gg ed il pagamento entro 90gg.