

INFORMAZIONE MUSICALE PER ARTISTI EMERGENTI

EXIT WELL

magazine



IL TRITACARNE

Come la crisi ha cambiato il mondo della musica

IL SUONO

Come è influenzato dal nostro strumento

PROMOBAND

- 3chevedonoilRE
- Velodrama
- WakeUpCall

LABEL

L'amore ai tempi delle etichette indipendenti



TARKUS RECORDS

**Negoziò di dischi e Alta Fedeltà specializzato
nella vendita (nuovo e usato) di LP, CD, DVD,
libri, riviste, gadget, strumenti musicali, accessori
e componenti HI-FI con saletta d'ascolto Aquatarkus.**

Vendita per corrispondenza.

Acquistiamo in blocco e permutiamo CD, LP, 45 giri italiani e stranieri.

**5% di sconto su tutto il materiale in vendita - 10% di sconto sul vinile usato
a tutti gli abbonati Musikbox**

**Via Andrea Baldi, 29 - 00136 Roma (Zona Balduina)
tel/fax 06.35340372 - e-mail: tarkusrecords@gmail.com
www.tarkusrecords.com - facebook: Tarkus records, negozio dischi**



Disponibili rarità per collezionisti

INFORMAZIONE MUSICALE PER ARTISTI EMERGENTI
EXITWELL
 magazine

Rivista di informazione musicale e guida alle band ed artisti emergenti
www.exitwell.com

Direttore

Anselmo Patacchini

Editore

Paolo Ansali

Direttore Responsabile

Antonio Ranalli

Direzione, Redazione

Via Panisperna, 186/187
 00184 - Roma (Italy)
 Tel.06.483118 - 328.6026612
 e-mail: magazine@exitwell.com

Caporedattori

Francesco Galassi
 Riccardo De Stefano

Hanno collaborato

Valerio Cesari
 Daniele Coluzzi
 Mad Curtis
 Sergio Di Giangregorio
 Dario Ferrari
 Matteo Gherardi
 Agnese Monaco
 Adriana Perra
 Giuseppe Russo
 Ivano Salomone
 Umberto Sartini
 Danilo Silvestri
 Flavio Talamonti

Pubblicità musicale ed extra settore

Via Panisperna, 186/187
 00184 - Roma (Italy)
 Tel.06.483118 328.6026612

Stampa

GRAFICA RIPOLI snc
 Via Paterno - Zona artigianale
 Villa Adriana (Tivoli)

Impaginazione e grafica

Francesca Radicetta

Amministrazione

Via Amedeo Crivellucci, 19
 00189 - Roma

Articoli, manoscritti ed eventuali fotografie, inviati senza preventivo accordo, non si restituiscono. La riproduzione anche parziale degli articoli è permessa solo dietro autorizzazione scritta.

Finito di stampare: dicembre 2012



- 5 ● **EDITORIALE**
- 6 ● **IN COPERTINA**
Il tritacarne
- 8 ● **MIXER**
Un primo approccio allo studio
- 10 ● **LE INTERVISTE**
David Petrosino
- 12 ● **HUMAN**
Vietato toccare
- 13 ● **SUL PALCO**
Dietro e davanti al MIXER
- 16 ● **PROMOBAND**
3chevedonoilrE
Velodrama
WakeUpCall
- 20 ● **STRUMENTI MUSICALI**
IL SUONO
Come è influenzato dal nostro strumento
- 22 ● **IL RECENSORE**
Zephiro - *Kawaita me*
Musicphobia - *T.W.S.A.*
- 24 ● **SUONARE SUONARE**
Suonare o non suonare, questo è il problema
- 26 ● **LABEL**
L'AMORE ai tempi delle etichette INDIPENDENTI
- 28 ● **SPECIALE BEATLES**
Per il Giubileo di LOVE ME DO



GREENMOUNTAIN AUDIO

4 sale di ripresa, regia ed una comoda living room offrono professionalità e flessibilità totale degli spazi, nonché una moltitudine di soluzioni sonore. Siamo a Roma, in zona Monteverde.

Danilo Silvestri

Mail: dan.976@libero.it

Mobile: 349 564 17 90



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

INDIECITY

The Fanzine



INDIECITY PER C-YOU

Indiecity sbarca sul web con una trasmissione dedicata alla musica indipendente. Ogni puntata un gruppo ospite per dar voce a chi canta fuori dal coro.

Ogni mercoledì dalle 21 su www.c-you.tv (canale ROMIX)



Regaliamo emozioni...

E così dopo Musikbox, Vintage!, Rondò e Calciomania sono pronto a iniziare una nuova, avvincente e fantastica avventura che spero possa regalare emozioni vere a tutti Voi graditissimi lettori. Non costa nulla. Questa volta la rivista la diamo in omaggio: per diffondere il nostro Credo abbiamo deciso di realizzare una free press di squisito livello grafico e di alti contenuti per salvaguardare le band e gli artisti emergenti tutti (dai rock al jazz, dal progressive alla classica, senza distinzione fra generi) dai troppi squali, famelici e senza scrupoli, che navigano attorno al mondo musicale. Ci avvarremo del web e di tutte le sue diavolerie, ma uno dei punti di forza sarà costituito proprio da **ExitWell Magazine**, giornale bimestrale distribuito gratuitamente. Ho sempre creduto nella carta stampata, e ora, in un periodo di enorme crisi, dove via via stanno scomparendo le riviste e in particolare quelle musicali, la nostra proposta può sembrare una scommessa – in realtà lo è – ma è talmente affascinante che vale la pena rischiare. Un rischio calcolato, però, perché sono affiancato da valenti giovani preparatissimi e competenti con un solo obiettivo: fare Musica nel miglior modo possibile e tenere lontano gli avvoltoi!

Il bellissimo progetto ExitWell ideato dal buon **Francesco Galassi** e da **Francesca Radicetta**, orgogliosamente perfezionato e messo a punto dal sottoscritto attraverso ExitWell Magazine (quinta testata da me fondata e diretta in vent'anni di carta stampata) servirà - e ne sono perfettamente convinto - a dare un aiuto concreto a tutti quei ragazzi che si affacciano e frequentano questo meraviglioso Mondo musicale sempre più irto di difficoltà e sempre più "bazzicato" da persone senza scrupoli.

Colgo l'occasione per fare gli auguri di Buone Feste con la speranza di un 2013 ricco di soddisfazioni e di piccole, immense gioie per tutti Voi.

Anselmo "Mino" Patacchini

ExitWell Magazine è dedicato a mamma Antonietta e papà Leandro, che dall'alto della Tribuna Paradiso con il sottofondo di Roma Roma Roma, continuano a sventolare un'enorme bandiera giallorossa le cui "folate" mi danno una particolare forza e una incredibile energia creativa. Grazie. Vi voglio un bene immenso... Il vostro affezionatissimo Mino.



Quando, un paio di anni fa, ho avuto la prima intuizione per il progetto ExitWell,

ho capito subito che sarebbe stato mio dovere realizzarlo, per me e per gli altri. Da quel momento ExitWell è stato un'ossessione, ogni persona che incontravo, ogni band che ascoltavo, ogni situazione nella quale mi trovavo, tutto era ricondotto dal mio cervello a ExitWell.

In due anni il progetto ha goduto di una gestazione che l'ha modellato fino ad arrivare alla forma odierna, in due anni ho capito che per aiutare veramente la musica emergente, bisognava prima di tutto mettere ordine nel marasma che l'avvolge. Con questa rivista vogliamo fare proprio questo, **supportare la musica emergente** grazie ai contenuti! Conoscere il mondo che ci circonda, comprendere il lavoro degli altri e studiare le idee altrui è fondamentale per potersi muovere agevolmente nell'underground musicale. Per fare questo abbiamo affidato le rubriche più tecniche che troverete in queste pagine a dei professionisti, i quali hanno sposato i nostri obiettivi e hanno messo a disposizione nostra e di tutti i lettori la loro esperienza.

Ci tengo a precisare che tutti i collaboratori che partecipano a questa rivista lo fanno a titolo gratuito, il che conferisce **ancor più valore** al loro lavoro e per questo hanno *la mia gratitudine e la mia stima*.

Il desiderio è di **riuscire a vedere un panorama musicale di nuovo fiorento**, vedere finalmente la gente riempire i concerti di band ancora poco conosciute, vedere gestioni di locali e organizzazioni di eventi degni di questo nome lavorare in armonia con gli artisti per fare cultura oltre che spettacolo.

Un progetto come questo da solo non potrà certo cambiare le cose, ma poter essere parte integrante di questo cambiamento è **il sogno su cui si fonda ExitWell**.

Ovviamente se questo sogno si sta pian piano realizzando devo ringraziare tutte quelle persone che, credendo in questo progetto, stanno unendo i loro sforzi ai miei, tutti i collaboratori, importantissimi, senza i quali questo progetto non potrebbe esistere. In particolare un pensiero affettuoso non può non andare a **Francesca Radicetta**, che ha creduto e sostenuto le mie idee fin dall'inizio e che rappresenta per me un sostegno quotidiano; ad **Anselmo Patacchini**, senza il quale non avrei mai trovato lo slancio necessario per concretizzare le mie idee, le quali si sono integrate alle sue creando un progetto vincente; e a **Riccardo De Stefano**, amico fidato e compagno di viaggio in moltissime situazioni.

Francesco Galassi

IL TRITACARNE

Un **neologismo** ormai radicato nel **dizionario della musica contemporanea**. Ma cosa vuol dire esattamente? Un sistema usa e getta che non appartiene a nessuno. In questo articolo studiamo da vicino **i nuovi meccanismi dello star system**.

Sono cresciuto, come voi, con il mito della rock star. Fama, successo, fiumi di donne, tanti soldi da non saperli contare, camere d'albergo distrutte e folle oceaniche ad ogni spostamento. Sono cresciuto sognando i concerti dei Led Zeppelin, dei Doors, fans osannanti, alcol e droghe. Sono cresciuto credendo nell'iconografia del musicista, portatore sano di cultura, destabilizzatore sociale. Sono cresciuto sognando di diventare parte di quel paradiso. Ho iniziato a suonare ed improvvisamente sono riatterrato nell'Italia odierna.

Non voglio fare discorsi del tipo "la musica di una volta", non credo che il rock sia morto, sono anzi convinto che la musica, come ogni cosa in questo mondo, sia oggetto di un continuo mutamento, un flusso che si mescola e rimescola in continuazione, con punte di geniale innovazione, certo, ma mai troppo distante da un qualcosa di già sperimentato, per chi ha voglia di andare ad indagare. Una cosa è certa, arricchirsi di musica è oggi cosa per pochi, soprattutto nel nostro paese.

Non amo particolarmente gli esterofili, non credo che all'estero si faccia musica migliore; c'è certamente però un diverso modo di vivere la musica da parte di chi la ascolta e di chi la gestisce. Qui ci sarebbe da approfondire con fiumi di parole, ma lo lascio volentieri ad altre rubriche di questa rivista. Mi limito a precisare che **in nessun modo si ha in questo articolo la volontà di demonizzare il nostro paese per partito preso**.

In Italia oggi ci sono tre fasce di artisti in ambito musicale: in alto i "grandi artisti", perlopiù mummie da esportazione, banali e fiacche copie di se stessi che riempiono stadi solo col proprio nome. In basso ci siete voi, musicisti emergenti che arrancano tra un concerto non retribuito ed un disco che avete pagato lavorando in nero in un pub. **In mezzo c'è il Tritacarne discografico**.

Ma cos'è il Tritacarne? È quel meccanismo discografico attraverso il quale vengono generati e "distrutti" artisti in maniera ciclica. Un esempio evidente del lavoro del

Tritacarne è il **talent show**, l'Innominabile, considerato dalla maggioranza dei musicisti un demone che fagocita cultura. Il perché di tanto disprezzo è chiaro, in nessun modo uno show televisivo che fa della competizione e del turpiloquio la sua "arma di distrazione di massa" potrà dare vero risalto al talento, il che infastidisce non poco chi la musica la vive dal di dentro, anche quelli che di talento in realtà non ne hanno poi molto. Ma qual è il danno più grande di cui il talent show ci fa "dono"? Il problema non risiede soltanto nella **mancanza di talento** dei vincitori (che oserei chiamare vinti), è che questi di talento magari in alcuni casi ne hanno anche, ma non hanno ne la possibilità né il tempo di dimostrarlo. Un giovane artista partecipa al programma, canta, piange, si becca insulti, ripiange, ricanta, vince. Poi fa un disco (straripagato con i ricavi che il programma ha generato), acquistato dalla solita manciata di pubblico che ancora esce dai megastore con un cd in mano; qualcuno fa Sanremo, qualcuno lo vince anche e poi **la luce si spegne**.

Quando la musica passa dalla tv è la tv a dettar legge, e la prima regola della tv è che non esisti se non sei sullo schermo. Ecco allora che come non esistevi prima di mettere la faccia davanti alla telecamera, così torni a non esistere quando la telecamera si spegne. Il problema non è allora avere talento o meno, perché in questo gioco non è necessario averne: basta un buon cantante da karaoke.



illustrazione di Adriana Perra



Facciamo un passo indietro, diciamo delle rock star. Proprio mentre sto scrivendo nei cinema di tutto il mondo viene trasmesso l'evento rock di questo decennio, la reunion dei Led Zeppelin. Nulla da dire, la più importante band della storia, forse secondi solo ai Beatles, ma se nel 2012 l'Evento è un concerto svolto cinque anni fa da una band che ha ufficialmente chiuso i battenti nel 1980 un motivo ci sarà.

Mia nonna direbbe che una volta le cose venivano realizzate per durare nel tempo, questo è il punto. Il mercato discografico dovrebbe promuovere la qualità ed il talento non solo per un fatto culturale, ma proprio per proporre ai suoi clienti un prodotto destinato a durare nel tempo. Il Tritacarne **fa l'esatto opposto**: prende un prodotto banale, lo spinge al massimo per convincere i propri clienti della sua qualità e quando ne ha tratto i guadagni sperati lo abbandona lasciandolo morire in un "ti ricordi quello là... come si chiamava?".



Difficile capire se un tale meccanismo sia stato studiato per far fronte ad una crisi nera come quella del mercato discografico o se invece ne sia una delle cause, certo è che ogni nuovo album prodotto dal Tritacarne è come un colpo di defibrillatore ad un sistema ormai morente. Altrettanto evidente è che per le grandi case discografiche questa rappresenta, secondo una logica che sfugge al sottoscritto, la Soluzione ai loro problemi.

Come si introduce una promettente band emergente in questo discorso? Non si introduce! Il Tritacarne risparmia la band (intesa come nucleo di musicisti che uniscono i propri sforzi in un progetto originale) e questo, permettetemi, mi fa tirare un sospiro di sollievo.

La band non è "televisiva", ringraziando il cielo.

Essa si muove invece in una selva di situazioni, personaggi ed eventi che comunemente chiamiamo underground e che non ha nulla a che fare con il mercato discografico come è stato descritto fin qui, vive di regole diverse e diverso è il modo col quale ci si rapporta.



"Difficile capire se un tale meccanismo sia stato studiato per far fronte ad una crisi nera come quella del mercato discografico o se invece ne sia una delle cause..."

Trovare il proprio posto in questo marasma è complicato, a volte snervante o addirittura avvilente, è il mondo della musica emergente, conoscerlo è alla base di un processo di crescita artistica e propedeutico alla realizzazione di un progetto. Alla scuola di musica avete imparato a suonare il vostro strumento, ma per dare corpo alle vostre idee dovete sapere come muovervi, come rapportarvi con le figure che vi troverete davanti e quale strada sia la più adatta a voi e al vostro progetto.

Se la crisi del mercato discografico porta dei vantaggi, uno di questi è proprio la possibilità di potersi svincolare da esso, in una scena musicale che sempre di più si avvicina ad una totale libertà espressiva, senza tendenze studiate a tavolino, senza indagini di mercato o studi di settore, ognuno fa ciò che vuole, nel modo che ritiene opportuno.

Francesco Galassi

**EXITWELL È ANCHE
GRAPHIC DESIGN**



Affidaci la grafica del tuo **album**, il **marchio** della tua band, il tuo **sito web**!

Per saperne di più vai su **www.exitwell.com** oppure scrivici a **servizi@exitwell.com**





LA PREPRODUZIONE: IL PRIMO PASSO

*Un cordiale benvenuto ai lettori della rubrica **MIXER**, in questo spazio affronteremo situazioni ed aneddoti che legano un gruppo musicale, solista o altro, allo studio di registrazione.*

In questa prima uscita partiremo dall'analizzare le fasi della pre-produzione, fasi che precedono le sessioni vere e proprie in studio, ma di vitale importanza per la riuscita del prodotto finale. La redazione sarà felice in futuro di analizzare anche argomenti proposti dai nostri lettori!

Partiamo subito dal concetto che negli ultimi anni la tecnologia digitale ha permesso di abbassare notevolmente i costi di gestione, e parallelamente anche le tariffe di uno studio; questo processo ha dato vita ad un fitto sottobosco di strutture semi professionali, in grado comunque di portare a termine un buon lavoro a prezzi contenuti, aprendo di fatto le porte della produzione musicale a tutti.

Non mi dilungherò ora sulle riflessioni legate al processo di sviluppo degli studi di registrazione, argomento che per altro mi sta particolarmente a cuore, di certo però sarebbe d'obbligo per ogni musicista che si appresta a scegliere uno studio, farsi delle domande specifiche e non scegliere solo in base alla vicinanza.

Erroneamente la maggior parte dei musicisti si pone a priori il quesito legato al **budget economico**, sia quello a disposizione sia quello necessario per accedere ad una determinata struttura, ma a mio avviso ci sarebbe un'altra domanda da porsi prima ancora che riguarda il numero e l'effettiva valenza dei brani a disposizione dell'artista; brani che, si suppone, abbiano già raggiunto la maturità necessaria per finire su disco. In effetti tutto parte da questo punto perché è della **sostanza** che stiamo parlando.

Non vorrei scadere nella banalità, e di certo non mi lancerò in analisi sommarie sulla crisi del mercato musicale, ma sicuramente senza qualità tecnico/artistiche non si lascia il segno; credo che il surplus di produzioni derivate, anche major, prive di ispirazione spontanea, metaforicamente vuote, che hanno visto la luce nell'ultimo decennio abbiano solo contribuito a saturare il mercato



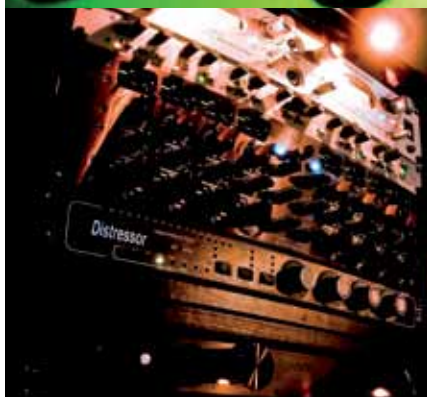
invece che aumentare lo spazio e la visibilità dell'underground come si sperava.

Una band dovrebbe preoccuparsi di fare dei provini delle loro canzoni, anche catturate alla buona durante un concerto, e cercare persone *addette ai lavori* disposte ad ascoltare i brani per dare loro un consiglio su quali selezionare per la registrazione.

In questa fase non conta come sono registrati i brani: con un minimo di attenzione ai volumi in sala prove ed un banale telefono cellulare si può registrare un provino decente che è già sufficiente ad un produttore per capire se quel determinato brano ha una potenzialità o meno! È notoriamente difficile essere obiettivi con se stessi, ecco perché di solito ogni band ha un pezzo che snobba, ma che in realtà ha un potenziale maggiore di altri da loro considerati migliori.

A questo punto è chiaro, ed inesorabile, che il budget a disposizione è importante, ma analizzerei questo aspetto per inserire un concetto più ampio che riassumerei in "target di produzione"; cioè proporzionare la spesa di produzione rispetto al target qualitativo necessario per uscire con un prodotto competitivo in una determinata fetta della scena musicale.

Produrre un disco è un processo lungo, mediamente più lungo di quello che ognuno pensi, e quindi anche costoso, sia a livello nervoso che economico; spesso i gruppi si



lasciano ammalare dall'idea di registrare un disco quando per loro è del tutto prematuro farlo perché magari hanno solo tre brani veramente buoni.

La selezione dei brani diventa vitale per poter proporzionare correttamente il budget e fare quindi una scelta di "target di produzione" adeguata al proprio sviluppo artistico.

Per fare una valutazione più dettagliata bisogna anche analizzare il tipo di musica che si vuole produrre, semplifichiamo il concetto con un esempio: produrre un pezzo *electro-pop* pieno di elettronica e ghirigori vari sarà molto più difficile e dispendioso rispetto ad un pezzo *punk* semplice e diretto.

Lo stesso budget ha margini ben diversi **in funzione della situazione**: la cifra necessaria a realizzare un disco curato per il gruppo punk di cui sopra è la stessa necessaria al gruppo *electro-pop* per realizzare a malapena tre brani! Allo stesso tempo però il target qualitativo per una produzione *electro-pop* è alto e sarebbe controproducente per la band non rispettare gli standard di produzione del genere.

Questo è il momento in cui spesso si incappa nell'errore di optare per una produzione low cost purché di un disco intero, scelta che secondo me non ha senso. Poniamo il caso che una band abbia davvero la fortuna (e la bravura!) di aver scritto tre brani forti, magari anche con del potenziale radiofonico, sprecarli all'interno di una sessione approssimativa per mancanza di tempo sarebbe un autogol che pregiudicherebbe le potenzialità, e magari anche il futuro, della band stessa.

...La storia musicale è piena di vite cambiate da una sola canzone... e non parlo solo dell'era a 45 giri...

Secondo la mia esperienza, in assenza del budget adeguato al "target di produzione" per un disco intero da dieci canzoni, è preferibile realizzare produzioni più brevi, da quattro o cinque brani, purché ben selezionati.

Produzioni curate nei particolari, in studi migliori e con l'aiuto di un produttore se possibile, produzioni che abbiano quantomeno la velleità di un contenuto da lasciare ai posteri; invece che dischi anonimi registrati di corsa nel garage di casa di un amico, dischi di cui il mercato discografico non sentirebbe comunque la mancanza.

Spero che il mio input possa stimolare i nostri lettori ad analizzare la propria musica in maniera più accurata e selettiva prima di entrare in studio; non farsi prendere dall'idea di fare le cose tanto per farle o per poter dire di averle fatte, ma cercare di essere più lucidi e valutare bene come investire le risorse a disposizione nella maniera più indicata a far progredire il proprio progetto artistico.

Danilo Silvestri

EXITWELL È ANCHE RECORDING SESSION



Con Exitwell puoi anche registrare il tuo album o la tua demo!

Per saperne di più vai su www.exitwell.com oppure scrivici a servizi@exitwell.com



DAVID PETROSINO

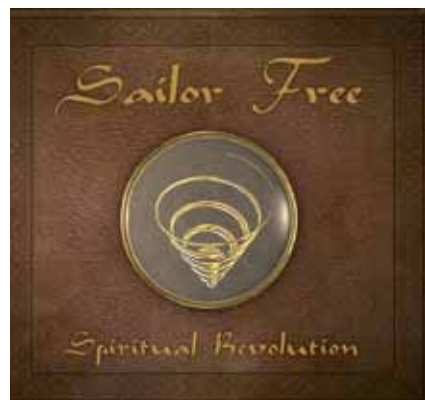
David inizia a suonare il pianoforte fin da giovane, studia musica in Italia e negli Stati Uniti, e fin dai primi anni Ottanta è compositore, autore, interprete in vari gruppi nonché insegnante, fonico e produttore.

David Petrosino nasce a Roma il 21/09/1963. Inizia a suonare il pianoforte in giovanissima età, studia musica in Italia e negli Stati Uniti, e fin dai primi anni Ottanta è compositore, autore, interprete in vari gruppi (tra gli altri: Lunar Sex, Sailor Free, Handala), nonché insegnante, fonico e produttore (Pino Marino, E Zezi, Claudio Lolli, Enrico Capuano, e tanti altri). Abbiamo chiacchierato con lui in occasione dell'uscita dell'ultimo album dei Sailor Free, Spiritual Revolution, parlando del disco, della sua genesi, della situazione del mondo della musica in Italia, raccogliendo suggerimenti utili e interessanti per chiunque voglia affacciarsi seriamente - o già lo sta facendo - al mondo della musica.

“L'idea di partenza del nostro nuovo disco *Spiritual Revolution* nasce una quindicina d'anni fa prendendo spunto dalla storia di Beren e Lúthien - un racconto contenuto all'interno del Silmarillion di Tolkien - che riesce, nonostante la sua brevità, ad avere l'intensità di un grande libro poiché affronta grandi temi universali come l'Amore, il Tradimento, la Ricerca, la Condivisione della Conoscenza. Il fascino di questo racconto ci ha portato a compiere un percorso di ricerca - musicale e non - lungo il quale abbiamo incontrato il sito www.srpeople.org (Spiritual Revolution People) che promuove un'idea attiva e pratica di Rivoluzione Spirituale. Il percorso del sito, che noi abbiamo fatto nostro, propone la liberazione dai meccanismi che il Sistema utilizza per tenerci imbrigliati e la preparazione al grande Cambiamento che sta arrivando suggerendo, in previsione di ciò, metodi pratici e strumenti vari. Unendo gli elementi del racconto di Tolkien e della *Spiritual Revolution* abbiamo scritto una storia originale che si sviluppa lungo tutto il nostro album: un racconto di fantascienza, ambientato in un futuro prossimo, dove i protagonisti vivono avventure che richiamano alla storia di Beren e Lúthien.

Con *Spiritual Revolution* non abbiamo voluto solo scrivere un disco, ma anche contribuire al Cambiamento, aiutare nella formazione di un metodo, attraverso un disco che possa lasciare ad ogni ascolto “residui” utili a questo processo di cambiamento: in questo momento storico, e attraverso i molteplici mezzi di comunicazione a disposizione, molti hanno raggiunto la Conoscenza, la consapevolezza di ciò che sta accadendo, ma pochissimi riescono a metterla in pratica nelle loro vite, sia perché non ancora profondamente radicata, sia perché il Sistema lascia pochissima libertà di movimento, ed è perciò difficile portare attivamente nella propria vita questo tipo di consapevolezza.

Il problema è che quelle che noi definiamo scelte personali in realtà sono effettuate all'interno di pochi parametri che il Sistema impone. Questo discorso vale anche per quel che riguarda il problema dell'omologazione musicale,



putroppo. Noi Sailor Free ci riferiamo agli anni Settanta non tanto dal punto di vista musicale, ma per il loro spirito: in quegli anni c'era una libertà creativa enorme, non si seguiva uno stile imperante; ora invece sono pochissime le cose che escono fuori da un magma omologato che suona tutto uguale. Per questo penso che se avessi la possibi-





lità economica e il tempo di farlo, vorrei mettere in piedi un'associazione che organizzi una campagna continuativa per distruggere i contest e tutto quello che c'è intorno. Tutti quelli che a qualsiasi livello organizzano contest per me sono dei buffoni che devono chiudere: all'interno di questo mondo si muovono promoter e localari incapaci di fare il loro lavoro, che sfruttano il desiderio creativo e di esibirsi dei giovani per portare a casa la pagnotta senza fare serio rischio d'impresa, delegando alle stesse band parte del lavoro di organizzazione.

Se i musicisti devono occuparsi di queste cose, rubano tempo al loro lavoro, alla loro ricerca musicale e artistica. I giovani devono capire di avere loro in mano il potere, che il loro lavoro viene sfruttato e proprio per questo spesso ne risente dal punto di vista qualitativo: proprio per questo devono concentrarsi maggiormente su di esso, dedicarsi di più alla loro ricerca facendola con sincerità, e ribellarsi contro chiunque chieda loro dei soldi per suonare; se tutti loro prendessero questa decisione, non ci sarebbero più queste realtà di sfruttamento, e i giovani potrebbero organizzarsi i loro concerti nel modo migliore, riuscendo anche a fare seria impresa. A volte ai giovani manca anche un serio progetto di lavoro a lungo termine, un altro problema nel quale possono far breccia i contest che danno la possibilità di partecipare a grandi eventi: si pensa che l'eventuale partecipazione all'evento sia un punto di arrivo, ma se non è inserita all'interno di una visione più ampia del proprio lavoro artistico, rischia di diventare una situazione fine a se stessa, non programmata e quindi non sfruttata nel modo più corretto e utile. Il fatto è che per imparare un lavoro, qualsiasi tipo di lavoro, ci vuole tempo e dedizione: un altro meccanismo utilizzato dal Sistema per ottenere l'omologazione è indurre un'errata percezione del tempo che passa, facendo credere che bisogna correre, fare in fretta, trovare scorciatoie, essere sempre i più veloci, e spesso si ha la pretesa di saper fare qualcosa solo se la si impara a fare nel minor tempo possibile. Questo atteggiamento porta ad accettare condizioni di lavoro assurde, portando a un abbassamento generale della qualità del lavoro: bisogna riscoprire l'apprendistato, la cosiddetta "bottega", in qualunque tipo di lavoro, compresa la musica, e scoprire così se si ha veramente la passione per quel lavoro.

Noi per *Spiritual Revolution* abbiamo impiegato quattordici anni (con un lavoro continuativo negli ultimi due), avendo

a disposizione pochi mezzi, ma mantenendo un atteggiamento serio di ricerca e muovendoci al di fuori dei grandi meccanismi economici, perché ci abbiamo creduto e ci crediamo, e per noi questo è molto importante: l'artista deve muoversi per fede, per convinzione, per ottusa passione, per esaltazione, deve ricercare o provare a farlo costantemente.

Anche perché con l'omologazione non si arriva comunque a grandi guadagni. In Italia la gente che vive di musica con un percorso artistico serio la possiamo contare sulle dita di una mano; e allora tanto vale fare il musicista rispettandosi: bisogna suonare per se stessi, non per fare soldi. Visto che non si può vivere di sola musica, visto che saranno sempre di più i soldi spesi che i soldi guadagnati - questo qualunque musicista lo sa - allora tanto vale fare musica con serietà.

Chi, con l'alibi del dover campare, si omologa, non ha niente a che fare con la musica o la ricerca artistica: questo è fare intrattenimento. Non ho nulla verso chi fa questa scelta, ma in questo modo è inevitabile che si vada a intaccare la ricerca e la sensibilità artistica: come faccio a scrivere musica pensando di accontentare qualcuno o di assomigliare a qualcosa, e allo stesso tempo essere sincero? Non parlo ovviamente dell'essere ispirati dalla musica ascoltata e fruita, che è naturale e inevitabile. È anche grazie a questo spirito che il nostro album suona come un disco internazionale, è la dimostrazione pratica di qualcosa di possibile se si ha volontà, e se si ha volontà si riesce a trovare il tempo necessario per portare a termine i propri progetti. Più tempo si riesce a dedicare al proprio progetto, più si potrà ottenere un ottimo risultato. Su un disco internazionale molta gente si dedica a tempo pieno alla realizzazione dell'album; un gruppo giovane non può pretendere di avvicinarsi ad un risultato simile con una quantità di tempo non paragonabile a quella utilizzata dalle grandi produzioni, e questo può essere molto frustrante. Ma è un meccanismo che va accettato, altrimenti si lascerà la musica e l'arte in generale solo a chi se la può permettere, determinando una divisione classista degli artisti.

Bisogna quindi ritagliarsi il tempo in maniera faticosa, lavorare molte notti, ma si può fare. Noi speriamo che *Spiritual Revolution* abbia una buona diffusione, e che possa ripagarci degli sforzi fatti, anche economicamente, ma sappiamo che tutto questo deve avvenire dopo la realizzazione di uno scopo artistico: il denaro nell'arte e nella musica non deve essere l'obiettivo da raggiungere, ma un effetto secondario".

*Ringraziando David Petrosino per la splendida e piacevole chiacchierata, vi ricordiamo che **Spiritual Revolution dei Sailor Free** è acquistabile ordinandone una copia fisica attraverso il sito www.sailorfree.com, oppure in digitale su iTunes o su Amazon.*

Flavio Talamonti

VIETATO TOCCARE



“...Contemplare la merendina delle merendine o ammirare *Rummenigge*, in versione adesiva, poteva avere un senso. Ma *non toccare i dischi* era troppo. *Troppo affascinante*”.

Vietato toccarla.

“*Si guarda ma non si tocca*”. Quante volte, nella meglio pubertà, abbiamo dovuto riportare in sicurezza la nostra mano prima che l'adulto di turno la colpisse con una fastidiosissima non violenza? Tante. Troppe. Ma anche rimpiante, oggi. Adesso, se le mani le avessimo allungate verso la *merendina filosofale* o sulle figurine Panini del fratellone dal calcione facile, vabbè, alle lunghe una ragione ce la saremmo anche fatta. Contemplare la merendina delle merendine o ammirare *Rummenigge*, in versione adesiva, poteva avere un senso. Ma “non toccare i dischi, guardali e basta” era troppo. *Troppo affascinante*.

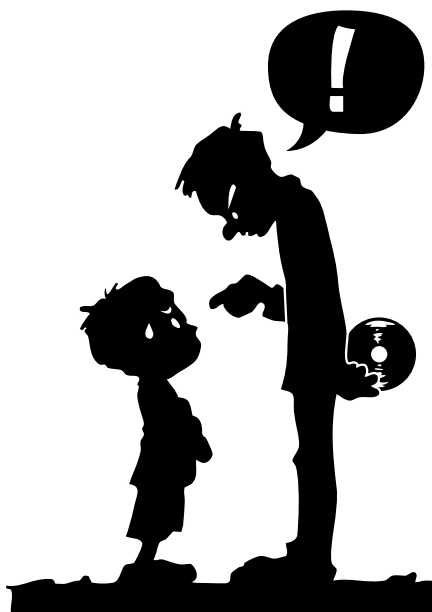
Guardare un disco? Cioè, la musica si poteva toccare e anche guardare. Ma tu potevi solo guardarla. Quale era il rischio associato alle conseguenze del tuo tocco? “La rovini (la musica), e poi non si sente più”. Guardare, toccare, ascoltare. La musica si poteva anche ascoltare. Ma per ascoltarla era necessario compiere una serie di gesti, in sequenza, che anche se al catechismo non c'eri mai stato, tu ai miracoli ci avresti creduto per sempre. Azioni che tu potevi solo osservare. Guardare il disco, sceglierlo, toccarlo, estrarlo con cura dalla sua “culla”, poggiarlo sul piatto del giradischi e attendere qualche istante il suo risveglio. Eccolo, il miracolo. Ma tu lo avevi solo visto e ascoltato. Non lo avevi toccato. *Era vietato*. Un giorno ti avrebbero consegnato le chiavi di casa, ti avrebbero comprato il motorino, lei ti

avrebbe finalmente “lasciato entrare”. Momenti in cui ti saresti sentito un Dio. Ma tu i miracoli li avevi già fatti. Molto tempo prima. Più e più volte. Il sabato mattina, quando i tuoi uscivano per fare la spesa. E tu eri abbastanza grande per restare a casa da solo, perché ormai *avevi smesso di usare lo scopino del water per uccidere gli invasori alieni*. Salutare mamma e papà, distrattamente, mentre fingevi di essere assorto davanti allo schermo del tuo Amiga 500. “Fai il bravo, mi raccomando e apri solo se è il postino” (no, non avevi il videocitofono, ma era prassi affacciarsi al balcone. Se c'era la bicicletta azzurra poggiata col pedale sul marciapiede, allora potevi aprire). *Erano usciti*.

La casa era tua e il cane non avrebbe mai fatto la spia, neanche sotto tortura. Un morso alla merendina filosofale, una mischiata alle figurine del “big brother” e via, di corsa verso il tempio. Il soggiorno. Ogni sabato, uno, dieci, cento miracoli. Guardavi, sceglievi, toccavi, ascoltavvi. Annusavi anche. Subito dopo averlo levato dal piatto. L'odore del vinile caldo ti inebriava quasi quanto quello della benzina. Vietato toccare, sì. Ma per i comuni mortali. Tu ormai eri un Dio. E per te la regola non contava più.

La vita ti aveva messo sul “piatto”, ormai. E ti toccava girare. Il *vietato toccare* (la musica) sarebbe diventato, di lì a poco, “*vietato toccarti*”. Ma questa è un'altra storia. Un'altra sfida che avresti vinto. *Alla grande*.

Ivano Salomone





DIETRO E DAVANTI AL MIXER

*In questa rubrica troverete approfondimenti sulle dinamiche e sulle tematiche relative all'interazione tra **fonico** e **band**. Evidenziate le difficoltà e i problemi più comuni, cerchiamo di offrire soluzioni molto importanti per un musicista (facili regole di convivenza, il **palco ideale**, il **musicista ideale**, schede tecniche e recensioni di strumentazione da palco).*

Ciao ragazzi, vi scrivo per la prima volta da questa rubrica dedicata in maniera specifica al Palco.

Sul palco cercherà di chiarirvi le idee per quanto concerne il grande mondo del live e le sue difficoltà, con particolare riferimento alle situazioni medio/piccole (locali o club da non più di mille persone), con esempi di palchi più o meno conosciuti del territorio romano.

Iniziamo col dire che quando un musicista entra in un locale è come se stesse entrando in casa di qualcuno, e questo qualcuno è il fonico, una figura professionale ancora poco inquadrata, ma dalle mille conoscenze ed esperienze. Quando si parla del fonico, si parla di un tecnico specializzato nel campo dell'audio e di tutte le tecnologie che lo riguardano, che conosce - o dovrebbe conoscere - nozioni di fisica acustica e di teoria musicale, e dovrebbe avere molta dimestichezza con le apparecchiature che usa. Ovviamente preferisce lavorare con musicisti informati (categoria che tratteremo più avanti) o, nel migliore dei casi sperati, con dei professionisti.

Purtroppo, lo dico per esperienza personale, la realtà ci pone davanti a tutt'altra faccenda, cosa che indubbiamente mal dispone il fonico facendolo apparire, il più delle volte, rigido e serio. Ma andiamo per gradi.

Egli spesso svolge più compiti all'interno di un locale - e questo non si sa - anche quelli che sarebbero in situazioni più grandi (tipo auditorium, concerti all'aperto, stadi) assolti da altre figure professionali, come ad esempio backliner, liutaio, fonico di palco e di sala, tecnico luci, elettricista, roadie e via dicendo.

Dunque, se all'interno di in un locale medio una sola persona svolgerà tutte, o buona parte delle suddette professioni - spesso senza la minima organizzazione - il fonico

sarà di certo meno propenso al dialogo e alla correzione millimetrica di alcuni parametri del vostro suono.

Sapere interagire con un fonico è fondamentale al fine di ottenere un buon sound per il proprio live: opporsi, fin da subito, alle sue decisioni, per quanto vi possano sembrare assurde, non farà che ritardare e peggiorare il vostro e il suo lavoro. Ricordate sempre che siete in casa "sua", e in quanto ospiti, dovete comportarvi da tali. L'educazione non è mai troppa.

Il musicista esperto - informato è una categoria rara, ma non introvabile. Spesso ci si trova davanti maniaci della **GAS** (gear acquisition syndrome - una sorta di "sindrome da acquisto compulsivo") che conoscono poco quello che hanno, scelgono la propria strumentazione in maniera infantile (a volte per caratteristiche estetiche come il colore o la forma dell'oggetto) semplicemente per mostrarla durante un concerto.

Al contrario, per mia esperienza, il **professionista** esperto raggiunge il locale con meno strumentazione possibile - ovviamente di qualità - perché chi suona spesso in genere è stanco di far scendere dalla macchina quintali di strumentazione ogni volta, e dunque arriva con una chitarra (o basso, sax che si voglia) e lo stretto necessario per un buon suono. Conosce e ha già più o meno settato i suoi suoni, ovviamente potrebbe perdere del tempo a correggerli per adattarsi al nuovo ambiente, ma di sicuro quando salirà sul palco avrà uno strumento accordato, e si limiterà a chiedere due o tre interventi in spia, e nulla di più.

Con questo non intendo dire che chi fa più di tre domande non è un professionista, assolutamente, ma questo potrebbe significare un eccesso di attenzione rispetto a qualcosa che sarà il fonico a gestire punto per punto.



Parliamo ora del locale.

Un buon locale attrezzato dovrebbe avere tutto ciò che possa permettere, al fonico prima e al musicista poi, di lavorare al meglio.

Innanzitutto proprio la presenza o meno del fonico, spesso del tutto assente, rappresenta una buona discriminante per scegliere un locale dove esibirsi, (dove egli non è presente vi è da subito l'impressione di una poca cura nei confronti della musica stessa) direi quindi di escludere a priori quanti non abbiano un addetto alla fonia. In secondo luogo, fondamentale è la presenza di un **impianto**

residente, vale a dire un sistema di casse sempre presente nel locale, che sia adatto alla metratura della sala d'ascolto (approfondiremo in seguito la questione dei watt). Collegato all'impianto, si avrà bisogno poi di un mixer almeno da 12 canali e di almeno 3 spie (casse che riportano il suono ai musicisti).

Questo è, per quanto mi riguarda, il **minimo sindacale** per fare musica dal vivo, ma comunque siamo ancora molto sotto il livello professionale.

Per tendere ad un livello professionale, queste di seguito sono alcune delle cose da avere:

- **Backline (strumenti musicali del locale):** ampli chitarre, ampli basso, tastiera, batteria.
- **Microfoni:** set completo per voci, chitarre, batteria, fiati, percussioni.
- **Luci:** set luci da palco (varie dimensioni)
- **Outboards:** compressori/limiter, riverbero, equalizzatori, schede audio di processamento per hard disk recording, altri mixer (di palco, mixer luci ecc.), piastra cd, pc/mac, monitor regia.

Per adesso vi saluto! Entreremo nel dettaglio delle suddette strumentazioni nei prossimi numeri.

Sergio Di Giangregorio



EXITWELL È ANCHE STUDIO LIVE RECORDING



Un servizio di ripresa audio/video in presa diretta che consente di registrare dal vivo uno o più dei tuoi brani!

Per saperne di più vai su www.exitwell.com oppure scrivici a servizi@exitwell.com



Musikbox

&

EXITWELL
magazine

presentano...

Il meglio della scena indipendente italiana condensato
in un'unica compilation in free download.
Sembra troppo bello ma è vero: vai sul sito www.exitwell.com
e scarica gratuitamente i brani selezionati
Le tue orecchie ci ringrazieranno!



SIKITIKIS
"LE BELLE COSE"
(Infecta Dischi)

Il quartetto cagliaritano - miglior band al MEI nel 2005, nel 2008 in top ten nella INDIE MUSIC LIKE di Isoradio - torna con il suo mix di rock'n'roll, elettronica e melodia italiana. Il nuovo lavoro è in free download su rockit.it dal 19 novembre e da dicembre in distribuzione fisica su www.sikitikis.com



ADRIANO MODICA
"LA SEDIA"
(Cardio a Dinamo)

Ultimo capitolo della Trilogia dei Materiali, dopo Arianna - album di stoffa - e il fantasma ha paura - album di pietra, questo "album di legno" racconta con una raffinatezza cantautorale tutta vintage, l'importanza di ricordare per affrontare il presente con consapevolezza nuova...



LE PISTOLE ALLA TEMPIA
"LA GUERRA DEGLI ELEFANTI"
(Lactobacillus/Infecta)

Hard-rock pesante, ballate acustiche e world music per schierarsi contro i potenti che calpestano ogni giorno la dignità dei più deboli. Prodotto da Max Carinelli (I Così, Pan del Diavolo), mix e mastering di Manuel Fusaroli (Zen Circus, Tre allegri ragazzi morti).



LEBOWSKI & NICO
"PROPAGANDA"
(BloodySound Fucktory)

L'incontro tra i 4 Lebowski e Nico (Butcher Mind Collapse, Jesus Franco & The Drogas), nel segno di un post-punk/noise abrasivo e pungente con incursioni psichedelico/elettroniche, è stato registrato e mixato a "La Sauna" (VA) da Giulio Ragno Favero (Il Teatro degli Orrori).



GIOVANNI MARTON
"OGNI SGUARDO NON E' PERSO"
(Seahorse Recordings)

Un concept-album che suona new-wave, acustico e glam come solo i cantautori d'oltreoceano. 14 brani che declinano il tema degli sguardi: collegamenti ipersensoriali fra le persone, complessi come buchi neri... Con la partecipazione di Lele Battista e Fabio Cinti.



SUNDAY RECOVERY
"COMA"
(Mazepa Records)

Con la collaborazione di Colin Edwin dei Porcupine Tree, un rock dolcemente metal con liriche dense di significato, emozionati e coinvolgenti... Mixato agli Sphere Studios di Londra e masterizzato da John Davis al Metropolis (London).



ZONDINI
"RE-VISIONI DEL TEMPO"
(Ditto Music - Kin Gem)

Come nella migliore delle tradizioni, un disco che nasce da una cocente delusione d'amore. Cantautorato pop un po' dreamy e un po' sbilenco ma certamente evocativo, con la collaborazione di Simona Rovida e di Jonny Lee Hart (Delorean Driver).



LUC ORIENT
"LA VIE A GRAND VITESSE"
(Lademoto Records)

Una delle New Wave band italiane più interessanti negli anni '80: la loro musica è un distillato di rock contemporaneo innestato di black music, elettronica, tracce di folk e velate atmosfere psichedeliche.



LU-PO
"STENDERE LA NOTTE"
(Edizioni Rai - Zimbalam)

Gianluca Porcu scrive musica per la televisione, il teatro, la danza, il cinema. Il suo terzo album è minimalista ed elegante: elettronica che parte da strumenti tradizionali (violino, violoncello, clarinetto) con chitarra e tromboni a guidare le ritmiche.



BORDERLINE SYMPHONY
"RAGAZZE CON PISTOLE"
(Resisto)

Il duo svizzero esordisce con una produzione dal sound vintage: 4 chitarre, 2 tastiere, flauti, shaker, tamburi. Il risultato suona garage-noise e melodico allo stesso tempo: pop music anche per quelli che non amano la pop music.



MAX PETROLIO
"HUMOR POMATA"
(Seahorse Recordings)

Cantautorato con derive rumorose che sanno di jazz, che sanno di urla alla Munch. Poetico e malinconico, altruista e seducente, un album a cui l'ascoltatore deve abbandonarsi in maniera soggettiva, con molteplici chiavi di lettura.



ALEX CAMBISE
"L'UMANA RESISTENZA"
(Ultrasound)

A due anni di distanza dal debutto solista, il folk-bluesman Cambise (chitarrista di Priviero ma non solo) torna a raccontare storie di oggi. Un LP fatto con l'America nelle orecchie, l'Italia nell'anima e un futuro migliore nel cuore.

Ufficio stampa & Management - info@lunatik.it - www.lunatik.it

LUNATIK



3chevedonoilrE

Partiamo da un presupposto fondamentale: i 3chevedonoilrE non sono miei parenti, nessuno di loro è il mio ragazzo e, se guardiamo alla radice etimologica del termine, forse non sono neanche miei amici. Diciamo che lo sono diventati, ecco. Lo sono diventati in quanto fanno buona, ottima musica.

Mi sono imbattuto in loro durante la finale di un contest a cui devo molto e, fin dalla prima nota, ho captato la loro capacità (innata) di spettinare e sedurre l'ascoltatore di fronte: sia esso prevenuto, ben disposto o, semplicemente, stronzo e sordo.

Pur soffrendo del difetto, gravoso, di non sapersi vendere e coltivare quanto meriterebbero e dovrebbero, i 3chevedonoilrE riportano tutto - inevitabilmente - alla dimensione dell'ascolto e del rispetto: il loro primo e unico disco *Nella Baracca di Latta* è un piccolo tesoro di onestà intellettuale. In mezzo ad un mondo di millantatori e figli di altri figli, questa band sforna un lavoro la cui sapienza "tattile" e musicale è sì frutto della loro età (tutti sopra i 30 anni) ma anche e soprattutto della loro abilità, maestra, nel cogliere le più diverse sfumature cellulari della realtà.

Anche in questo caso è inutile star qui a soffermarsi su questo o quel pezzo, anche perché *Nella baracca di latta* è sì un lavoro pregevole ma giustamente ancora immaturo e che, soprattutto, ha bisogno di un ascolto attento e fedele: *Non è vero niente* apre le danze in maniera furiosa, un'erezione stabile e finalizzata; *Festival* segue e rimanda alle loro foto di gruppo, quelle in cui controllano -sapientemente- di non aver acciaccato merda per i marciapiedi di San Lorenzo; *Carmelita* è il manifesto che ogni persona di buon senso adopererebbe negli anni d'oro delle mastoplastiche additive, quando le protesi mammarie ce le hai nel cervello e non altrove; *Il giorno del mio cambiamento* scorre sapientemente tra il pop ed il rock, miscelando alla perfezione entrambi gli elementi di una tradizione che, nell'immediato, ricondurrebbe i 3chevedonoilrE ai Queen del fu *The Game* (1980). Questo solo per descrivere i picchi, massimi, di un album che è comun-

que gradevolissimo nel suo complesso: pur restando, fermi e immobili, nel ribadire che la dimensione di questa band è anzitutto quella dal vivo. Farà strano sentirselo dire, nel mondo degli sguardi fissi all'obiettivo, dei video autoreferenziali e delle foto scaricate a pacchi ma così è.

I 3chevedonoilrE sono un muro di suono irrinunciabile. Imprescindibile.

Tutto questo, purtroppo, ci riconduce però ad un altro discorso, questo sì serio e inquietante: come ha fatto, il mondo della radiofonia, dell'editoria musicale, della discografia indipendente, a non accorgersi (quanto merita) di una simile realtà?

Chiariamoci subito: i 3chevedonoilrE non sono un gruppo di sfollati, non hanno difficoltà a suonare dal vivo e farsi apprezzare, non è questo il punto. Vincono concorsi su concorsi e, quando gli va male, arrivano secondi essenzialmente perché il loro è un linguaggio complesso: e spesso le scorcioie, musicali, vincono.

Non è questo il punto.

Il fatto è che un gruppo così dovrebbe invadere la realtà quotidiana di tutti noi, accompagnarci mentre riempiamo di nulla le nostre fette biscottate e coricarci, dolcemente, quando mettiamo entrambe le mani sotto al cuscino. Mi sorge quasi il dubbio che questi ragazzotti siano troppo bravi per essere veri. Parlare, sanno parlare. Suonare, sanno suonare. Il colpo, lo hanno sempre in canna. A dire quello che devono, dicono quello che devono. La questione è più sostanziale che formale.

Quando penso ai 3chevedonoilrE mi viene immediatamente da associargli **Daniele Luttazzi**: che c'entra, direte voi? E invece secondo me c'è più di un punto in comune.

Il grande problema di Daniele Luttazzi, che per il sottoscritto è addirittura meglio dell'ultimo Metal Gear Solid, non è la censura cui è stato oggetto o ciò che di scomodo



dice: il problema di un Luttazzi è ben altro! Luttazzi è un fuoriclasse in un mondo di mediani faticatori, Luttazzi è Johan Cruijff in mezzo a tanti, troppi Gennaro Gattuso. Stessa cosa dicasi per i 3chevedonoilrE: non una virgola di meno.

Nelle verità di comodo che un ascoltatore italiano medio va costruendosi, tanto per avere un minimo di voce in capitolo, cosa dovrebbe portarlo ad apprezzare un lavoro del genere se non una curiosità veramente “attiva”?

I 3chevedonoilrE non hanno “portato il rock in Italia” a differenza di Vasco e Ligabue, anche se quello è in realtà “usufrutto”: diritto reale di godimento su cosa altrui.

I 3chevedonoilrE non hanno vinto alcun premio al MEI ma in compenso sono andati lì ad ascoltare le perle di saggezza di qualche artista alternativo “sfatto”, talmente sfatto da risultare mainstream.

I 3chevedonoilrE non hanno brani o dischi in streaming su Rockit o XL, perché per forza di cose hanno famiglia.

I 3chevedonoilrE non hanno duettato con Pierpaolo Capovilla: che è bravissimo ma porca puttana è ovunque. E forse, non è neanche colpa sua.

I 3chevedonoilrE sono una metafora esistenziale.

La capacità, ovvero, di andarsi a cercare (un po’ per culo) un disco che vale la pena ascoltare nei giorni dei giorni, riscoprendone ogni volta la sincerità dei primi istanti: quelli in cui fu inserito in un lettore cd che a malapena riusciva a contenerne l’irriverenza.

Chi sono io per dirvi o aggiungere altro? Forse ho già detto troppo, forse ve li ho addirittura resi antipatici, ma non potevo fare altrimenti: non avrei saputo spiegarlo alla mia coscienza, poi.

Posso solo dirvi che più o meno quotidianamente mi capita di ascoltare decine di nuove proposte tra singoli, EP, LP, raccolte, compilation e quant’altro ma mai, dico mai, mi sono ritrovato dopo quasi due anni a ribadire queste stesse sensazioni, che nel migliore dei casi avrebbero già il sapore della “muffa”.

Vi consiglio quindi, perché secondo me è il metodo migliore, di farvi la vostra opinione in autonomia e coi tempi che vi competeranno: la grande musica, anche la piccola grande musica, in fin dei conti aspetta l’ascoltatore e non scappa mai: perché non ha nulla da temere nell’essere scoperta. Tutto il resto, va e viene alla velocità della luce come le scoregge che puoi far finta non ti appartengano.

Valerio Cesari (L’Urlo, Radio Rock)



Dove trovare la band:

www.3chevedonoilre.com





Velodrama

Indie Rock

INTERVISTA AL CANTAUTORE STEFANO DEI VELODRAMA

Raccontami un po' del vostro gruppo, il significato del nome Velodrama e quando siete nati come realtà musicale.

Il nome è nato per caso, mi piaceva il suono delle parole che rispecchiava quello che avevamo in mente di fare. Velodrama può essere rappresentato come l'immagine delle mani sporche degli operai, del sudore, della gente che fatica, che lavora, che butta il sangue, delle ingiustizie. Quindi Velodrama è un grido di ribellione. Siamo nati nel 2009 e dopo pochissimo tempo è uscito il nostro primo lavoro, precedente a quello che uscirà a breve. Il primo si chiamava *Introspezione*. Era un EP che comprendeva cinque brani. Attraverso questo promo abbiamo scoperto le carte, capendo dove poter indirizzare bene il sound e come correggere i vari ed eventuali sbagli. È stato un bel provino, nonostante fosse un promo fatto bene era ancora acerbo a livello di idee e di identità. Infatti si avvertiva l'incontro tra due generi differenti, anche se nei live della Capitale abbiamo riscosso un discreto successo. Io venivo da un progetto pop rock, mentre gli altri tre ragazzi che voglio ricordare essere Flavio Gianello alla chitarra, Corrado Ciaccio al Basso e Fabio Cesarini alla batteria, venivano da un progetto melodic death metal. Il successo dei live ci ha riempito di orgoglio, spronandoci ancor di più a lavorare meglio per la produzione de *L'immagine*, LP uscito la scorsa primavera, comprendente cinque brani, quattro inediti più una cover del grande Rino Gaetano dal titolo *Escluso il cane*. Un brano che in pochi conoscono, perché la gente tende a ricordarlo solo per canzoni che lui stesso odiava, come ad esempio *Gianna* o *Berta filava*. Mentre chi è appassionato sicuramente conoscerà questa canzone, che a mio avviso è una delle più belle, se non la più bella che lui abbia mai scritto. Tornando a *L'immagine* è in vendita su iTunes.

I Velodrama non parlano di storielline d'amore, non raccontano crisi d'amore che si hanno tra due persone. Noi raccontiamo all'interno nelle nostre canzoni un argomento che è stato tralasciato da parecchi anni, cioè l'amore per la vita e per la libertà. Esaltiamo l'amore per la libertà, cosa che

ormai si è un po' persa, non parliamo dell'amore inteso come amore di coppia o convivenza. I nostri artisti Italiani, quelli che ci dovrebbero rappresentare, dando voce alla musica italiana tendono sempre a fare questo errore: io li chiamo gli "artisti di San Valentino" perché per loro ogni giorno è la festa degli innamorati, quando purtroppo in Italia ci sono problemi ben più seri di una crisi coniugale che vengono sottovalutati.

Qual è l'identità intrinseca del testo del singolo L'immagine?

L'immagine, l'hai detto proprio con la prima parola di questa domanda, parla proprio dell'identità in realtà. Tratta dello smarrimento di essa in ogni singola persona. Penso che al giorno d'oggi le potenze mediatiche, ossia internet e la televisione, ci stanno facendo "ingoiare" senza digerire programmi poco costruttivi e ciò rappresenta un grande errore dato che stiamo arrivando un po' alla cancellazione delle identità delle persone, specialmente nei ragazzi. La società è sempre più concentrata a svuotare ogni singolo essere, a lasciarlo quasi più simile ad una sagoma. Infatti uno dei versi de *L'immagine* dice "Non stupirti se ti lasceranno solo margine per la tua immagine". Proprio perché è il quadro più semplice per far capire che ci stiamo trasformando, stiamo perdendo le identità e questo secondo me è sbagliato sia come essere umano e sia come italiano. Quindi l'immagine



è una riflessione intorno a questo argomento. Potete vedere il video o trovare tutte le informazioni sul nostro gruppo al sito <http://www.velodrama.it> e nei vari smistamenti, sui vari social, ecc.

Perché il video è ambientato negli anni Quaranta?

Il video è ambientato negli anni quaranta all'epoca del Nazismo. Ci fu l'incontro tra il nostro produttore Alex Marton per la First Line Production ed il regista Andrea Tani, per definire come girare il video ed ambientarlo. L'idea di Alex e Andrea era proprio questa di ambientare il tutto in quell'epoca. Mi è piaciuta molto perché anche se presa alla larga, si sposa con l'immagine, sul tema della perdita delle identità dei singoli. Quello che i Nazisti hanno fatto agli ebrei, anche se in maniera più violenta, è stato prendere possesso di identità altrui fino alla cancellazione totale. Così nacque questa fusione tra la mia ispirazione e quella del regista.

A chi vi ispirate e quali sono le caratteristiche del sound Velodrama?

La caratteristica del Sound Velodrama che sottolinea il nostro modo di essere attraverso i dischi ed i live è in realtà una fusione tra l'indie rock e la musica cantautorale. Perché i testi,

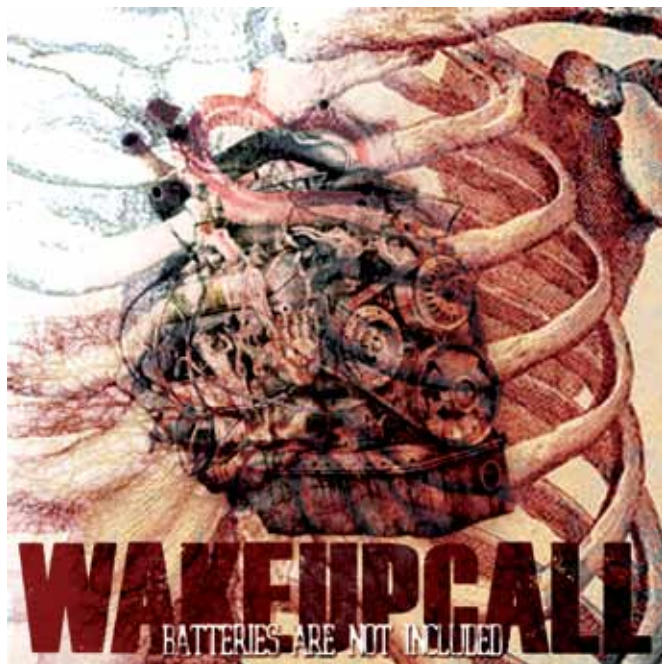
quindi il lato cantautorale, si fondono con la musica che è prettamente di ispirazione indie rock, specialmente quella inglese e americana, oltre alle prime basi di questo sound che erano i Joy Division, gruppo che io adoro, o i Placebo, i Verdena, AfterHours e via dicendo. Per quanto riguarda invece la musica cantautorale, qui parlo in prima persona, mi rifaccio moltissimo a ciò che è stato **Rino Gaetano**, per me



è una grande ispirazione. Ma anche a quelli man mano più attuali: da quelli più "vecchi" come Giorgio Canali per esempio che è a mio avviso un grande musicista, è stato ed è un grande cantautore, a quelli più recenti che possono essere il Teatro degli Orrori, ai Zen Circus che sono un po' gli eredi di quella musica cantautorale che manca, ossia la musica alla Rino Gaetano con dei riflessi di De André, e il tutto suonato in chiave punk rock.

Questo è il piccolo globo a cui noi ci rifacciamo. Poi da tutte queste ispirazioni lontane e vicine esce fuori questo prodotto che si chiama Velodrama che spero che si arrivi a conoscere sempre di più in territorio nazionale.

Agnese Monaco



WAKEUPCALL

Rock

BATTERIES ARE NOT INCLUDED

Se l'hard rock melodico anni '80 è stato il primo vettore espressivo dei WakeUpCall (quando ancora si chiamavano Knyght), ora Tommy e co. guardano avanti e lo fanno con *Batteries are not included*.

Grazie anche a Giacomo, il nuovo batterista, Tommy, Dario e Olly confermano il loro talento già dimostrato nell'EP rilasciato a gennaio del 2011 portandolo ad un livello superiore grazie ad una notevole maturità compositiva.

Le coordinate stilistiche entro cui si muovono i nostri sono identificabili in un robusto rock mainstream di cui Foo



Fighters, Papa Roach, Sixx A.M. e Nickelback sono i maggiori esponenti ed è già con l'opener *To be* (di cui è in circolazione il videoclip) che ci si rende conto del grande passo fatto in avanti dai WakeUpCall. Tra le altre song spiccano: *Kill your dreams*, killer song, come dicono quelli bravi, che mi ha convinto al primo ascolto, la malinconica *Christine* dove lo spettro di Bon Jovi riemerge per dar vita ad una ballad davvero coinvolgente e *Just wanna dance* interessante commistione tra rock e uptempo anni '90 impreziosita da delle melodie davvero ficcanti.

La produzione del cd è impeccabile, molto americana e direi perfettamente in linea con quanto richiesto dal genere, eccellente l'esecuzione, Olly ha ormai acquisito una padronanza della chitarra invidiabile, Dario, il bassista, ha compiuto dei passi da gigante, mentre ho trovato il nuovo drummer perfettamente adatto ai WakeUpCall, non solo per le sue doti tecniche ma anche e soprattutto per il suo evidente background metalcore che ha dato di sicuro una marcia in più ai ragazzi; infine Tommy, dal canto suo, ha dimostrato che tutti gli anni passati a cantare in giro per l'Europa hanno dato i loro frutti.

A tutto ciò aggiungiamoci un'immagine perfetta per i sogni bagnati di tutte le ragazzine ed il gioco è fatto.

Se proprio dovessi cercare il famoso pelo nell'uovo avrei preferito una minore prolissità ed un maggior lavoro sulla struttura dei brani al fine di renderli ancor più radiofonici. Ma io non faccio testo, a me piace Tiziano Ferro...

Un consiglio: andate a vederli dal vivo!

Umberto Sartini

IL SUONO COME È INFLUENZATO DAL NOSTRO STRUMENTO

La *liuteria*, una parola che si perde un po' nella notte dei tempi; ancora oggi non tutti sanno di cosa si occupa un *artigiano* che svolge questo lavoro.

Noi siamo Dario e Matteo del laboratorio *VoodooGuitars*, costruiamo chitarre, bassi elettrici e da oggi impiegheremo le nostre competenze per chiarirvi le idee riguardo gli strumenti che hanno rivoluzionato la musica moderna.

Ci sembra abbastanza logico partire dal suono, che è poi l'obiettivo finale. Con tutte le sue sfumature e le infinite variabili caratterizza e dà la possibilità al musicista di riempire la personale tavolozza dei colori e toni.

D'informazioni, tablature e maestri pronti ad insegnarci un metodo ce ne sono molti, ma pochi sanno spiegarci come funziona lo strumento in maniera tecnica, di come il tono è influenzato dalle varie tipologie di legno, dai magneti, dal ponte e da ogni altro componente.

Lo strumento elettrico è la naturale evoluzione di quello acustico, infatti in passato succedeva che il chitarrista venisse coperto dal suono dei tamburi e dei fiati. Nasce così la necessità di amplificare il volume del proprio strumento per poter emergere all'interno del marasma musicale. In casa Gibson il signor Loar inizia a studiare un metodo per "microfonare" la chitarra, ma è nel 1931 che Rickenbacker produce il primo pickup. Nel 1937 un italiano, Valentino Airoldi, applica un magnete su uno strumento a cassa solida, realizzando di fatto la prima solid-body della storia!

Il suono che noi udiamo, tecnicamente non è altro che una variazione del campo magnetico, determinato dalla vibrazione delle corde metalliche immerse in esso. Questo viene tramutato in segnale elettrico e poi riconvertito e amplificato appunto dall'amplificatore. Detta così sembra facile e sembra quasi scontato che il tono sia determinato solo dalle componenti elettroniche....ma vi domanderete: allora perché ogni strumento ha la propria voce? Il motivo è semplice! I materiali su cui è montato tutto il sistema, gli assetti, la costruzione e ogni piccolissima variabile determinano il modo in cui la corda vibrerà, la velocità di pro-

pagazione del suono (l'attacco), la durata della nota (il sustain) e il colore (gamma armonica) che rappresenterà poi il tono tipico del nostro strumento.

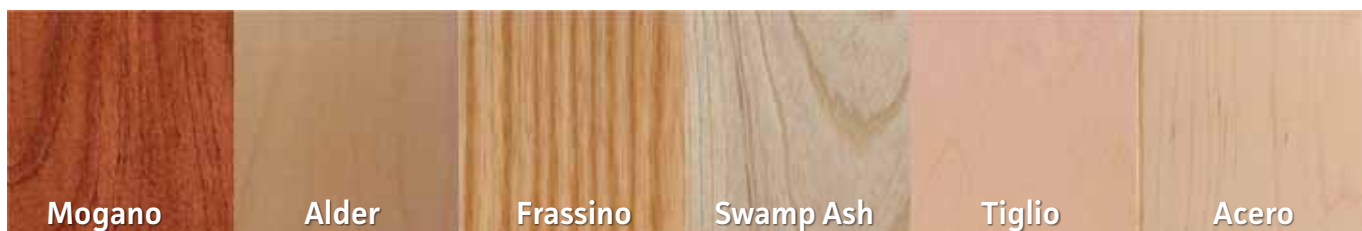
Senza ombra di dubbio è il legno ad avere un ruolo fondamentale e a dare carattere al nostro amato suono; a seconda delle applicazioni e della parte dello strumento che costituisce noteremo caratteristiche differenti.

Per quel che riguarda i *body*, le essenze più utilizzate sono il mogano, l'alder (o ontano, è la medesima pianta ma il primo di provenienza americana, il secondo europea), il frassino (ash), il frassino di palude (swamp ash), il tiglio (basswood), in alcuni rari casi l'acero (maple).

Andiamo ad analizzarli uno per uno:

Mogano: legno tendenzialmente compatto e dal peso medio alto, facilmente riconoscibile dalla sua porosità e dal colore rosso bruno. Proprio grazie ai suoi grossi pori enfatizza in maniera spiccata tutta la gamma armonica dei medi e dei bassi. Gli acuti risultano definiti ma decisamente meno presenti. È un legno di pregio molto risonante, ma che spesso viene abbinato a un top in acero, il quale oltre ad aggiungere il proprio contributo sui medi ed alti, ha la funzione di "tappo" ovvero quella di propagare le vibrazioni dal ponte sull'intera superficie sottostante e lasciarla cantare mettendola in vibrazione. In questo caso avremo un suono decisamente completo dal punto di vista delle frequenze, con un attacco non proprio velocissimo ma di sicuro molto duraturo. Esistono varie tipologie di mogano, con sfumature sonore differenti ma che rientrano comunque entro questo standard.

Alder: legno morbido dal color sabbia-rosato, tipicamente utilizzato nella costruzione di Stratocaster e Telecaster, è facilmente riconoscibile dalla sua venatura larga e irregolare. È un'essenza mediamente leggera la cui gamma armonica forma la cosiddetta "campana" s'incentra prevalentemente sulle frequenze medie pur rimanendo bilanciato per quel che riguarda gli alti e i bassi.



Frassino: legno duro, dal colore molto chiaro, venatura larga e irregolare. Anch'esso principalmente utilizzato dalla Fender per produrre i propri modelli ha un peso estremamente variabile. Punto forte del frassino è decisamente la velocità di propagazione sonora, quindi se si vuole molto "attacco" risulta l'ideale ma va tenuta in considerazione la sua naturale equalizzazione, ovvero alti molto pronunciati e taglienti, bassi tondi, ma medi scavati e poco presenti.

Swamp ash: ovvero il frassino di palude. Esteticamente molto simile al precedente lo si distingue per il peso decisamente inferiore e perché presenta una superficie porosa. Sono proprio le cavità a donargli un sound generale corposo e generoso sulle frequenze medie pur essendo sempre molto brillante e dal tipico attacco veloce.

Tiglio: essenza molto morbida, dal colore bruno grigio, molto leggero lo si riconosce dalla sua quasi assenza di fibra. È un legno senza particolari attitudini, bilanciato armonicamente ma piuttosto cupo, non ha particolari punti di forza se non il fatto di essere molto economico e facile da lavorare, viene utilizzato da molte aziende per produrre chitarre di fascia media.

Acero: dei balcani, in inglese maple, hard rock maple o soft maple...

Insomma s'intendono tutte le varietà di quel meraviglioso albero che ci dona un legno compatto, risonante, dal profumo zuccherino e dal colore che sfuma dal giallo paglierino all'arancione chiaro. Può presentare giochi della fibra assumendo vari aggettivi: mazzato, quilted, occhiolato, i quali aumentano il valore estetico del nostro strumento ma non per la qualità acustica. Armonicamente risulta bilanciato, con alti e bassi definiti, ma con una gamma armonica incentrata principalmente sui medi i quali risultano predominanti.

Altra parte dello strumento fondamentale ai fini del tono, è il **manico**, riferendoci con ciò alla parte sottostante alla tastiera, che viaggia dalla paletta fino ad arrivare al body. Probabilmente la prima sensazione che proviamo quando imbracciamo una chitarra o un basso è legata proprio alla forma e allo spessore del manico, il quale oltre ad essere il supporto sul quale viaggia la nostra mano, ha un ruolo estremamente importante sia dal punto di vista strutturale sia acustico ed è proprio per questa sua duplice funzione che viene costruito quasi esclusivamente con legni tenaci e risonanti.

Le essenze più utilizzate sono senza ombra di dubbio l'acero e il mogano, i quali entrambi hanno la capacità di sopportare meccanicamente l'enorme forza che le corde applicano su di esso, basti pensare che una muta .010/.046 in accordatura standard applica una tensione di circa 47 kg!

Entrambe le essenze utilizzate hanno una grande capacità risonante, ma offrono sfumature sonore differenti. Il mogano risulta dolce all'attacco, con uno sviluppo della nota leggermente rallentato ma che poi va a gonfiarsi immediatamente dopo garantendo un sustain elevato e dal suono molto corposo; una scelta perfetta per tutti quei musicisti che cer-

cano suoni molto grandi e profondi, che necessitano di spessore del proprio tono o che abbiano bisogno di uno strumento che canti con una voce vellutata e dolce.

L'acero, proprio come in tutte le sue altre applicazioni, ha una risposta armonica più chiara tendendo ai medio/alti. Offre un attacco superiore, suonandolo abbiamo quella sensazione di "schiaffo" per la sua prontezza alla vibrazione garantendo oltretutto un eccellente sustain.

I manici costruiti con questa essenza hanno decisamente carattere, sono senz'altro più "hard" e sguaiati per il loro modo di trasmettere enormemente le vibrazioni al body, ma restano anche chiari nel tono, quindi dal sound definito. Ideale per chi cerca uno strumento pronto, versatile e che sia in grado di cantare ma soprattutto di strillare a squarciagola!

Estremamente importante nei manici è la venatura che corre su per la lunghezza del manico. Solitamente per questioni economiche si presenta "flat" cioè parallela alla tastiera, oppure perpendicolare ad essa e chiamata "quartersawn", garantendo prestazioni decisamente superiori sotto tutti i punti di vista.



Nei prossimi articoli parleremo degli altri componenti del nostro strumento come la tastiera, i magneti, il ponte, le meccaniche...non potete mancare!

Dario Ferrari & Matteo Gherardi
Voodoo Guitars



MUSICPHOBIA

The world is shaking anticlockwise

Alternative Rock



LINE UP

Michelangelo Lubrano Voce

Giuseppe Silvestri Chitarre e Cori

Marco Sebastianelli Batteria & Percussioni

Fabio Mociatti Basso

È vero, oggi nessuno inventa più nulla. Tutto è stato fatto, detto, scritto e cantato. Eppure, quando metto il disco d'esordio dei *Musicphobia*, *The world is shaking anticlockwise*, il piede sotto al tavolo incomincia a battere il ritmo. Sintesi di vari influssi musicali, coscienti o meno, senza esser però parodia di nessuno d'essi, il sound del gruppo si muove sul solco di un hard rock classico su cui si innestano particolari aperture armoniche, sempre interessanti, spaziando poi anche verso ballate acustiche e qualche apertura ritmica *quasi* prog.

I musicisti sono tutti di ottimo livello e specialmente il lavoro di *Giuseppe Silvestri* alle chitarre merita le lodi per la grande cura negli arrangiamenti e la versatilità sonora, senza nulla togliere agli altri musicisti, laddove *Michelangelo Lubrano* si cala nel modo corretto nei testi e



tra le note senza mai strafare e la sessione ritmica di *Marco Sebastianelli* e *Fabio Mociatti* regge i brani con eleganza e buon gusto.

Venendo alle canzoni, l'opener, *Undivided*, sorretto da un bel groove dal gusto vagamente retrò, è uno splendido biglietto da visita, un rock molto compatto e d'impatto. E se un brano come *Raven is living* si adagia su un classic rock anni '90 stile Pearl Jam, invece un brano come *Butterfly* sorprende con le sue sfumature acustiche, dall'anima jazz, che richiamano, ma solo subliminalmente, il Jeff Buckley di *Grace*. Le capacità sonore e d'espressione sono molte: pur non sperimentando nulla ogni brano riesce ad avere



una sua personalità, senza adagiarsi in cliché; certo, *Stones in the air* strizza l'occhio ai Muse, in uno o due punti, ma senza che ciò adombri il brano nell'eclissi del banale.

La title track è, probabilmente, il brano più rappresentativo dell'idea musicale dei Musicphobia, come una sorta di paradigma delle intenzioni del gruppo e sintesi musicale delle aspirazioni della band: una ballata dal forte sapore rock, dove c'è spazio per ognuno dei musicisti di mettersi in luce, con gli splendidi assoli di basso e chitarra e il ritornello cantabilissimo.

Forse stona leggermente col resto il pop acustico di *Love in your eyes*, che mostra la grande versatilità allo strumento del chitarrista Silvestri, assolutamente non il solito rockettaro piatto e banale, ma che si stacca troppo dall'omogeneità sonora del resto del disco.

Le altre canzoni seguono questa falsariga sonora, tra il continuo slittamento tra sonorità morbide e vampate elettriche, tra accordi sospesi e riff sincopati.

In definitiva, un bell'album per i Musicphobia, che non hanno nessuna pretesa di cambiare la musica d'oggi e sfornano un disco piacevole e vario, registrato e prodotto assai bene tra l'altro, che rifugge fieramente il rischio d'annoiare.

È vero, nessuno inventa più nulla, ma l'impressione che rimane finito l'ascolto dell'album è quella di musicisti che sanno quel che vogliono fare e capaci di farlo nella maniera più concreta. Si attendono conferme.

Menzione d'onore: *Butterfly*, il brano che non t'aspetti.

Riccardo De Stefano

ZEPHIRO

Kawaita me

Rock italiano / Dirty new wave



LINE UP

Claudio Desideri Voce e basso

Claudio Todesco Chitarra

Alberto Maiozzi Batteria

Quanto è facile dire che in Italia la musica è in crisi e non c'è niente di nuovo? Quanto è facile dire che la musica in Italia fa schifo? La musica italiana ha una sua impronta e una sua anima, checché se ne dica. Il rock alternativo italiano, con altre parole, ha una sua matrice essenziale che ci distingue da tanti altri. E gli **Zephiro** hanno fatto propria tale matrice: sarebbe frustrante e limitativo dire però



che "suonano come..." e anzi, sarebbe fuorviante; è vero, talvolta ricordano i primi Subsonica, tal'altre volte qualche accenno a Giuliano Sangiorgi viene alla mente. Ma sono sensazioni subliminali che ci sviano dalla vera realtà delle cose: gli Zephiro hanno una loro lingua. E non sto parlando dei due brani in giapponese, o meglio, non solo. La lingua degli Zephiro parla rock, un **rock italiano** molto

vitale e dinamico, cantabile e melodico, graffiante e, in definitiva, maturo. L'EP ha una grandissima coerenza sonora: il sound, densissimo, è spinto da un basso pulsante e un tappeto ritmico di batteria essenziale, ma efficace; sopra tutto, si erge una chitarra che più che reggere il brano ne sottolinea i vari umori e si presenta come una seconda voce, un controcanto elettrico. Un frangersi continuo di suoni e riff che a cascata ci sommergono in un moto a spirale lungo tutta la durata dell'EP, un equilibrio tra i suoni che sembrano nati per incastrarsi, a dimostrazione di un lavoro di una professionalità impressionante, in un fluire di melodie quasi ipnotico, essenza vitale dei brani del disco.

La particolarità dell'EP è già nel **titolo**: la scelta di proporre due brani **in giapponese** è sicuramente azzardata in un mercato italiano che a fatica digerisce brani di autori nostrani anche solo nella lingua d'Albione. L'esperimento però riesce, giacché la contaminazione avviene solo



nell'ambito lirico e i brani mantengono la cifra stilistica del gruppo; anzi, tanto più che la title track è presentata nella duplice versione in italiano (**La colpa**) e giapponese (**Kawaita me**).

È difficile dire quale sia l'highlight dell'EP, poiché **ogni canzone ha un suo spessore** e nasconde sempre, qua e là, qualche gemma, sia essa un'inaspettata apertura melodica come in **Come sempre** (e non scordiamo la splendida coda del brano!), il robotico finale di **Certi giorni** o l'epilettico intermezzo strumentale de **La colpa/Kawaita me**.

Lodevole e assolutamente non secondaria è l'**agilità** con cui si riesce ad allacciare un groove così compatto con "una melodia insolita", parafrasando un brano dell'EP; melodie vocali che per l'appunto riescono a catturare facilmente l'orecchio senza esser banali. Non è roba da poco.

Una verve frenetica, dei brani potenti e un EP godibilissimo: gli Zephiro sembrano pronti per il grande salto di pubblico e non mi stupirei di vedere il loro nome a fianco di tanti nomi più blasonati ma, ahimé, molto meno interessanti.

Menzione d'onore: Come sempre per i vari umori che ha, ma ogni brano merita.

Riccardo De Stefano



SUONARE O NON SUONARE, QUESTO È IL PROBLEMA

*Il fantastico mondo della musica eseguita e dei personaggi che ne fanno parte si può facilmente dividere in **sub-categorie** che ne determinano il corretto funzionamento.*

Queste possono essere raggruppate e divise, in funzione del loro operato, in ruoli e/o ranghi; fare una netta distinzione tra i due termini, può chiarire i meccanismi che muovono gli ingranaggi che si trovano dietro le quinte e che purtroppo nella maggior parte dei casi sono sconosciuti ai più: per ruolo si intende l'azione che l'individuo o l'istituzione esercita in funzione del gruppo o del processo al quale questi appartengono nell'ambito musicale (questo concetto distingue la mansione di un qualsiasi musicista da quella di un fonico o di un organizzatore, o di un direttore artistico), mentre il rango rappresenta la posizione occupata e le responsabilità che questa posizione comporta. Chi ha un ruolo non ha necessariamente un rango, mentre chi occupa una posizione di rango deve avere un ruolo affinché tutto funzioni in maniera ottimale.

Ovviamente non esiste un manuale che espliciti quali siano le regole del corretto funzionamento della musica live, ma esiste il buonsenso e soprattutto la passione che si ha nello svolgere un mestiere come quello del musicista e di chi lavora giorno dopo giorno per portare avanti la musica dal vivo.

Per capire a 360° quello che avviene intorno ad un palco, bisogna necessariamente viverlo guardandolo non solo da un unico punto di vista, ma facendo i conti con tutti gli elementi che influenzano positivamente e negativamente la riuscita di un concerto. Oltre al nostro personale punto di vista **è fondamentale mettersi nei panni di chi partecipa attivamente alla riuscita dell'evento**. Io stesso ometto qui il mio punto di vista. Bisogna rendersi conto che stiamo tutti sulla stessa barca e che remiamo nella stessa identica direzione: la collaborazione dei diversi ruoli facilita l'abbattimento di quelle inutili barriere imposte dai ranghi, che necessariamente prima o poi portano allo scontro. Troppo spesso vedo nascere nuove attività che falliscono prima ancora di aprire per i più disparati motivi (di natura burocratica, organizzativa e via dicendo) e tutte quasi sempre con un unico minimo comune multiplo: **l'inesperienza**. Il non conoscere un mondo apparentemente semplice dall'esterno, trasforma il "sognare di aprire un'attività red-

ditizia che riesca a sposare passione e lavoro" in un incubo dal quale è difficile venirne fuori. Partiamo dal presupposto che non basta allestire un palco per fare musica dal vivo, così come non basta comprare un locale per saperlo gestire; allo stesso modo non basta pensare di saper suonare uno strumento per far parte di un gruppo e non basta portare i soliti venti amici al tuo concerto, per far sì che un concerto sia riuscito alla perfezione.

Purtroppo c'è sempre più distanza tra i ruoli, quando basterebbe veramente poco per aiutare la scena underground italiana a risollevarsi. C'è chi combatte per avere un cachet, c'è chi combatte per fare tre concerti a settimana nella stessa città di fronte a dieci persone. C'è chi pretende di avere una clientela non facendo pubblicità e c'è chi a fine serata non ti paga la cifra pattuita, perché gli avrai pure riempito il locale, dopo giornate intere passate di fronte al PC a conquistarti il 'parteciperò' dei tuoi amici sull'evento di Facebook, ma nonostante tutto, **"non hanno consumato abbastanza"**. Forse sarà troppo tardi quando ci si renderà conto che il semplice spam sui social



network non è neanche lontanamente parente dell'anima del commercio. La pubblicità si paga, lo spam no. In più vedo che (anche grazie alla musica underground), gli unici tre locali della mia città in grado di avvicinarsi al sold out fanno della pubblicità cartacea, radiofonica,

negli spazi affissivi, ecc, la loro arma migliore. Questo conferma e avvalorata la mia teoria. Ovviamente è vero che rispetto a dieci anni fa l'invasione delle nuove tecnologie apra nuove strade e che senza alcun dubbio queste allarghino il bacino d'utenza, ma non si può sperare di mantenersi in vita unicamente grazie ai social network.

Leggo e sento poi numerose teorie che danno la colpa del fallimento degli eventi di musica dal vivo ad un pubblico privo di cultura musicale, che sempre meno va alla ricerca, nella scena locale, di una sua identità. Sebbene sia vero che la gente popoli sempre meno la scena musicale locale, credo che la colpa sia imputabile alla crescente inaccessibilità delle organizzazioni che bombardano sempre di più le persone con troppi eventi. Purtroppo in questa giungla di offerte il pubblico, inevitabilmente, viene dirottato verso scelte più semplici. Scelte che sono certamente mirate al divertimento estemporaneo, come può essere una serata passata in discoteca.

C'è poi un'ulteriore componente da dover analizzare. I profitti di un locale provengono unicamente dalle vendite: la crisi ha fatto sì che queste si abbassassero notevolmente e, conseguentemente, che gli stessi locali, sia attraverso l'aumento dei prezzi, sia attraverso l'immissione di quote ingresso, potessero rimanere a galla. Avendo visto in prima persona gli introiti dei locali, lavorandoci io stesso, posso assicurarvi che la maggior parte dei gestori fanno della crisi il loro scudo. E quando un locale si reinventa passando da semplice pub a live music club per aumentare i profitti, crea ulteriore concorrenza a chi già non versa in buone acque. Piuttosto che investire, rinnovare e mantenere la loro clientela, preferiscono cambiare il target. Purtroppo anche in questo non c'è la giusta regolamentazione, favorendo una situazione di **inevitabile caos**.

La musica è un investimento per tutti: è un palese investimento per il musicista che al giorno d'oggi non può far altro che autoprodursi; è un investimento per il locale perché a fine serata deve avere un guadagno

che consenta alla gestione di vivere, nel migliore dei casi, e di sopravvivere nella maggior parte. Ma è fondamentale che ogni singolo personaggio di questa "catena di montaggio" si prenda le sue responsabilità. Ogni ruolo ha la sua importanza, ogni ruolo le sue responsabilità.

Alla base di tutto c'è il **tornaconto economico** che spesso va a scontrarsi con la semplice voglia di fare musica. Ma i tempi cambiano, le etichette non investono sulle scommesse, preferendo piuttosto incentivare e rafforzare il mercato del certo; talmente tanto certo, che è diventato in tutti questi anni noioso, scontato e tragicamente incolore. Mancano le idee e la voglia di scoprire, nonostante il sot-

mettono mari e monti, che riempiono i locali con un pubblico composto da personaggi delle più disparate fasce d'età: dal bambino al nonno, sono tutti ancora lì a sostenere il nipote, il fratello, il figlio grazie ad una semplicissima alzata di mano. Anche questo fa male alla musica dal vivo.

Alla base di tutto c'è l'**ignoranza**. La colpa di tutti i problemi legati al decadere del mercato della musica underground, è da attribuire a chi ignora l'esistenza delle regole. E per far sì che si possa voltare pagina, bisogna che tutti le rispettino; e qualora queste non siano in grado di educare gestori, musicisti, direttori artistici, fonici, c'è la necessità ed il dovere di modificarle. Certo è che andando attentamente ad analizzare, salendo ovviamente di rango, i ruoli e le gestioni di chi dovrebbe tutelare ogni singolo componente facente parte di questa vastissima categoria, ci rendiamo conto che forse il problema sta ancora più a monte. Ci troviamo oggi a compilare se siamo fortunati, un borderò ogni venti concerti. E in quel raro caso, siamo costretti ad inserire nell'elenco quei dieci, quindici brani extra, scritti dal gruppo dei nostri amici, per far guadagnare a noi e a loro quel qualcosa in più rispetto allo zero. E probabilmente il miliardoquarantasettemilionesettantatremilasettecentodie euro di debiti che nel 2012 affliggono la società italiana degli autori ed editori meglio conosciuta come SIAE **non ha niente a che fare** con il piccolo mondo delle band emergenti.

Mad Curtis



tosuolo sia ricco di potenziale e voglia di uscire dal guscio. In compenso ci sono manifestazioni che inspiegabilmente sopravvivono. C'erano dieci anni fa, ci sono oggi: gli pseudo contest per gruppi emergenti. Queste fantastiche rassegne musicali che pro-

EXITWELL È ANCHE
SERVIZI FOTOGRAFICI



L'immagine della tua band immortalata dai nostri fotografi, in studio e dal vivo!

Per saperne di più vai su www.exitwell.com
oppure scrivici a servizi@exitwell.com

L'AMORE AI TEMPI DELLE ETICHETTE INDIPENDENTI

Quali, quante, come. Se.

Etichette discografiche. Indipendenti. Sì, ok, bello, ma quali? Quante, come? Perché?

Oggi produrre un album va da sé, tutti lo fanno, forse anche troppi. Anche le etichette indipendenti oggi vanno da sé, tutti ne fanno una, **forse anche troppi**. Le vediamo nascere intorno a noi. Dal nulla, germogliano e crescono, lasciano le loro spore sulle nostre pagine Facebook. Ci invitano ai loro eventi, crescono grazie al supporto dei blogger e dei festival musicali. Le vediamo vincere dei premi, le vediamo premiare band ai concorsi musicali. E delle più fiche scarichiamo anche qualche



album direttamente da Mediafire, che ok le etichette indipendenti, ma pagare dieci euro per un cd rimane comunque troppo.

Tutto questo, alle band, non serve a niente. Le etichette indipendenti fanno esattamente quello che fate voi. Si alzano la mattina, si lavano i denti e vanno alla posta. Spediscono plichi contenenti migliaia di cd e lettere di presentazione, si fanno i conti per produrre il nuovo album del loro artista di punta, si riuniscono per fare il punto della situazione, ogni tanto ascoltano qualche nuova proposta. Telefonano al mafiosetto localaro di

turno e se lo allisciano un po' per ottenere una serata. Ufficio stampa, produzione esecutiva, booking. Tutte cose che potete fare anche voi. O meglio, **tutte cose che potete far fare ai diretti interessati**: potete prendere un buon ufficio stampa che abbia buoni contatti con riviste, radio e portali; potete prendere una buona agenzia di booking che vi aiuti nel trovare delle serate soddisfacenti; potete applicarvi per la produzione esecutiva del vostro album ripagandovelo con i 400 euro al mese che prendete al call center dietro casa. Tanto oggi produrre un album non costa più niente. Certo, dovete essere bravi; far incastrare tutto quanto alla perfezione, rientrarci con le spese, diffondere la voce. E nel frattempo, visto che di musica parliamo, continuare a fare le prove, scrivere qualcosa di nuovo, curare i rapporti con la vostra band.

Avere l'ossessione del "contratto discografico" quindi non porta davvero da nessuna parte. L'etichetta discografica è un mezzo, non è il fine. Non è il timbro che aspettate sulla fronte per essere ammessi nell'Olimpo degli Artisti. L'etichetta può aiutarvi, quello sì. Può gestire insieme a voi i costi e l'organizzazione, può coordinare al meglio un lavoro di ufficio stampa e di ricerca date, può diffondere il vostro album a livelli più alti. Ma può subentrare solo se il vostro lavoro è arrivato ad un buon livello di maturità artistica e organizzativa. Se siete pronti per considerare la musica non più un passatempo, ma un lavoro a tutti gli effetti.

Su *Rock In Progress*, il manuale per band emergenti che ho pubblicato l'anno scorso, ho chiesto consiglio a tante etichette indipendenti e, soprattutto, a tanti artisti della scena rock italiana, su come approcciarsi ad un'etichetta discografica. Il consiglio più diffuso era appunto quello di non buttarsi a capofitto su tutte le "PincoPallino Records" che si trovavano su internet, ma di selezionarle in base al proprio livello e alla propria preparazione artistica, nonché in base al genere musicale che esse producono e diffondono. Soprattutto, considerarle solo quando il proprio progetto è pronto a fare uno step successivo, e quando l'etichetta può diventare un alle-

ato importante e proficuo e non un guardasigilli fine a se stesso.

“Attenti a non bruciarvi i contatti”, consigliavano saggiamente, tra i tanti, i Ministri.

Proprio loro mi sento di portare di nuovo ad esempio; band milanese, ora con la Universal, ha autoprodotta il proprio album d’esordio appiccicandoci sopra il marchio “Otorecords”. Un marchio, niente più. Un’etichetta non solo indipendente, ma addirittura inesistente. La scelta era motivata dalla maggiore attenzione che locali e critica musicale davano a band sotto contratto, quasi appunto questo fosse la conferma del valore della band. Il famoso timbro sulla fronte di cui parlavamo, insomma. Tutto sommato, nella realtà, quella dei Ministri è stata, a mio parere, solo una presa per i fondelli a questo sistema di pensiero, e si è rivelata utile ed efficace.

Se volete proprio un’etichetta, fatevi la vostra quindi. Secondo quello



che abbiamo detto finora, noi stessi siamo un’etichetta. Noi stessi ci occupiamo di tutti gli aspetti della band, a partire da quello creativo per finire a quello economico e organizzativo. Mettete su una con i vostri amici, collaborate con loro, fate gruppo e condividete il più possibile il verbo, consapevoli che il timbro sulla vostra fronte può essere utile, ma a voi non cambia niente.

È solo attraverso un lavoro di gruppo con i propri amici e conoscenti che si può mettere su un’etichetta indipendente. Farla funzionare starà a voi, e a quanto siete capaci di coordinare i lavori. Sono i gruppi che

mandano avanti il mondo; non i gruppi musicali, ahimé, ma i gruppi di persone che lavorano insieme, e che si dividono gli oneri (e prima o poi, si spera, gli onori). Tutte le etichette indipendenti nascono così, e ci mancherebbe altro. Anche la vostra può nascere così. Dal nulla, potete farla germogliare e crescere, lasciare le spore sulle pagine Facebook dei vostri amici, invitarli ai vostri eventi, e poi crescere grazie al supporto dei blogger e dei festival musicali. Potrete vincere dei premi, o premiare altre band ai concorsi musicali. Forse qualcuno scaricherà i vostri album da Mediafire, ma pazienza, oggi il discorso della pirateria è superato, ci si accontenta anche di zero euro pur di avere un po’ di visibilità. Tutte le etichette

“Avere l’ossessione del contratto discografico non porta davvero da nessuna parte”

indipendenti nascono così. Prima di correre a cercarne una, valutate attentamente se siete circondati di persone adatte per metterne su una vostra. È la più grande avventura e allo stesso tempo la più grande stronzata inutile che potete fare per il vostro gruppo.

Nei prossimi articoli faremo la radiografia alle diverse etichette discografiche italiane, indipendenti e non, grandi e non. Ce ne sono tante, magari c’è anche la vostra di mezzo, e vedremo cosa producono, come lo producono, e soprattutto che dicono di noi poveri musicisti orfani.

Daniele Coluzzi



**EXITWELL È ANCHE
MUSIC VIDEOS**



Con Exitwell puoi scegliere diversi servizi audio-video, dalle interviste ai veri e propri videoclip!

Per saperne di più vai su www.exitwell.com oppure scrivici a servizi@exitwell.com

PER IL GIUBILEO DI LOVE ME DO

Il 1962 è stato un anno incredibilmente denso di avvenimenti in ogni settore della vita pubblica, politica e culturale. Gli USA, con John F. Kennedy saldamente alla Casa Bianca, riescono a raggiungere l'URSS nelle prime missioni spaziali con il volo orbitale dell'astronauta John Glenn; la Francia avvia i primi esperimenti atomici a scopi militari sull'atollo di Mururoa; scoppia la crisi missilistica cubana; *Diabolik* fa il suo esordio nelle edicole italiane. I film dell'anno sono *Agente 007. Licenza di uccidere*, con il memorabile bikini di Ursula Andress, il colossale *Lawrence d'Arabia* di David Lean (7 premi Oscar), lo splendido *Anna dei miracoli* di Arthur Penn (Oscar come migliore regia per Penn e come migliore attrice protagonista per Anne Bancroft); ma anche *L'angelo sterminatore* di Luis Buñuel, la scandalosa *Lolita* di Stanley Kubrick, l'ottimo *Cape Fear* di Jack Lee Thompson. L'avvenimento dell'estate non può che essere la drammatica morte di Marilyn Monroe, ritrovata in condizioni pietose nella sua casa di Brentwood (Ca.) il 5 agosto: per settimane e settimane, i rotocalchi occidentali cercano di mettere insieme i particolari di una vicenda che, mezzo secolo più tardi, ancora del tutto chiara non è. Solo

quattro giorni dopo, muore uno scrittore di grande popolarità come Hermann Hesse, ma l'opinione pubblica è a tal punto assorbita dalla vicenda di Marilyn che non se ne accorge quasi nessuno.



Nella primavera di quell'anno, a seguito della terza spedizione amburghese, i Beatles si avvicinano alla loro line-up definitiva, anche se ci vorrà ancora del tempo prima di raggiungerla. Stuart Sutcliffe ha appena lasciato il gruppo perché ammesso alla tanto desiderata (ma non tutti i biografi della band sono concordi su questo anelito) Kunstakademie di Amburgo, e il suo posto sembra ormai andato in maniera definitiva a Paul McCartney. Anche il sedile della batteria sta per essere occupato in modo stabile da Ringo, ma prima di quest'ultimo cambiamento ci vorrà la celebre, ed infelice, audizione dinanzi a George Martin del 6 giugno. Suona ancora Pete Best, infatti, nelle

registrazioni che Martin ascolta quel giorno, composte da tre brani originali della band (*Love Me Do*, *Ask Me Why* e *P.S. I Love You*) e da una versione un po' mielosa di *Besame Mucho*, che molto probabilmente fu la cosa che convinse di meno George Martin. È in quel mese di agosto che i tre, su suggerimento sia di Brian Epstein che di Martin, esautorano Pete Best e convocano l'amico Ringo, ben noto per aver condiviso con il gruppo non poche serate difficili durante i tour ad Amburgo. Così, il 4 settembre, i Beatles sono nella loro formazione definitiva quando fanno il loro ingresso negli studi di Abbey Road per incidere *How Do You Do It?*, un brano di Mitch Murray considerato da Martin adatto a dare forma al primo singolo dopo l'agognato contratto con la EMI ottenuto solo poche settimane prima. Ma i ragazzi di Liverpool ci tengono troppo al loro repertorio e spingono per incidere anche qualcosa di originale: «We want to play our own things», avrebbe affermato a voce alta Lennon (Mark Lewisohn, *Beatles - Otto anni ad Abbey Road*, Arcana Editrice, Milano 1990, p. 50). Perciò, subito dopo, fu la volta di *Love Me Do*. Ma Martin continuava a non essere convinto dello stile di Ringo Starr, e per



la session della settimana seguente lo fece retrocedere al tamburello nella nuova incisione di *Love Me Do* e alle maracas per *P.S. I Love You*, preferendogli un sessionman fidato come Andy White alla batteria. Questo è il motivo per cui, al momento di sfornare finalmente il 45 giri, la EMI ha a disposizione ben tre diverse versioni di *Love Me Do*: la prima (del 6 giugno) con Pete Best, quella del 4 settembre con Ringo Starr e quella dell'11 settembre con White alla batteria e Ringo al tamburello. E poiché la storia si diverte a prendere in giro i suoi denigratori, la versione che infine viene pubblicata sul singolo, il 5 ottobre, è quella con Ringo Starr, ma la versione che apparirà sull'album *Please Please Me* è invece quella con White + Ringo. La decisione fu presa ancora una volta da George



Martin, che preferì dirottare *How Do You Do It?* verso un altro gruppo sotto contratto con la EMI, Gerry & The Peacemakers, e con grande successo, visto che l'anno seguente sarebbe arrivata al primo posto nelle classifiche di vendita dei 45 giri. Sul lato B del singolo, la scelta ricade su *P.S. I Love You*, probabilmente pensando ad un pubblico più femminile.

Trattandosi di un debutto discografico assoluto, e per di più con un'etichetta controllata come la Parlophone e non direttamente con marchio EMI, la distribuzione fu limitata al Regno Unito, dove la risposta del pubblico fu buona ma non eccezionale: il 45 giri raggiunse la 17ª posizione nelle classifiche inglesi (*Please Please Me*, pubblicato all'inizio del 1963, fece immediatamente irruzione al primo posto), però rimase nelle chart per ben quattro mesi e mezzo, il che fece convinse sia Epstein che Martin che la direzione presa era sostanzialmente

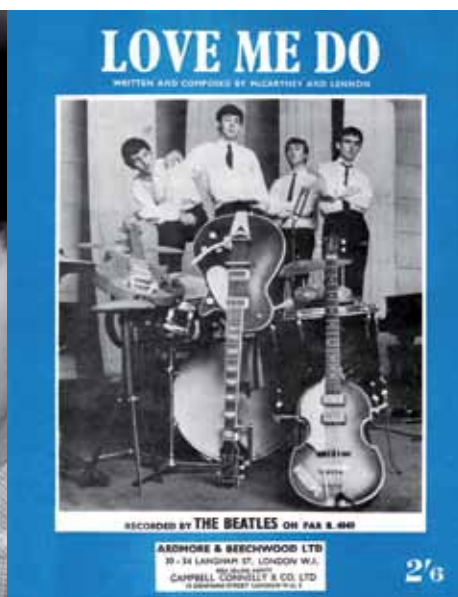
quella giusta. I due brani presenti sul primo singolo dei Beatles portano la firma di Lennon & McCartney, ma in realtà sono entrambi da attribuire al solo Paul, che probabilmente ebbe anche l'idea di far suonare in *Love Me Do* a Lennon l'armonica Hohner modello Blues Arp sulle sezioni di controcanto, in sovrapposizione parziale alla sua voce nel momento in cui si separa da quella di John.

Quando i Beatles pubblicano *Love Me Do / P.S. I Love You*, il 45 giri ha già una sua storia e una sua aneddotica, non è certo una novità nelle forme di diffusione della musica. Esiste ormai da quasi quindici anni e ha già conosciuto casi di boom di vendite spettacolari, che in genere testimoniano dei mutamenti nella percezione che il pubblico ha avuto della musica lungo le diverse decadi. Dunque, non si può affermare che sia stato l'oggetto in quanto tale ad aver avuto un ruolo particolare nel diffondere l'elemento di novità che la musica dei Beatles stava iniziando a rappresentare. E nemmeno può aver fatto la differenza la copertina del singolo, concepita secondo un'estetica molto politically correct e ancora rispettosa degli standard fotografici anni Cinquanta, come del resto continuerà ad accadere anche per i primissimi album del gruppo, prima dell'immagine distorta di *Rubber Soul* (1964).



Se poi passiamo a un'analisi anche solo superficiale delle lyrics e della struttura musicale, non scopriamo nulla di dirimpente. Il testo è a dir poco elementare, diviso in strofe isosillabiche quasi puerili anche nelle scelte lessicali, tanto che la parola "Love" - usata ora come sostantivo, ora come forma verbale - ricorre ben 25 volte in 140 secondi di incisione. Riguardo poi le melodie (e questo elemento concerne anche *P.S. I Love You*, ma in realtà lo si può ripetere anche per *Please Please Me*) siamo nel cretaceo se pensiamo che solo quattro anni e pochi mesi più tardi gli stessi cervelli sfornarono architetture estremamente complesse e sfuggenti ad ogni ancoraggio ai 4/4 della canzone tradizionale come quelle di *Strawberry Fields Forever*. Evidentemente è la totalità del messaggio che riesce a passare attraverso il 45 giri, a fare la differenza. E la farà ancor di più nel corso del 1963, quando *Please Please Me* supererà i due milioni di copie vendute e *She Loves You* i cinque, con un trend crescente in maniera esplosiva, mentre per *Love Me Do / P.S. I Love You* si è sempre sospettato che Brian Epstein abbia comprato da solo 10.000 copie del singolo, al solo scopo di farne decollare le vendite. Cosa c'era dunque di tanto innovativo in quello stile musicale e soprattutto in quel modo di creare un rapporto così intenso con il pubblico?

La risposta più significativa l'ha data probabilmente Alan Bleasdale, noto autore televisivo e cinematografico, nato anche lui a Liverpool nel 1946 e quindi appena sedicenne all'epoca del debutto dei Fab Four, il quale ha detto, in un documentario della BBC del 2002 sulla storia della band: "Tutto il loro modo di essere rappresentava qualcosa che ci rendeva totalmente diversi dai nostri padri". È questo il punto, a nostro parere. Avendo iniziato con una gavetta difficile, in una città povera e periferica rispetto ai centri di produzione culturale britannici, senza particolari elementi acceleratori del successo, ed essendo riusciti a trasformare un locale piuttosto ridicolo come forme e dimensioni quale era il Cavern Club in una specie di santuario di un culto religioso del tutto autosufficiente, è come se con i Beatles fosse iniziata una trasformazione totale della posizione occupata dalla musica nella tavola periodica degli elementi che formano la chimica giovanile, e tutto questo era già presente in nuce in questo primo singolo. Da un giorno all'altro, un'intera generazione si appropria di un oggetto (il disco in vinile di 7 pollici di diametro) inventato dalla generazione precedente a margine dei processi di produzione delle materie plasti-



che, per trasformarlo in qualcosa di totalmente diverso. È un modo per dire ai padri: noi non siamo come voi! Diventa così inevitabile che la nuova identità si completi con tutti i dettagli accessori: il rifiuto di portare i capelli corti, un abbigliamento che prende in giro quello borghese, un modo di vivere l'esperienza musicale (soprattutto durante i concerti) all'insegna del parossismo anziché della quiete e della riflessione. Maxwell Hutchinson, celebre architetto e creatore - fra le tante altre cose - dei Britannia Row Studios usati dai Pink Floyd per *Animals* e per *The Wall*, che nel momento in cui esplose la popolarità dei Beatles ha solo 15 anni, ha sostenuto di recente che urlare come degli indemoniati nelle loro esibizioni dal vivo era un atto di ribellione generazionale che non aveva affatto come destinatario il gruppo o gli altri ragazzi presenti ai concerti, ma proprio chi invece restava a casa, sordo al mutamento in corso in un disperato tentativo di resistenza.

Quando il fenomeno raggiunge l'altra sponda dell'Atlantico ha ormai già invaso l'Europa e sta per attraversare anche le grandi città del Giappone e dell'Australia, trasformandosi in evento storico di portata globale, e in meno di due anni la Beatlemania assumerà le dimensioni per cui è ricordata.

Nel 1964, *I Wanna Hold Your Hand* toccherà i 12 milioni di copie, diventando il singolo di maggior successo della band. Il 3 febbraio del 1965, la

rivista *Variety* pubblica una notizia che allietta i fan e allarma i genitori: i Beatles, a soli due anni e mezzo dal loro debutto discografico, hanno superato i 100 milioni di dischi venduti nel mondo, includendo sia i 33 che i 45 giri. E il ritmo non fa che crescere: un anno e mezzo dopo, saranno già 150 milioni. Una simile parabola dà torto per una volta al grande guru della cultura pop degli anni Sessanta, Andy Warhol, il quale in un'intervista del 1962 aveva affermato che "l'arte



non diventa nuova prima che siano passati dieci anni, perché solo allora appare nuova". Non è andata così con i Beatles, che hanno saputo portare fattori dirompenti di novità nel mondo della musica popolare in tempi brevissimi e proprio in un momento in cui sembrava che nessuno avesse qualcosa di nuovo da dire.

Quando Roland Barthes pubblicò le sue *Mythologies* era ancora il 1957 e i riferimenti della cultura popolare erano: la nuova Citroën (cui dedica tre pagine), la diffusione dei materiali sin-

tetici negli arredamenti (tre pagine), il tour de France (ben nove pagine). Ma ciò che il grande studioso ha detto dei modi in cui possono nascere i nuovi miti nel mondo moderno sembra illuminante: "Il mito non si definisce dal suo messaggio ma dal modo in cui lo si proferisce: ci sono limiti formali al mito, mentre non ce ne sono di sostanziali. Tutto dunque può essere mito? Sì, a mio avviso, perché l'universo è infinitamente suggestivo. Ogni oggetto del mondo può passare da un'esistenza chiusa, muta, ad uno strato orale, aperto all'approvazione della società". (R. Barthes, *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi 1994, p. 191). Questo è esattamente ciò che è accaduto con la musica dei Beatles, e tutto era già presente in quel primo singolo apparso ai primi di ottobre del 1962 soltanto nei negozi inglesi. Proprio il diverso sistema di valori prefigurato in quel primo, ingenuo 45 giri ha trasformato un semplice dischetto derivato dalla lavorazione del PVC in un medium comunicativo che avrebbe imposto un presente totalmente altro rispetto al passato, in una porta dischiusa su un percorso artistico che in pochi anni avrebbe rivoluzionato l'esistente.

Giuseppe Russo

Roma hi-fidelity 2012

evento audio hi-end, LP, CD, musica liquida, mostra mercato nuovo e usato, concerti



info organizzazione:
mr. Stefano Zaini
<http://www.milano-roma-hi-fidelity-audio-show.it>
info@thesoundofthevalve.it
tel.fax. +39 0382 71428 cell. 338 2584737



10° edizione di solo audio hi-fi

Sabato e Domenica 1 e 2 Dicembre 2012, h. 9.00 - 19.00

Centro Congressi NH Jolly Hotel Midas

Via Aurelia n°800, Roma

AudioReview:

La manifestazione più importante della Capitale, dedicata agli appassionati di musica ed operatori del settore, organizzata da The Sound of the Valve e dal suo patron...

Suono: *Ci vuole coraggio...*

Ci vuole coraggio e determinazione per portare avanti, sorretti fundamentalmente dalla passione (e credeteci questa volta non è retorica!), una manifestazione complessa, estremamente "verticale" e di nicchia come la "rassegna della sola alta fedeltà a due canali" milanese che tutti conosciamo e che ha generato una sorella "minore" (solo anagraficamente) nella capitale...

la Repubblica: *Viva il vinile.*

"...nella Capitale son diversi gl'appuntamenti per i collezionisti, ma il migliore è quello organizzato al NH Jolly Hotel Midas di via Aurelia, dove arriveranno collezionisti da altre parti d'Europa..."

INGRESSO GRATUITO

Con l'auto: gran raccordo anulare, uscita N°1 Roma Centro Aurelio - Città del Vaticano, dopo 2 Km c.a. immettersi sulla rampa destra indicante "Inversione di marcia" attraversare il cavalcavia e seguire le indicazioni per l'albergo.

prossimamente: **MILANO HI-FIDELITY 2013** 2 e 3 Marzo 2013, 14° ed

The Sound Of The Valve

C'è una **NOVITÀ** nel mondo della **MUSICA**: **EXITWELL**, il nuovo portale per **MUSICISTI EMERGENTI!**

Il Progetto

Offriamo **supporto** a 360 gradi a **band ed artisti emergenti**. Scegliamo i **migliori** per **promuoverli** ed offrire loro servizi personalizzati.

Cosa offriamo

Con la nostra **RIVISTA CARTACEA** offriamo ai musicisti le nozioni per affrontare un qualsiasi **PROGETTO MUSICALE**.

Cosa promuoviamo

Promuoviamo **INIZIATIVE** al fine di far **COOPERARE** le diverse realtà del panorama musicale.

Attraverso Exitwell l'artista è:



Vuoi saperne di più?

Vieni a trovarci sul nostro sito web WWW.EXITWELL.COM e rimani sempre aggiornato!

EXITWELL

