

Rollins a Roma: un monumento del jazz, ma quanta energia!

Sonny, il «ragazzino» del sax



Francesco De Gregori

RAIDUE ore 15 De Gregori ospite di «Doc»

È un piccolo avvenimento, e come tale va segnalato. Francesco De Gregori va in televisione. Il cantante italiano più schivo «cede» le armi e appare sul piccolo schermo. «Cede», si intende, per modo di dire: perché la sede è nobile e defilata, ovvero Doc, il programma di Renzo Arbore in onda tutti i giorni dalle 15 alle 16, su Raidue. Nelle trasmissioni di oggi e di domani De Gregori sarà l'ospite d'eccezione del programma, e proporrà - naturalmente dal vivo - cinque canzoni, scelte sia dal repertorio classico, sia dall'ultimo album Terra di nessuno.

Sonny Rollins, ovvero la creazione artistica come flusso naturale. Perfino il suo sassofono sembra parte integrante dell'essere: un prolungamento fisico, una strana proboscide che agita verso il pubblico declamando a piena voce un vertiginoso stream of consciousness. Il pubblico ha risposto alla grande, l'altra sera, riempiendo il Teatro Olimpico di Roma. E molti non sono riusciti ad entrare.



Sonny Rollins: un successo il suo concerto romano

FILIPPO BIANCHI ROMA. Raggiunto da tempo lo status invidiabile di leggenda vivente, il saxophone colossus potrebbe limitarsi a celebrare il proprio mito, rifugiarsi nella routine e campare tranquillo. Invece ogni concerto è un'eruzione di energia inarrestabile, un salto mortale senza rete: non a caso, nelle sue tournée, si rifiuta di suonare per due giorni consecutivi; non avrebbe il tempo di recuperare un tale dispendio fisico e mentale. Per questo, forse, la gente lo accoglie sempre con un calore straordinario, ne apprezza la grande sincerità, l'urgenza espressiva quasi tangibile, la totale commovente emozione.

Il trombonista Clifton Anderson, ad esempio, è diventato una seconda voce discreta ma preziosissima: nelle esecuzioni tematiche conferisce al suono d'assieme un impasto ricco e compatto; negli assoli travolgenti del leader inserisce una punteggiatura sempre attenta e pertinente. Mark Soskin al piano (acustico ed elettrico), Jerome Harris al basso e Tommy Campbell alla batteria costituiscono una sezione ritmica di prim'ordine, versatile e affiatata, capace di un apporto creativo che va ben oltre quel ruolo di «tappezzatura» di cui Rollins la relegava nei suoi gruppi di qualche anno fa. È sorprendente come Rollins riesca a mantenere una fortissima tensione d'interscambio con partner assai più giovani e ineserti, lui che ha dialogato praticamente con tutti i grandi del jazz moderno, da Max Roach a Clifford Brown, da Thelonious Monk a Charlie Parker, da Miles Davis a Art Blakey.

Re of Iron è un brillantissimo anomalo calypso, ultimo di una serie di celeberrimi temi analoghi di cui St. Thomas è il capostipite. Ecco il punto: Rollins è sempre fedele a se stesso, ma è sempre nuovo e diverso. Personalifica meglio di chiunque altro il rituale dell'improvvisazione, la magia del jazz come invenzione istantanea irripetibile. Il vaglio supremo di un'opera musicale, sosteneva qualcuno, è la sensazione da parte dell'ascoltatore di un'intelligenza insolita che si muove dietro le note. Le scelte di linguaggio, secondo questo criterio, passano in secondo piano, oscurate dalla forza delle idee, dalla comunicazione diretta che è la verità dell'artista, dalla sua capacità di non ripetersi mai. Rollins adotta un linguaggio che è nato quarant'anni fa, ma che nonostante ciò è vivo e attuale, perché si crea nel momento in cui si esprime.

È a proprio agio in qualsiasi clima: passa dal flavour latino alla lirica ballad intitolata Promise quasi senza soluzione di continuità. Ogni struttura improvvisativa ha la logica, la perfezione formale e la complessità di una composizione scritta. Per chiudere il primo set ricorre ad uno dei suoi brani più classici, quella Tenor Madness che evoca l'altro grande maestro del sax tenore moderno, John Coltrane, col quale la incise più di trent'anni fa, e al quale è evidentemente dedicata.

Il secondo set si apre con Reel life, e subito dopo ha un momento magico nella brevissima interpretazione di Don't stop the carnival, introdotta in completa solitudine, e poi ridotta quasi a un frammento, ma di eccezionale intensità. Il pubblico lo acclama come merita. La sua geniale abilità nel svizzerare a fondo le possibilità armoniche e melodiche di un tema si esalta nell'esecuzione di Autumnal nocturne, una delle sue ballad preferite. Poi viene Allison, ma purtroppo, sovrappiatta da tanta irruenza, una chiave del suo mitico sassofono tenore cede, e la parte finale del concerto soffre inevitabilmente di questa menomazione tecnica. Saggiamente, il nostro, si rifugia nel blues, suonando con una mano sola. La chiusura però è ugualmente una grande festa, e le richieste insistenti di bis non rimangono insoddisfatte.

L'intervista David Sylvian, sciamano del rock

ALBA SOLARO ROMA. Ci sono musicisti che, partiti dall'ambito rock, hanno progressivamente ampliato il loro immaginario sonoro, simbolico e stilistico andando alla ricerca di un orizzonte di ricerca dai confini sempre più sfumati. Si possono citare nomi come quello di Brian Eno, oppure, in un aggiornamento generazionale, quello di David Sylvian. Per anni alla guida del Japan, Sylvian oggi conduce una carriera solista molto ripartita, lontano dai riflettori della mondanità; la cultura orientale incontra e scoperta un decennio fa lo ha portato a prediligere una dimensione serena, solitaria e contemplativa del comporre, e la musica che ne risulta è direttamente investita da questa qualità più cerebrale che fisica. Sylvian continua comunque ad essere un mito per il pubblico della new wave e del dandyismo elettronico dell'era Japan. Lo conferma il tutto esaurito registrato da buona parte delle date del tour che il musicista inglese porta in questi giorni in Italia (domani sarà a Roma, il 7 e 8 a Milano, il 10 a Treviso e l'11 a Torino).

«Non mi è mai particolarmente piaciuto esibirmi dal vivo» - racconta - «I concerti sono comunque una parte molto importante del mio lavoro. Ho deciso di riprendere ora perché penso che sia il momento giusto. Non avevo molta voglia di ricominciare a comporre nuovo materiale né di richiudermi in studio. Inoltre volevo in qualche modo ricoprire, rivedere tutto ciò che ho fatto finora, da Brilliant Trees a Secret of the bee-hive ed il migliore era di portare tutto il materiale in concerto, porlo a confronto con le reazioni del pubblico. Desideravo da lungo tempo mettere in piedi uno spettacolo come questo, dove poter lavorare a fianco sia di musicisti di estrazione jazz che pop, con ampio spazio all'improvvisazione».

In questa tournée ad accompagnare Sylvian ci sono musicisti che sono molto più che semplici gregari. Insieme al trombettista Mark Isham, uno dei principali esponenti della cosiddetta «new age music», ci sono David Torn e Robbie Aceto alle chitarre, Ian Maddman al basso e percussioni, e Steve Jansen (fratello di Sylvian) alla batteria assieme ad un altro ex Japan, Richard Barbieri, alle tastiere. «I Japan avevano esaurito la loro funzione - dice Sylvian - perciò si sono sciolti. Ho capito che giocavo un po' troppo sull'immagine, sul look, mentre oggi trovo sia molto più interessante il valore musicale del mio lavoro». Effettivamente Sylvian è molto cambiato anche sul piano fisico, sempre più etero e delicato; non è rimasta alcuna traccia della sensualità e platinata popstar di un tempo. Il rigetto per l'immagine si spinge fino a coinvolgere la spettacolarità, che da quanto dice il musicista, sarà del tutto assente dal suo concerto, incentrato più sull'esecuzione musicale e sull'impeto emotivo del pubblico. È una scommessa, data la natura così intimità e malinconica della sua musica, la sospensione quasi onirica di certi suoni, un carattere ancestrale forse più adatto all'ascolto come esperienza individuale che non alla socialità dei concerti.

Table with 4 columns and multiple rows containing TV and radio program schedules for Raiuno, Raidue, Raitre, and Radio channels.

Musica. Arriva la pubblicità

Lo sponsor va al concerto

Col ritorno dell'Italia nel circuito dei grandi concerti rock e pop, spunta all'orizzonte una figura inedita ma sempre più invadente: quella dello «sponsor». «Senza di loro molte tournée non potrebbero essere realizzate nel nostro paese», ha affermato David Zard nel corso di una conferenza stampa sulle sponsorizzazioni nella musica, svoltasi ieri mattina a Roma su iniziativa della Edo.

ROMA. «Negli Stati Uniti vengono investiti ogni anno circa 1500 miliardi in sponsorizzazioni musicali. L'Italia, che è al primo posto in Europa per le sponsorizzazioni culturali, ha investito lo scorso anno complessivamente mille miliardi, di cui circa duecento nella musica. Da Sanremo Rock alle tournée di Duran Duran e Spandau Ballet... Partendo dal precedente della Piaggio, che nell'82 appose il suo marchio al tour dei Rolling Stones, Marco Godano, presidente della Edo (agenzia che cura immagine e promozione delle prossime tournée di Terence Trent D'Arby, George Michael, Patsy Kensit, nonché alcune date del tour europeo di Zucchero), ha tracciato un disegno della crescita del fenomeno «sponsor» in campo musicale, ponendo la sua agenzia all'avanguardia perché passata «dalla famosa pecera, col nome dell'azienda sul manifesti, all'endorsement, ovvero il coinvolgimento diretto dell'artista nella campagna pubblicitaria».

Polemico con gli sponsor televisivi tipo Dash, con le tendenze monopolistiche dei giganti americani Coca e Pepsi, ed anche con le assurde gare a suon di miliardi di dollari, come quella sostenuta intorno a Whitney Houston, Godano ha definito l'88 come l'anno-boom dalle sponsorizzazioni musicali. Non ci sarà più che tocchi queste sponde senza essere sponsorizzato. Anche Bruce Springsteen? Tutti conoscono l'avversione del Boss verso ogni tentativo di genere. Ma Godano appare quantomai ottimista: «Si può trovare uno sponsor anche per artisti come Springsteen o U2, purché di qualità. Pensate alle scarpe Reebok, senza la cui partecipazione non sarebbe stato possibile il tour di Amnesty International». Ancora più esplicito è stato Zard, per il quale «tutti abbiamo un prezzo». Per Terence Trent D'Arby il prezzo della sponsorizzazione pagato dalla Uniform (che lo scorso anno marchò i Duran Duran) si aggira sui tre miliardi e mezzo, ma i responsabili diventano stranamente abbottonati quando si tratta di dire quanto esattamente l'artista si metterà in tasca; né è stato molto più chiaro il suo manager, presente alla conferenza stampa. Per la Uniform il giovane D'Arby sarà una vera e propria testa di ponte alla conquista del mercato europeo. La sua immagine sarà legata ad una nuova linea di abbigliamento, «Next Generation of Uniform», per la quale il cantante interpreterà pure uno spot televisivo.

Table with 2 columns and multiple rows containing film and radio program schedules for Odeon, Rete, and Radio channels.