

I siti Internet nati per fare spazio ai nuovi artisti sono diventati dei supermarket delle grandi etichette

## La musica su Internet è già alla fine? Le major si mangiano le indipendenti

Riviste telematiche di punta, luoghi aperti alla sperimentazione: all'inizio sembrava proprio che fuori dalla solita catena distributiva i giovani musicisti avrebbero potuto farsi conoscere. Ma l'arrivo di grandi capitali ha rotto l'illusione.

### Rock on Line in Italia l'utopia viaggia ancora in rete

ROMA. Majors del disco all'assalto di Internet? Per Rock On Line, l'unico sito musicale tutto italiano (<http://www.rockol.it>), era ampiamente prevedibile. Anzi, è proprio da questa riflessione che è nata Rockol, per fare informazione in campo musicale aggirando le forche caudine della discografia. «È ormai impossibile in Italia tentare un'iniziativa editoriale musicale su carta stampata senza avere qualche potentato dietro», commenta Gigio Rancilio, giornalista musicale, tra i fondatori del sito. Basti riflettere sul fatto che, a fronte della crisi di vendite dell'editoria musicale "storica", esistono ben quattro nuove riviste completamente gratuite, distribuite nei negozi e ai concerti, che però sono prodotte direttamente dalle major discografiche, come la Bmg, la Polygram, la Emi, ed ora anche la Virgin. Questo cosa ci dice? Che i discografici, anziché supportare l'editoria musicale, hanno preferito aggirarla. Perché considerano i giornalisti come figure di disturbo, filtri negativi. Non dimentichiamoci anche che la Fimi (la federazione delle major) fece un tentativo per comprare Videomusic, prima che se la aggiudicasse Cecchi Gori. E se tutto questo avviene in una realtà di mercato piuttosto piccola, come l'Italia, figuriamoci in America e nel resto del mondo». Ma se affidarsi alla carta stampata è ormai un'impresa impossibile, fare informazione su Internet si può, ed è proprio questo che fa paura alle major: «A partire da queste considerazioni due anni fa un gruppo di giornalisti musicali hanno tentato la scommessa di mettere in piedi Rock On Line, senza avere dietro né la Telecom né nessun altro - continua Rancilio - Lavoriamo in quindici, abbiamo una media di 22/25 mila contatti al giorno, nella nostra e-mail riceviamo messaggi e richieste anche dall'estero». «Il punto è come dare contenuto a questa scatola vuota che è la rete, piena di siti, ma anche di tanto nulla. Internet permette ancora alle idee di avere valore rispetto ai soldi, ma è una situazione di libertà che io credo potrà durare ancora per un paio d'anni, non oltre». Sembra di rivedere quello che avvenne negli anni '70 con le radio private, spiega ancora Rancilio: all'inizio erano uno strumento alternativo, di controinformazione, un'alternativa al monopolio Rai, ma col tempo anche lì il business si è impossessato del mezzo, e oggi il mercato è dominato dai grossi network commerciali. Succederà lo stesso anche per Internet, «ma ci sarà sempre spazio per il piccolo sito, omologo della piccola radio di quartiere, che sarà libero, non assoggettato, e che potrà arrivare in ogni angolo del mondo».

[Alba Solaro]

La notizia era di pochi giorni fa. Ed è passata quasi inosservata. Anche perché il «Nandotime» (e chi usa Internet per lavoro sa di che si tratta: di una delle più attendibili fonti d'informazione telematica) l'aveva relegata nella categoria «Economia». In due parole, la notizia è questa: la «Paradigm» ha acquistato «Addicted To Noise». Di che si tratta? ATN (l'acronimo che sta appunto per Addicted To Noise) è stata fino a ieri forse il miglior sito Internet fra i trentamila e passa dedicati alla musica. Lì, nella pagina inventata da Michael Goldberg, si possono trovare notizie, spezzoni di brani - qualche volta anche in anteprima - ma soprattutto ci sono interviste «vere», spesso anche scomode per le major. E soprattutto c'è tantissimo materiale su tutto l'universo delle indie, le piccole case produttrici indipendenti. L'acquirente è invece una delle trenta divisioni della «Hoewler Development Group». Un colosso che ha interessi enormi, dall'acciaio all'edilizia. Da qualche anno ha aperto anche la sua consociata nel settore dei media. E ha cominciato alla grande: la Paradigm ha già prodotto numerose serie televisive di successo. Ora punta sulla telematica: e si è presa anche Addicted To Noise.

L'altra notizia è di appena due giorni fa (e questa è stata ripresa un po' da tutti i giornali). Su Internet ha cominciato a trasmettere la Jam Tv. Nata come televisione ora il network si presenta come il più «ricco» sito musicale on line: è collegato a trecento radio, ha un notiziario aggiornato 24 ore su 24, ma soprattutto offre la possibilità di ascoltare i concerti on line. Cosa non nuovissima, accade già da tempo. Ma qui si parla di concerti come quello degli U2 a Chicago, di Eric Clapton ecc. La pagina della «Jam Tv» è attiva dal 31 marzo ed il giorno prima c'è stata una conferenza stampa dove l'amministratore delegato Howard Tullman ha spiegato che la sua emittente telematica «lavorerà in sintonia con l'industria discografica e con le piccole società produttrici». Le cose, però, stanno in modo un po' differente: perché se è vero che nel menù principale della pagina Web c'è un «botone» che rimanda ad una indie (peraltro distribuita dalla Mercury) è anche vero che la Jam Tv ha «dietro» di sé colossi come la Polygram, la Columbia, la Bmg, la MCA.

Fin qui le notizie. Che vanno tutte nella stessa direzione: le major alla «riconquista» della musica su Internet. Parole grosse? Forse, ma resta il fatto che l'utopia della rete come nuovo - e più democratico - strumento per la distribuzione della musica sembra già finita. L'illusione, insomma, è durata poco. S'era detto e scritto che Internet avrebbe permesso a chiunque avesse qualcosa da dire (e da canta-



Ecco un particolare della pagina Internet di Jam Tv

re) di poter raggiungere un pubblico enorme. Saltando l'intermediazione della distribuzione. Di più: s'era detto e scritto che chiunque avesse avuto qualcosa da dire (e da cantare) ma fosse stato senza contratto, su Internet avrebbe potuto trovare la sua produzione. Per questo è nato IUMA (Internet Underground Music Archive). Uno dei promotori di IUMA fu Michael Goldberg, lo stesso di ATN. Ha co-inventato un sito dove si possono ascoltare «assaggi» di brani musicali e acquistare Cd, altrimenti introvabili. Così almeno era all'inizio. Oggi, invece, è una società che ha un fatturato di un miliardo e mezzo all'anno, ha due mila ottocento titoli in catalogo e sette dipendenti. E nel catalogo si trova anche Chris Cavacas, tastierista che ha lavorato anche coi Green on Red, che ha già un contratto alle spalle, ma che qui, su IUMA ha inserito un lavoro, prodotto da una indie, fatto metà per scherzo, metà sul serio.

Ed ancora. Tempo fa, un po' tutti i giornali specializzati erano

inondati di articoli su Cerberus. Di che si tratta? Di una società che ha sviluppato un software perché tutto il ciclo della musica resti in rete. Per capire: la società inglese ha allestito un proprio studio di registrazione, il cui prodotto finito non è però un Cd, ma un file. Che chi vuole, paga e si scarica col modem sul proprio hard disk. Il software consente di prelevare la musica, ma non di trasferirla ad altri utenti. In questo modo, il copyright agli artisti è assicurato. Anche qui, al suo avvio, gran dispendio di parole: è finalmente lo strumento con cui giovani band potranno rivolgersi al mercato, ecc. Ma poi, quattro mesi fa, è arrivata l'intesa con la Emi, poi con la Bmg e via via le altre. La Cerberus oggi distribuisce in rete i loro cataloghi. L'unica cosa è che qui un lavoro, mettiamo un Cd, si può comprare a «pezzi». Si può acquistare un singolo brano, come se l'opera di un musicista potesse essere frammentata. Difficile dire se l'operazione abbia dato frutti agli ideatori: anche se sollecitati alla Cerberus non

danno cifre. Ma vista la staticità del sito, tutto fa pensare che forse, una volta tanto, gli acquirenti siano stati un po' più accorti dei progettatori di software.

Utopia finita, dunque? Forse. Oggi uno dei pochi siti musicali davvero indipendenti in rete è la Knitting Factory. È la pagina Web di un locale, anch'esso «indipendente», di New York. Ogni tanto c'è qualche concerto on line, è stato allestito anche un «live broadcast». Ma in rete non c'è una programmazione ricchissima. Straordinaria invece quella prevista nel club. In questi giorni, poi, cade il decennale del locale. Una data che Lou Reed ha voluto ricordare con poche parole: «Il club è uno dei pochi posti dove si può ascoltare musica fatta solo da chi ha piacere di suonare». Senza condizionamenti.

Il futuro della musica, insomma, non sembra proprio la rete. E forse è nelle centinaia di Knitting Factory, di ogni città.

Stefano Bocconetti

Nasce Internet Festival

## Per le giovani band un'alternativa telematica al palco di Sanremo

MILANO. Che fine farà la radio che, fino a ieri, era lo strumento privilegiato di diffusione di nuovi gruppi e tendenze musicali? Riuscirà a sopravvivere a Internet dove ormai si può trovare di tutto: dal gruppo rock indipendente al musicista blasonato, dal catalogo delle grandi major discografiche a quello dell'etichetta underground?

Ecco che anche in Italia si comincia a parlare di sperimentazione, fusione e nuove tecnologie e nascono iniziative per superare i limiti dell'etere e i pesanti costi della promozione che spesso penalizza le nuove produzioni e anche per garantire uno spazio in rete a chi non ha alle spalle una grande major che lo sostenga. Si chiamerà Internet festival (IF) e partirà il 15 aprile all'indirizzo [www.ifmusic.com](http://www.ifmusic.com) la vetrina delle novità musicali aperta a chiunque. Organizzata dalla testata di settore M&D (Musica e Dischi), con la collaborazione di Staff Record ([www.staff.it](http://www.staff.it)) e Vendomusic, consentirà ad autori di qualsiasi nazionalità, esordienti o già affermati, di trasmettere la loro musica nella rete.

Un vero e proprio festival dedicato ai navigatori musicali che potranno ascoltare i brani e, nel contempo, leggere i testi, sbirciare nella scheda biografica dell'autore e vederne delle immagini o, ancora, soffermarsi sui testi letterari, un po' come succede adesso con le confezioni degli album. Un'utopia che rimpiangerà il festival di Sanremo negli gusti del pubblico musicofilo italiano?

Gli organizzatori non vogliono rinunciare alla scommessa

proponendosi l'obiettivo di segnalare all'attenzione del pubblico, degli operatori e dei media, le nuove produzioni di qualità, senza temere l'invasione delle major discografiche che, anche sulla rete, mantengono una posizione di prestigio con siti accattivanti e una promozione efficiente.

«Le major hanno una loro politica. Hanno dei bellissimi siti ma anche un'ampia distribuzione sugli altri media, come i network radiofonici o la televisione. L'utente di Internet è invece spesso qualcuno alla ricerca di qualcosa di nuovo, di informazioni che non può trovare da nessun'altra parte. Ed è da questa logica che è nata l'idea del festival», ci ha detto Mario De Luigi, direttore di M&D, che è tra gli organizzatori della manifestazione.

Per partecipare al festival i musicisti potranno far pervenire entro settembre una cassetta audio registrata contenente il brano proposto (e pagando una quota di 170 mila lire a brano) alla segreteria del festival (via De Amicis 479). Tutti i brani inviati entreranno in rete a partire dal primo maggio e potranno essere votati dal pubblico alla casella di posta elettronica [ifmusic@staff.it](mailto:ifmusic@staff.it) secondo quattro categorie: il più bel brano completo di testo e musica, quello fatto di solo testo, la miglior interpretazione non originale e quella composta da solo testo «perché» ha precisato De Luigi - nel mondo musicale si fanno sempre più presenti le contaminazioni, testi letti con sottofondo musicale, a metà tra performance artistica e multimediale».

I primi dieci selezionati di ogni categoria saranno poi quelli che gareggeranno da ottobre a dicembre per il Premio Internet assegnato sempre dagli utenti della rete, mentre una giuria composta da esperti del settore attribuirà invece il Gran Premio della Giuria.

Ma ci sarà la possibilità per tutti di gareggiare allo stesso livello o il fatto di consentire l'accesso al festival anche ai brani già editi non danneggerà gli autori alle prime armi? «Naturalmente sarà premiata la qualità, ma non crediamo che un autore già affermato abbia bisogno del nostro festival per farsi conoscere - ha concluso Mario De Luigi - d'altra parte esistono però degli autori o dei brani già pubblicati che sono passati del tutto inosservati e, quindi, secondo la logica democratica di Internet che vuole tutti allo stesso livello di visuale e di accesso, abbiamo voluto dare la possibilità anche a loro di riprovarci».

Isabella Fava

### Ecco tutti gli indirizzi

Ecco gli indirizzi di cui si parla nella pagina:  
**JAM TV** (<http://www.jamtv.com>)  
**IUMA** (<http://www.iuma.com/>)  
**ADDICTED TO NOISE** (<http://atn.addict.com/>)  
**KNITTING FACTORY** (<http://www.knittingfactory.com/Welcom.html>)  
**KF LIVE BROADCASTING** (<http://www.knittingfactory.com/TheClub.html>)  
**CERBERUS** (<http://cdj.co.uk/>)  
**ROCK ON LINE** ([www.rockol.it/](http://www.rockol.it/))  
**INTERNET FESTIVAL** (<http://www.ifmusic.com>)

## David Bowie, tour in Italia a luglio

David Bowie torna in Italia. Il Duca Bianco, passato di recente dalle nostre parti come ospite del festival di Sanremo, arriverà nel mese di luglio per una tournée di quattro date, nell'ambito del suo «Earthing tour 1997». Bowie suonerà il 2 luglio a Pistoia, in piazza del Duomo, nell'ambito del festival Pistoia Blues; l'8 si esibirà a Brescia, nello stadio Rigamonti; il 10 sarà a Napoli, nello spazio dell'ex acciaieria Ilva di Bagnoli; e l'11 suonerà in Sardegna, alle Rocce Rosse di Arbatax.

Lo spettacolo sarà in gran parte incentrato sui suoni e le atmosfere «jungle» a cui l'artista si è ispirato per il suo ultimo album, «Earthing», accolto molto positivamente dalla critica. La prevendita dei biglietti dovrebbe iniziare verso la metà di aprile. Ad accompagnare la rockstar inglese nel suo tour italiano, organizzato da D'Alessandro e Galli, potrebbe esserci una band di supporto, il cui nome non è ancora stato reso noto.

[Alba Solaro]

Jazz	
<p>Un omaggio alla musica di uno dei più geniali pianisti della storia del jazz, Bud Powell, fatta da un altro pianista, che certo genio non si può definire. Chick Corea, anche se ha fatto delle cose decisamente interessanti negli anni '70, è conosciuto più che altro per il suo approccio virtuosistico e pirotecnico allo strumento. Pur se ineccepibile dal quel punto di vista, Corea non riesce ad entrare nelle pieghe drammatiche della musica di Powell. Nel sestetto anche Joshua Redman, Roy Haynes, Kenny Garrett. [Helmut Failoni]</p>	<p>Vanno dal 1932 al 1956 le incisioni riportate in questo quadruplo cofanetto che farà la gioia di tutti gli appassionati di Armstrong. Ma anche per chi si è avvicinato al jazz, magari partendo dai protagonisti della storia più recente tipo Miles Davis. L'occasione è da non perdere: perché è come aver letto Camus senza essere passati da Dostoevskij. Il trombettista, nel suo stile personalissimo, anticipa tutti i temi della modernità, con un pensiero sorprendentemente creativo e profondissimo. [Alberto Riva]</p>
<p>Se è vero che nel jazz una delle cose che cantano di più è l'originalità della voce, umana o strumentale, allora un posto particolare spetta ad Abbey Lincoln. Il suo contratto compositore gronda malinconia e sensibilità, predilige i tempi lenti e notturni; il suo approccio allunga la frase in un sottile gioco che si avvicina al confine della «dissonanza». L'accompagnano ospiti prestigiosi quali Steve Coleman, Oliver Lake, il reddivo Frank Morgan, Graham Haynes. Non manca una versione stralunata di «Mr. Tambourine Man». [H.Fa.]</p>	<p>Il chitarrista franco/vietnamita conosciuto in Italia attraverso la collaborazione con Paolo Fresu offre un disco particolarmente interessante sul versante progettuale, apprendolo con una «suite» in tre movimenti suonata da tre diversi trii che poi si avvicendano nel corso di tutto l'album. Troviamo Marc Johnson e Peter Erskine, il bassista Dieter Ilg e il batterista Danny Gottlieb, e così il percussionista Mino Cinelu. Climi musicali all'insegna dell'elettronica con suggestive tinteggiature d'oriente. [A.R.]</p>
<p><b>Bud Powell</b> Stretch Records</p>	<p><b>The Complete Rea Victor Recordings</b> 4 Cd Bmg</p>
<p><b>Chick Corea</b> Abbey Lincoln</p>	<p><b>3 Trios</b> Nguyen Lê Act Records</p>

## l'Unità

Tariffe di abbonamento		
Italia	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 330.000	L. 169.000
6 numeri	L. 290.000	L. 149.000
Estero		
7 numeri	L. 780.000	L. 395.000
6 numeri	L. 685.000	L. 335.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269274 intestato a S.O.D.P. «ANGELOPATUZZI» s.p.a. via Bettola 18 - 20092 Cinesello Balsamo (MI) - oppure presso le Federazioni del PdS.

Tariffe pubblicitarie		
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle L. 560.000 - Sabato e festivi L. 690.000	Feriale	Festivo
Finestra 1° pag. 1° fascicolo L. 5.343.000	L. 5.343.000	L. 6.011.000
Finestra 1° pag. 2° fascicolo L. 4.100.000	L. 4.100.000	L. 4.900.000
Manchette di test. 1° fasc. L. 2.894.000 - Manchette di test. 2° fasc. L. 1.781.000	Redazionali L. 935.000; Finanz.-Legali-Concess.-Aste-Appalti: Feriali L. 824.000; Festivi L. 899.000	
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200	Concessionaria per la pubblicità nazionale PUBBLIKOMPASS S.p.A. Direzione Generale: Milano 20124 - Via Gioasè Carducci, 29 - Tel. 02/864701	

Arene di Venezia:  
 Milano via Gioasè Carducci, 29 - Tel. 02/864701 - Torino corso M. D'Angelo, 60 - Tel. 011/665211 - Genova via C.R. Ceccardi, 114 - Tel. 010/540184 - Padova via Gatticaia, 108 - Tel. 049/75234-8073144 - Bologna via Amendola, 13 - Tel. 051/255952 - Firenze via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192-573668 - Roma via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli via Caracciolo, 15 - Tel. 081/705111 - Bari via Amendola, 1665 - Tel. 080/548511 - Catania corso Sicilia, 3743 - Tel. 095/736311 - Palermo via Lancia, 19 - Tel. 091/625310 - Messina via U. Bonno, 15C - Tel. 090/293855 - Cagliari via Ravenna, 24 - Tel. 070/303250

Stampa in fac-simile:  
 Telemat Centro Italia, Orsola (Aj) - Via Colle Marcegelli, 58/B  
 SABO, Bologna - Via del Teppozzaro, 1  
 PPM Industria Poligrafica, Paderno Dugnano (Mi) - S. Stale dei Giovi, 137  
 STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35  
 Distribuzione: SODIP, 20092 Cinesello B. (MI), via Bettola, 18

## l'Unità

Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale l'Unità  
 Direttore responsabile Giuseppe Caldarola  
 Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma