

rock

**INDIPENDENTI A FAENZA
PREMIATI MORANDI E ARTICOLO 31**

Si è chiuso ieri a Faenza il Meeting delle Etichette indipendenti tra concerti, tavole rotonde e premiazioni a cui hanno assistito oltre 20mila persone. Protagonisti tanti esordienti e piccole realtà produttive indipendenti ma anche una bella manciata di ospiti speciali venuti a ritirare i premi: Ligabue per la miglior videografia, gli Articolo 31 per il miglior video di «contaminazione artistica», i Nomadi per il Dvd musicale, Frankie Hi-Nrg Mc e Pacifico per il video ad alto budget con *Gli occhi al cielo*. Premio speciale per Gianni Morandi, mentre per il miglior documentario musicale sul jazzista Luca Flores è stato premiato il sindaco Walter Veltroni.

a Firenze

MASSACRO AFGHANO: L'UNICA PROVA RIMASTA È NEL DOCUMENTARIO DI JAMIE DORIAN

Edoardo Semmla

Due testimoni sono già morti, assassinati. Le prove del massacro, le fosse comuni, i cadaveri, sono passati sotto le ruote delle ruspe. Resta solo Afghan Massacre, il film di Jamie Dorian, unica prova superstita. Jamie Dorian è giunto a Firenze con il suo film, al Festival dei popoli, per raccontare un evento rimasto a lungo nascosto, fuori dal circuito di immagini e informazione che ha portato la guerra in Afghanistan dentro le case di tutti gli occidentali. Ha raccolto testimonianze, ha filmato i luoghi e i corpi, ha rintracciato uno per uno nomi e cognomi dei responsabili. Il suo documentario è stato proiettato dovunque, perfino al Parlamento europeo. «La loro reazione è stata di profonda indignazione - racconta il regista - l'Unione ha subito fatto pressione sull'Onu affinché si

avviasse un'indagine, ma gli emissari delle Nazioni Unite non sono stati messi in grado di fare il loro lavoro». Solo in Usa non lo hanno voluto vedere, il Ministro della difesa, il Pentagono e perfino la Casa Bianca hanno intimato al regista di non insistere nella sua tesi. I fatti risalgono al novembre 2001. L'Alleanza del nord e gli Americani avevano già preso il pieno controllo del territorio di Kunduz e Mazar-I-Sharif. Ottomila talebani si arresero, disarmati, chiedendo di essere consegnati alle Nazioni Unite. Circa tremila morirono nelle ore successive. Il film di Dorian punta il dito sul generale Rachid Dostun, signore della guerra del nord dell'Afghanistan, principale alleato degli Stati Uniti in quella zona. Artefice, secondo la ricostruzione del film-shock inglese, delle torture e dell'assassinio di quei prigionieri. Prima caricati dentro a containers su alcuni camion - da qui il sottotitolo del film *The convoy of death* - poi uccisi durante il trasporto verso la prigione di Sherbegan, in mezzo al deserto. Un soldato delle truppe di Dostun confessa di fronte alla camera: «Ho sparato sui container per fare entrare l'aria, poi ho visto uscire sangue, molto sangue, e ho sentito le urla provenire da dentro». Altri testimoni, quelli che avevano guidato i camion del convoglio, chiamano in causa i soldati americani, una quarantina, presenti durante i fatti, ma immobili: «Non hanno fatto niente per impedirlo - dice il regista - e nel film ci sono le prove. Conosco nomi e cognomi di quei soldati e se l'America vorrà processar-

li sono disposto a fornire tutta la documentazione in mio possesso». Altri prigionieri sono stati venduti ai servizi segreti. Alcuni sono a Guantanamo. Quelli di nazionalità cecena sono stati invece consegnati ai russi. Le fosse comuni riprese in Afghan Massacre si estendono per migliaia di metri quadrati, molti corpi ancora alla luce del sole. «Ho camminato sopra a quelle fosse - racconta Dorian - Ho intervistato un soldato che ha detto "Non potevamo fermare quel massacro". Ma è una menzogna». Nel film si sente anche il parere di alcuni esponenti dell'amministrazione americana. Dorian li interroga sull'opportunità dell'alleanza con Dostun e il suo esercito. «Non era possibile allearci con Madre Teresa» è stata la risposta.

In rock il dvd vince. Anche in Italia

Vasco, De André, Nomadi... il mercato in difficoltà si butta sul nuovo supporto. E trova riscontro

Silvia Boschero

live

Così vediamo i concerti che abbiamo mancato

I Dvd che vanno per la maggiore sono certamente quelli che testimoniano i concerti oceanici, a cui magari non siamo potuti andare. Allora godiamoci la performance di Bruce Springsteen a Barcellona nell'ultimo tour passato anche dall'Italia, degli Ac/Dc, gli Eagles, Santana, Deep Purple, Kiss o quello che testimonia l'ultimo live dei Rage Against the Machine del 2000: pura potenza di decibel mista a furore militante (esce il 5 dicembre).

C'è chi punta solo sulla propria bravura: è proprio il caso dei RATM e dei Pearl Jam appena usciti con *Live at the Garden*; l'intero show tenuto dalla band di Seattle lo scorso 8 luglio al Madison Square Garden di New York e un montaggio con le varie ospitate: Johnny Marr, Ben Harper, Steve Earle, le Sleater-Kinney. I nostri, non avvezzi a infiocchettare la loro musica di altro materiale (sono restii anche a fare i video per Mtv), hanno semplicemente messo sul dischetto il loro lungo e bellissimo concerto, tre ore più un'altra mezz'ora di bonus. Quelli della produzione, per «movement» il dvd, hanno aggiunto la possibilità di guardare lo stesso concerto da un altro punto di vista: quello della telecamera puntata sul batterista. Fa sorridere, pare un corso di batteria per posta, ma tant'è.

Gli U2 invece (potenza dei mezzi) si sono impegnati di più: oltre al concerto dello Slane Castle in Irlanda del tour di «Elevation», per il quale radunarono in due date oltre 160mila spettatori nel settembre del 2001, danno la possibilità di accedere ad alcuni brani con una visuale a 360° (però lo si può fare solo collegandosi su Internet dopo aver scoperto sul dvd la password). I Coldplay dal canto loro ci mettono dentro un buon live di un'ora e mezzo registrato a luglio a Sydney e un bel documentario di 40 minuti, mentre Ben Harper infiamma la platea con il suo *Live at the Hollywood Bowl* tra una prova di *Ground on Down*, una versione acustica nel retro palco di *Glory & Consequence*, vari videoclip e la galleria di foto.

si. bo.



il mercato

I dati parlano chiaro: vanno bene le star

Chi compra i dvd in Italia? Qualcuno «con disponibilità di denaro e di età tra i 25/30 e i 50anni - ci spiega Luciano Rebbegiani, direttore sviluppo dvd per la Bmg - interessato alle grandi star del rock storico internazionale e alla musica rock italiana, mentre l'area musicale teen e dance genera per ora bassi volumi di vendita». Lo dimostrano le copie: «molto buone - dice Ivan Storti della Emi - per titoli di artisti molto amati dal pubblico italiano come Vasco Rossi, che con lo scorso Dvd ha superato le 30mila, i due titoli dei Queen con oltre 15mila e la *Beatles Anthology*, 10mila copie per il cofanetto con ben 5 dvd». Sono soprattutto i classici a fare cassetta: ultimamente John Lennon, i Pink Floyd, Peter Gabriel e Michael Jackson, ma anche i REM, i Coldplay, i Red Hot Chili Peppers, Sting, Linkin' Park. C'è tanto spazio per il rock (Yes, Dave Matthews, Foo Fighters, Rush, Placebo, Primus, Depeche Mode, Genesis, Blue, Simple Minds), poco per la dance (Moby, Pet Shop Boys, Daft Punk), e ancor meno per artisti di nicchia (Spike Jonze, Can, King Crimson). L'ultima strategia è quella di far uscire il nuovo disco (spesso semplicemente una compilation di vecchi successi) e il dvd contemporaneamente, come traino. Una tendenza su cui puntare (la Emi ha registrato un incremento del 150%), anche se «è presto parlare del dvd come strategico nel recuperare le perdite dell'audio - prosegue Rebbegiani - il mercato per ora ci dice che è in pieno boom e in quanto nuovo supporto aiuta nel diversificare l'offerta». Certo è che, se nel 2003 la Bmg ha prodotto ben 200 dvd musicali, il prossimo anno farà una scelta più oculata, puntando sulla vendibilità. Questo perché i negozi non sono pronti a ospitare «fisicamente» il dvd e perché le vendite non sono ancora da capogiro: per la Bmg 150mila unità vendute in un anno ad un prezzo che oscilla tra i 14,90 euro durante le campagne a medio prezzo e i 26 euro (per i dvd singoli), mentre la Emi sta facendo una campagna a prezzo speciale, partendo dai 14,90 euro.

si. bo.

fatto che il mercato dei video musicali è in crescita tanto da essersi guadagnato una sua classifica Nielsen ufficiale.

Gli italiani

Per ora la classifica premia tre italiani: Ligabue con *Fuori come va tour*, Riccardo Cocciante con *Notre Dame de Paris* e lo sbancatutto doppio Vasco Rossi con *Live@San Siro* che ha già venduto 70mila copie. Tra i best seller degli ultimi tempi ci sono Ramazzotti e il live del quartetto Daniele/De Gregori/Mannoia/Ron. E mentre non si sa che sorte avranno Cesare Cremonini e Gianluca Grignani, a breve usciranno Ennio Morricone con *Arena concerto* (nell'anfiteatro veronese del settembre 2002), Claudio Baglioni (*Tutto in un abbraccio*), Antonello Venditti (*Da San Siro a Samarcanda*), Gigi D'Alessio, Tiziano Ferro, Sergio Cammariere e i richiestissimi Subsonica previsti per gennaio.

Gli artisti della nuova generazione forse sono i più creativi nel campo musical-visivo: ecco allora che il 5 dicembre arriverà il primo dvd italiano pubblicato dalla Virgin, quello di Niccolò Fabi, *La cura del tempo tour 2003*, ovvero 50.000 km di canzoni con 13 brani, stralci di parlato, interviste, foto di uno dei nuovi autori più profondi e interessanti in giro.

E se regalo di Natale deve essere, allora vale davvero la pena di recuperare uno splendido dvd uscito quest'estate (e messo oggi sui circuiti ufficiali) di Fabrizio de André, *Ma la divisa di un altro colore*. Comprende il bel documentario del 1999 *Faber (56')*, le interpretazioni di Moni Ovadia (*La guerra di Piero*) e di Lella Costa (*Il girotondo*), un libro di 70 pagine con interviste, testimonianze e documenti tra cui una scheda di Emergency, a cui va metà del ricavato.

Gli esagerati

Poi ci sono quelli che vogliono esagerare e che ci costringono ad accendere un mutuo (un po' come è stato per il quintuplo dei Beatles). Vincono i Rolling Stones con il quadruplo dvd *Four Flicks* e Bjork. La signora dei ghiacci, che considera la dimensione visiva una carta fondamentale, non si accontenta di aver fatto già uscire cinque dvd live e un greatest hist video, ma ha tirato fuori altri tre supporti: *Minuscole* (il dietro le quinte del «Vespertine tour» nei teatri d'opera assieme all'orchestra di 52 elementi e un coro inuit), *Inside* (un maxi documentario che ripercorre tutta la sua vita), e *Later* (rare performance televisive registrate durante il programma *Later with Jools Holland*), a chiudere una collezione costosa e deluxe per festeggiare i suoi 25 anni di carriera.



Nella foto grande Fabrizio De André, a sinistra i Pearl Jam, sopra Niccolò Fabi

Nel nostro paese la febbre del Dvd premia Ligabue, Cocciante, Vasco Rossi. In arrivo ci sono Cammariere, Venditti, Baglioni, Fabi. Ma uno dei più belli è quello su Fabrizio De André

Cosa ci fanno gli U2 in cima ad una classifica di vendite con un concerto di due anni fa seguiti a ruota da Bruce Springsteen e dai Pink Floyd del datato e indimenticabile *Live at Pompeii*? È il mercato in espansione del dvd musicale, il nuovo «supporto» destinato a salvare le sorti dell'industria musicale. Un bel giorno gli uffici «strategici» delle case discografiche in crisi hanno spremuto i cervelli: «specchio, specchio delle mie brame: come posso risollevare il mercato della musica pop in agonia?» Din! Lampadina accesa: incrementiamo il mercato del dvd musicale: mettiamo su un dischetto non solo il concerto dell'artista ma anche tutta una miniera di ammenicoli vari, interviste inedite, retro-palco con i nostri eroi che si calano le mutande, una bella galleria di fotine e altre amenità. L'acquirente, smanettando con il telecomando della playstation, avrà così la sensazione di giocare con Lara Croft e comprerà il dvd.

Pro e contro

Il dvd come nuovo oggetto prezioso, quello che ancora non si trova masterizzato sulle bancarelle, quello che si vede e si sente meglio di qualsiasi altro supporto. Quello che costa sì, ma ne vale la pena. Insomma: ottima qualità audio e video, concentrazione di contenuti e altre possibilità come quella di cambiare la colonna sonora o, con il multiangolo, di variare il punto di visione. Ma, come sempre, non è tutto oro quel che luccica: il primo neo riguarda i sottotitoli, che vengono messi dalla casa madre la quale spesso si «dimentica» dell'italiano: ecco che il dvd degli U2 è sottotitolato in portoghese e non nella nostra lingua.

E pensare che anche l'Italia si è svegliata con questa nuova febbre e i Dvd degli artisti del Belpaese cominciano a fiorire. Al Meeting delle etichette indipendenti di Faenza terminato ieri hanno stilato una classifica qualitativa dei migliori: hanno vinto i Nomadi con il loro *Nomadi 40*. Tra qualche giorno sarà la volta del dvd di Niccolò Fabi e addirittura un riservato come Francesco de Gregori ha acconsentito a farsi filmare nei momenti di pausa per il suo *Mix*.

Qualcuno dice che la fruizione della musica da parte degli ascoltatori sta cambiando (sono in pochi - ma buoni - ad accontentarsi del vecchio vinile ascoltato ad occhi chiusi, magari in cuffia), qualcun altro che «se proprio bisogna spendere tutti quei soldi per comprare la musica allora forse è meglio metterci su un'altra decina di euro e farsi un dvd»: sta di

Musica e video in un formato unico per risollevare il mercato mondiale del pop. Troviamo i Pink Floyd a Pompei, il Boss, gli U2 (sottotitolati in portoghese!)... A volte però serve un patrimonio

RADIO ITALIA & VIDEO ITALIA
EDIZIONE ULETA ITALIANA & SOLO MUSICA ITALIANA

presentano
questa sera alle ore 21.00

in diretta e dal vivo

NOMADI

Con il loro album

NOMADI
Q • U • A • R • A • N • T • A

su CD MC e DVD

www.warnermusic.it

Paul centrotel e vederel gratuitamente su:
SKY: Goldbox Canale 712
Acces Media Canale 86
EUTELSAT:
HOTBIRD 4 - Frequenza 12.673 GHz
Polarizzazione verticale SR 27.500 FEC 3/4
www.radioitalia.it - www.videoitalia.tv

