

KEITH JARRETT TUTTO SOLO È UN MOSTRO DI BRAVURA, MA LA SUA BARRIERA CON IL MONDO È TROPPO ALTA

Francesco Mändica

Keith Jarrett tutto solo all'auditorium Parco della Musica di Roma. Non solo per la sua trentennale passione per i concerti in solitaria. Non solo per registrare su disco (per l'etichetta che ne ha celebrato quasi tutte le gesta, la tedesca Ecm) una tournée plebiscitaria e trionfante. Ma proprio perché è sembrato di sentire un uomo solo. Solo nella sua estasi creativa. Non sempre comunicativa. Eppure il pubblico osanna quest'uomo piccolo, con un gilet troppo grande, occhietti fumé e una testina che si agita, tenendo a distanza la tastiera e poi compulsivamente avvicinandosene, grugnendo. Nelle otto parti del concerto ci sono tutti i tic e le maestosità del pianista di Allentown, del misantropo, dell'iperfaticato, della diva casta che ogni sera, che sia Monaco o Roma, decide di tornarsene con moglie, medico e jet

privato in un non ben identificato relais di Nizza. Eccessivo, prepotente, geniale: Jarrett corrisponde alla mitologia del grande artista a cui tutto va permesso, soprattutto violenza e delirio, purché compassato.

Il primo movimento del concerto romano Jarrett lo cabla secondo il proprio umore: una contorta sequenza di dodecafonia, che si distendono solo dopo una decina di minuti, quasi un'allegoria del novecento, pensando al suo amore per il mondo classico europeo, pensando a questa sala che solitamente ospita musica colta, sacra e profana. Sembra che Jarrett sappia modellare il suo suono non tanto per il pubblico, che lui continua a detestare visceralmente, ma per il luogo, il respiro, gli spazi. Un colpo di tosse in più e Jarrett fa segno di continuare pure, agitando la mano per aria, con un

gesto sgarbato. Per questo essere umano che fa avanti e indietro fra lo sgabello, la tastiera e il retrosceno come se la miseria e la bruttezza del mondo fossero tutte concentrate negli starnuti, nelle bronchiti, nelle debolezze umane del suo popolo che, nonostante lui, continua ad essergli fedele, che per lui, caso forse unico, riesce a non battere le mani, a non scattare foto. Persino a non espettorare.

Il concerto ha due letture: quella tecnica che non può che lasciare sempre affascinati e quella del contenuto, del significato. Jarrett ha costruito questo inno al se stesso con minuzia. Facendo digerire al pubblico pagine estemporanee complesse, dense di riferimenti jazzistici e non, di scale nervose, di vette solo apparentemente incongrue, infine, di scampoli di serenità. Ed il sereno

per Jarrett e per chi lo conosce solo per il concerto di Colonia - che oggi risuona anche nel televisore grazie alla pubblicità di una macchina - ha a che fare con il blues, con la materia primigenia, con quell'incendere epico che il suo pianismo prende quando declama uno di questi santuari di note tanto controllati e magniloquenti: sono gospel accattivanti, trasposti per pianoforte e mugolii. Soprattutto perché più facili da classificare, da interpretare e rimodellare nel ricordo. Prima di un tango di desolata, difficile, sofferta interpretazione ha anche il tempo di dire sibillantemente a noi astanti: «il mondo è cambiato, ora siamo noi a dover cambiare». Traslando, ora che c'è Jarrett bisogna costruire i Jarrettiani; coloro in grado non solo di riconoscerlo per la sua quintessenza artistica, per la condizione difficile

e travagliata dell'artista che si ammala da sé, ma anche, soprattutto, per la sua musica completa e spesso tanto distante. Solo il bis viene lasciato alla tradizione, a quel discorso sugli standards che Jarrett ancora non ha finito di enunciare, e forse non finirà mai: in But Beautiful torna il pianista elegante, che piazza le mani con dolcezza e con un gusto maniacale per le variazioni.

Variazioni, iperbolici e standards sono protagonisti anche dell'ultimo disco in trio di Keith Jarrett, registrato dal vivo nel 2001 a Monaco di Baviera: The Out-of-towners è uno splendido ricordo che annulla queste barriere spesso che l'artista bionico Jarrett tanto diligentemente costruisce contro se stesso ed il proprio pubblico.

Mistero Buffo 3.

Storia della tigre

sabato 13 novembre
in edicola con l'Unità
a € 8,90 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Mistero Buffo 3.

Storia della tigre

sabato 13 novembre
in edicola con l'Unità
a € 8,90 in più

Silvia Boschero

Samuele Bersani lo ha detto, «peccato che la musica dal vinile sia passata sul cellulare», e chissà cosa avrà pensato un jazzista-chansonnier colto come Sergio Cammariere a sentire la versione «midi» della sua *Dalla pace del mare lontano* risuonare pungigliosa e metallica nelle carrozze dell'Eurostar.

Eppure oggi la musica passa anche, e sempre più, attraverso le micro casse del telefonino tuttofare. Qualcuno dice che saranno proprio loro a salvare l'industria del disco. Sta di fatto che oggi come non mai la musica non si vende, ma che, allo stesso tempo, oggi come non mai, paradossalmente, la musica circola in maniera massiccia attraverso i nuovi mezzi che la tecnologia ci ha messo a disposizione: internet, iPod, telefonini. Per capire cosa

«funziona» e cosa no non basta più andare a sbirciare le classifiche di vendita ufficiale (quelle della Nielsen). Le classifiche ormai sono ovunque: quelle degli spot, quelle dei brani scaricati legalmente o illegalmente, quelle delle suonerie.

SEI MILIONI DI SUONERIE: l'autorevole rivista americana *Billboard* (la bibbia delle classifiche) ha annunciato una manciata di giorni fa la pubblicazione di una nuova hit parade, quella delle suonerie più scaricate dei cellulari, la «Billboard hot ringtone chart», la top 20 dei motivetti (polifonici) più gettonati. Segno di come sta cambiando la musica e il suo mercato. La prima è uscita tre giorni fa e vede in vetta il brano di Alicia Keys e Usher *My Boo* (scaricato da 97mila cellularomani, tre volte tanto rispetto al download dello stesso pezzo sul sito Itune della Apple). In Italia di una classifica ufficiale del genere se ne parlerà più avanti, perché se ne sono pieni i siti internet che forniscono il servizio, una che unifica ancora non esiste: «Nelle suonerie di brani in formato midi e polifonico non ci sono in Italia ancora volumi di affari tali da garantire l'affidabilità del dato - ci spiega Enzo Mazza della Fimi - e soprattutto il volume di affari non riguarda strettamente l'industria del disco ma le società di editori come la Sia». La Nielsen aspetta infatti le suonerie «realtones», quelle nuovissime che hanno bisogno del cellulare di terza generazione e grazie alle quali il nostro apparecchiet-

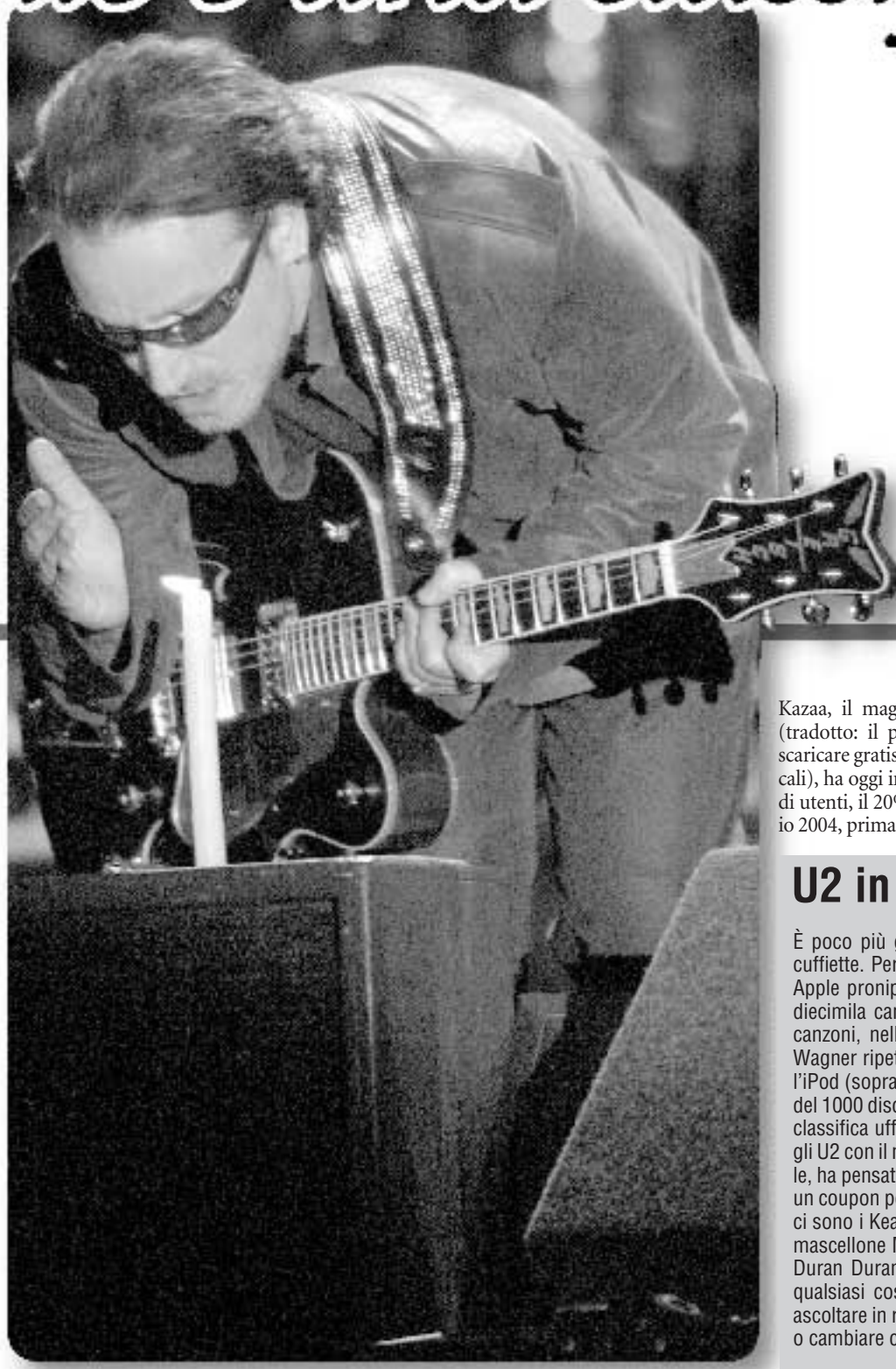
Le mille e una classifica

Hit parade, di tutto di più: tra cellulari, spot e internet si consumano valanghe di musica e l'industria, per non morire, fa qui i veri conti. Dove vanno forte star come Alicia Keys, Eminem e Mina

to infernale canticchierà il brano bello e buono così come lo si sente sul cd. Certo è che in Italia la penetrazione del telefono cellulare è più del doppio rispetto a quella di Internet e dunque si investirà qui. Jupiter Media stima che alla fine del 2004 quasi 6 milioni di italiani avranno pagato per una suoneria e diventeranno 13 nel 2007. Intanto in America il mercato è stimato attorno ai 300 milioni di dollari l'anno (dice Geoff Mayfield, direttore delle classifiche di *Billboard*), mentre quello globale è sui 3 miliardi di dollari, dati che riempiono di speranze l'intero mercato dell'industria discografica in crisi.

Per avere la suoneria preferita pare che nessuno faccia caso al costo, visto che scaricare una canzone da un sito di download legale sul proprio pc costa la metà rispetto a un cellulare. Per di più il brano per telefonino è monco, poiché la suoneria rappresenta solo un estratto della canzone. Nei brani più «cellularati» in Italia oggi c'è di tutto: da *Bella ciao* all'inno della nazionale inglese, dagli Abba alla sigla del cartoon *Teletubbies*, mentre nel magico mondo delle suonerie polifoniche trionfano i soliti noti: da Eminem agli U2 a Robbie Williams.

«SCARICATORI» DI INTERNET: secondo una nuovissima ricerca della Fimi,



Gli U2, gruppo abbondantemente sfruttato su internet che ha realizzato un iPod speciale con la Apple

Kazaa, il maggior sistema di file sharing (tradotto: il programma che permette di scaricare gratis ma illegalmente brani musicali), ha oggi in media due milioni e mezzo di utenti, il 20% in meno rispetto al gennaio 2004, prima che iniziassero le azioni lega-

le contro la pirateria online. Intanto aumentano in maniera esponenziale i siti che offrono canzoni a pagamento (tra i tanti mp3.com che vede oggi al primo posto lo scaricattissimo Eminem) e le case discografiche che mettono a disposizione il catalogo (la Emi nel 2003 ha messo 140mila brani in vendita online). Come già detto su queste pagine, il 26 ottobre scorso è sbarcato anche in Italia l'iTunes Music Store della Apple, negozio virtuale di musica legale. I prezzi? 99 centesimi i singoli, 9,99 euro gli album completi (nel box la classifica dei più scaricati). Non basta, certo, perché la tentazione di scaricare tutto gratis fa l'uomo ladro. Basta osservare una recente indagine: in Italia solo il 3,9% della popolazione, ovvero poco meno di 2 milioni, è disposto a pagare per scaricare brani dalla rete.

VAI CON LO SPOT: ora la musica passa anche dalla tv. Vi sarà capitato di chiedervi quale sia la musica di quello o quell'altro spot. Funziona così: arriva prima il prodotto e poi la musica, tranne quando si tratta di Vasco Rossi e la sua *Come stai* o quando, apriti cielo, Fiorella Mannoia concede uno dei suoi brani più rappresentativi a una marca di calze da donna (e apriti cielo, molti fan protestano sul sito della cantante). Ed ecco che magicamente la cantante soul inglese Malia viene identificata con la medesima marca di calze, il collettivo tedesco di elettronica brasiliana Boozoo Bajoo con un'auto svedese, Mina di *E se domani* con una compagnia d'assicurazioni, Puccini con un'auto italiana e via dicendo. In ogni caso quei brani, dai più conosciuti a quelli ignoti, finiscono tutti nelle classifiche dei più scaricati dalla rete, legalmente o in modo piratesco. Soprattutto, danno boccate d'ossigeno alla boccheggiante all'industria del disco. La canzone del signor taldetali è stata presa come colonna sonora dello spot? Siamo salvi! Gridano all'etichetta.

U2 in testa per l'iPod italiano

È poco più grande di un pacchetto di sigarette da cui sbucca il filo collegato a due cuffiette. Per stare al passo con la tecnologia ce lo devi avere: è l'iPod, la creatura di Apple pronipote del walkman che, nella sua capienza maggiore, può contenere oltre diecimila canzoni in formato Mp3. In pratica, se in un disco entrano in media dieci canzoni, nell'iPod ci stanno comodamente mille dischi oppure l'intera tetralogia di Wagner ripetuta più volte. Chi ha in casa mille dischi? Pochi fortunati. Ma ora che c'è l'iPod (soprattutto se riempito di file scaricati illegalmente) c'è da giurare che il popolo dei 1000 dischi stia aumentando di giorno in giorno. Anche l'iPod italiano oggi ha la sua classifica ufficiale, quella dei brani scaricati sul suo sito. In questi gironi preme gli U2 con il nuovo singolo *Vertigo*, per cui la Apple, in una maxi operazione commerciale, ha pensato ad un iPod speciale rosso e nero con le belle facce dei quattro irlandesi e un coupon per acquistare a prezzo ridotto l'intera discografia della band (399 euro). Poi ci sono i Keane di *Everybody's Changing*, la versione di *Spiderman* del nuovo crooner mascalzone Michael Bublé e via giù con Maroon 5, Hoobastank, Anastacia, Zucchero, Duran Duran, R.E.M. e Laura Pausini. L'iPod quasi non lo senti in tasca, puoi fare qualsiasi cosa mentre ascolti quei diecimila brani. È finito il tempo di fermarsi ad ascoltare in religiosa quiete la musica ed è finito il tempo in cui dovevi girare la cassetta o cambiare cd, qui si va avanti per tre giorni di seguito.

si.bo.

Esce il nuovo cd, ma su internet c'è già

Gli U2 non fanno un rock atomico però sono in forma

Diego Perugini

Uscirà solo fra un paio di settimane, ma se ne parla già da tempo. Soprattutto su internet, dove il nuovo degli U2 è la merce più ricercata per gli «scaricatori» liberi e selvaggi. Beh, noi abbiamo avuto l'onore/onore di ascoltare l'ultima fatica di Bono e soci nello splendore di un hi-fi come dio rock comanda e nel sacro crisma dell'ufficialità discografica. E ci siamo abbastanza divertiti. Perché ad di là delle autocitazioni e degli inevitabili cliché i quattro magnifici irlandesi ci paiono in buona forma.

Innanzitutto, smentiamo subito la leggenda che vorrebbe *How to Dismantle an Atomic Bomb* come un album prettamente politico. Il titolo («Come disinnescare una bomba atomica») lasciava presagire

chissà quali scenari battaglieri, invece si tratta di un riferimento al padre di Bono, Bob, e al suo lessico retrò, e quasi in seconda battuta un richiamo al mondo insicuro in cui viviamo. Proprio al genitore scomparso vanno un altro paio di dediche. *Sometimes You Can't Make it on Your Own*, ballatona epica che Bono cantò al funerale del papà, è il toccante racconto di un rapporto d'alti e bassi. «Non ci siamo mai parlati molto, così nella canzone gli dico: puoi sentirti quando canto? E prendo una di quelle note da tenere che gli sarebbero piaciute così tanto» spiega il vocalist. E rilancia il concetto in *One Step Closer*, uno dei pochi brani d'atmosfera in sculetta (col tocco di Daniel Lanois), dove Bono ricorda un dialogo con Noel Gallagher a proposito della malattia del padre, giunta ormai a livello terminale.

Cd: cupa è l'America dei Perfect Circle

Una manciata di canzoni che hanno fatto la storia della musica di protesta degli ultimi trent'anni reinterpretate con una carica apocalittica come non si era mai sentito. Ecco l'ultima scommessa per la band di culto A Perfect Circle, uno dei gruppi più inquietanti che l'indie rock americano abbia prodotto negli ultimi anni. La band di Billy Howerdell (ex tecnico di Tool, Smashing Pumpkins e Nine Inch Nails) ha dato alle stampe *eMOT IVE*, un disco di cover di brani che spaziano da *Imagine* di John Lennon a *What's Going On* di Marvin Gaye, da *People Are People* dei Depeche Mode a *Freedom Of Choice* dei Devo. Non il solito disco furbo di cover, tutt'altro. Qui le canzoni sono spesso irrecognoscibili, magnificamente devastate da una cappa di pesantezza rock che, metaforicamente, corrisponde nei loro intenti all'attuale clima politico nella loro patria, gli Stati Uniti (il disco è uscito appositamente il giorno delle presidenziali Usa, il 2 novembre scorso). Ma anche due brani originali e altrettanto provocatori: *Counting Bodies Like Sheep To The Rhythm Of the War Drums* (tradotto: Contando i corpi come pecore al ritmo dei tamburi di guerra) e *Passive* (passivo).

si.bo.

Ma non pensate che la malinconia sia il mood dominante dell'undicesimo disco degli U2. Al contrario. È un lavoro vitale, rockeggiante, potente e molto centrato sulle chitarre. Lo testimonia il singolo *Vertigo* a proposito del quale Bono spiega (traducendo liberamente): «Sono tempi nervosi, senti le ultime notizie e ti domandi, accidenti, quale sarà la prossima?» E poi: «Ma non mi andava di scrivere una canzone rock per la fine del mondo». Sullo stesso clima si inseriscono altre cavalcate elettriche come *City of Blinding Lights*, *Crumbs from Your Table* e *All Because of You*.

Al versante più sociale appartiene il durissimo blues post-moderno *Love and Peace or Else*, con un'intro che ricorda curiosamente la mitica *Gimme Some Lovin'* e lo zampino di Brian Eno nella produzione: «Abbiamo bisogno di pace e

amore» canta Bono, mischiando pubblico e privato, storia di coppia e sentimento universale. Discorso simile nella conclusiva *Yahweh* (Dio in ebraico), preghiera accorata a sfondo rock per un mondo migliore.

Complessivamente un buon disco, seppur privo di geniali colpi d'ala e sostanziali novità: energico e tosto, però. E perfetto da portare in tour ed esaltare le folle. Uscirà il 19 novembre in più versioni: quella standard (anche in vinile dal 29), quella doppia cd/dvd, e la lussuosa limited edition con cd, dvd e libretto, che conterrà anche la bonus track *Fast Cars*, dai bizzarri influssi arabeggianti, più rarità come una *Vertigo unplugged* con Bono alla voce e The Edge al banjo. Infine: si parla di un tour nel 2005, con più d'una data in Italia. Vedremo.