



Alessio Surian

LE IMMAGINI DELLA MUSICA (parte quinta)

PROGETTARE UNA COPERTINA

Obiettivi:

- Esplorare le immagini stereotipate che abbiamo di altre culture
- Individuare le cause e le fonti di queste immagini
- Discutere gli effetti della pubblicità e delle strategie di marketing
- Sviluppare abilità di disegno e grafica, da soli e in gruppo

Tempi: da una a due ore

Materiali:

- Da una a 12 copertine di dischi (vedi gli esempi riportati in appendice)
- Cassette con i brani relativi ai dischi e mangianastri
- (Eventuali) fotocopie dei testi dei brani
- Fogli bianchi del formato d una copertina o un po' più grandi
- Pennarelli (ed eventualmente forbici, colla e una selezione di riviste da cui poter ritagliare foto e titoli per dei collages)

Preparazione:

- Procuratevi dischi di musica africana; se non avete dischi in vinile (le cui copertine sono sufficientemente grandi per questo lavoro) potete fare fotocopie a colori ingrandite delle copertine di cd o cassette oppure fotografarle con un rullino di diapositive e mostrarle al momento opportuno con l'aiuto del proiettore;
- Scegliete, se possibile, copertine di dischi che abbiano almeno un brano che giudicate interessante per l'ascolto in gruppo. Registrate il brano su cassetta, in modo da poterlo usare facilmente con l'aiuto di un mangianastri (meglio di quelli con il contagiri in modo da poter ritrovare facilmente l'inizio);
- Se volete lavorare sui testi, trovate qualcuno in grado di tradurvi almeno parte del brano in italiano e fotocopiate preventivamente le parole del brano per ogni partecipante (potete utilizzare, per esempio brani tratti dagli album "Eyes open" di Youssou N'Dour e "Hondo" di Thomas Mapfumo);

- Disponete le sedie in circolo per i momenti in plenaria, ma abbiate cura di prevedere spazi di lavoro che facilitino i momenti a coppie o in piccoli gruppi.

Svolgimento:

- Fate ascoltare un brano musicale di cui siate in grado di mostrare la copertina, ma non mostratela ancora. Chiedete al gruppo di prestare attenzione (magari anche chiudendo gli occhi) alle immagini e alle emozioni che il brano suscita e di visualizzare i musicisti: i loro strumenti, l'ambiente in cui suonano.

- Terminato il brano, invitate i partecipanti a commentare brevemente il brano, indicando in particolare che immagini evoca e come hanno visualizzato interiormente i musicisti mentre suonavano.

(-) Se siete in possesso dei testi (soprattutto della loro traduzione in italiano) potete a questo punto far riascoltare il brano dopo aver distribuito a ciascun partecipante una fotocopia con il testo di ciò che viene cantato. Stimolate un nuovo giro di commenti.

(-) Se voi o uno dei partecipanti possiede le competenze necessarie, potete far riascoltare il brano ancora una volta suggerendo alcuni passi di danza che tutti i partecipanti compiono insieme, in circolo.

- Invitate a questo punto il gruppo ad una "tempesta di idee" su come dovrebbe essere la copertina dell'album che contiene il brano appena ascoltato.

- Dividete quindi i partecipanti a coppie o in gruppi di 3/4 persone e consegnate ad ogni gruppo un foglio di carta e dei pennarelli (e/o i materiali per produrre un collage) ed chiedete ad ogni gruppo di scegliere (verbalmente) alcuni elementi chiave per la copertina e poi di riprodurli sul foglio di carta aggiungendo tutta la grafica necessaria ad un album discografico: fornite chiaramente il nome del cantante/gruppo ed il titolo dell'album. Lasciate almeno venti minuti per questa attività.

(-) Se preferite che alcuni gruppi lavorino su brani e album diversi potete preparare più cassette e scrivere queste (o analoghe) istruzioni su un foglio di carta, in modo che ogni gruppo possa lavorare autonomamente in spazi diversi.

- Quando tutti i gruppi hanno terminato (o sono comunque a buon punto), invitate gli autori di ogni copertina ad illustrarla brevemente in plenaria.

- Solo a questo punto fate vedere a tutti la copertina dell'album, così come è stata effettivamente prodotta dalla casa discografica. Stimolate commenti, confronti, reazioni che aiutino a "decostruire" le immagini ed il messaggio della casa discografica.

Elementi per la discussione collettiva:

- Quali elementi ricorrono nel lavoro di gruppi diversi?

- Da dove ci vengono queste idee?

- Che atmosfera crea questa musica?

- In che modo il testo cambia il nostro ascolto?

- A chi sono rivolte principalmente questa musica e queste parole?

- Quali sono le differenze principali fra il lavoro dei gruppi e la copertina della casa discografica?

Se lo volete e se c'è tempo e interesse, potete mostrare altre copertine di dischi di musica africana (e volendo allargare il discorso di Asia e America Latina), meglio se alcune sono state prodotte nel paese di origine dell'artista ed altre in Europa.

- Possiamo identificare un genere o un carattere dominante: i tropici, le vacanze, mondi primitivi/esotici, feste e cerimonie, la messa in rilievo di strumenti musicali etc.?

- Qual è il messaggio della casa discografica? Come verrebbe sviluppato da un video?
- Dove ritroviamo immagini simili: depliant di agenzie di viaggio, programmi tv etc.?
- Sono immagini positive, neutre o negative? Sono realistiche?
- In che modo queste immagini condizionano la nostra percezione di altre culture?
- Quali stereotipi sono emersi nel corso del lavoro? Quali vantaggi e svantaggi presentano?

Idee chiave:

- Noi tutti abbiamo forti stereotipi nei confronti di altre culture, in genere costruiti e rafforzati dalle immagini dei mass-media; alcune di queste immagini sono particolarmente ambigue: per esempio, ci presentano un'idea di indigeno esotico buono per i turisti, ma inaccettabile se decide di venire in Europa come emigrante.
- Spesso questi stereotipi polarizzano una visione limitata e distorta cui riferiamo una varietà di culture diverse.
- Gli africani ed i neri in genere sono più facilmente associati, come personaggi pubblici, all'idea del cantante, dell'uomo di spettacolo o dello sportivo; come musicisti, gli africani sono spesso già fortemente caratterizzati come "primitivi" ed associati al tamburo, al ballo, al "tam tam". Perché può disturbare che Youssou N'Dour vesta all'occidentale sulla copertina di "Eyes open"?
- Molti di questi stereotipi li ritroviamo nei messaggi pubblicitari e nelle copertine di dischi, un settore, comunque, che presenta una grande varietà di idee ed anche un diverso controllo di alcuni musicisti sul prodotto finale.

Per ulteriori approfondimenti:

1) Sulla world music:

- Il numero 7, Ottobre 1985, della rivista "I giorni cantati", dedicato alla Musica delle Afriche urbane ed in particolare gli articoli di Felice Liperi "Afroheat: considerazioni sull'ondata musicale africana" (pag. 37-44) e di Tiziana Cesselon e Claudio Trovato "Africa in copertina" (pag. 49-55, con numerosi esempi).
- Il numero 2, Marzo-Aprile 1991, della rivista "World Music" che contiene il servizio "World painting - Il colore della musica" (pag. 26-35).

2) Sull'immagine dei neri nella pubblicità:

- la mostra, 1992, a carattere anche storico curata da Ezio Margelli per il Cipsi, viale Baldelli 41, Roma
- "Nero è bello?", 1993, serie di diapositive disponibili anche in versione video, a cura di Gianni Caligaris, distribuite da Alfa-Zeta, Parma e CSAM, Brescia
- "Negripub", 1994, catalogo dell'esposizione omonima, pubblicato dal Movimento Sviluppo e Pace, via Saluzzo 58, Torino

Appendice: Esempi di copertine

- 1) *"Thunder Before Dawn - The Indestructible Beat of Soweto Vol.2"*, Raccolta di vari gruppi sudafricani, Earthworks, 1987

Grafica:

La copertina utilizza per intero una foto in bianco e nero del giornalista britannico (bianco) Mike Abrahams, colorata a mano da Rob Morgan. La foto ritrae una danza di gente delle township sudafricane. Il fatto di aver virato la foto con una tinta seppia e l'aggiunta della tinta a mano richiama le foto degli anni '50. Comunica una sensazione dinamica, con la gente che balla ritratta nel mezzo dell'azione. Può essere interpretata in negativo come atmosfera "primitiva", uno degli stereotipi associati all'Africa. Le persone sono vestite in modo elegante (vestiti della domenica); hanno i *knob-kerrrie* (bastoni tradizionali, usati anche come armi). Il titolo ha caratteri discreti, romani, che non distraggono l'attenzione dalla foto. Il colore porpora ed il logo della casa discografica si intonano con i colori pastello e seppia della foto.

2) **"Eyes Open", Youssou N'Dour, Senegal, 40 Acres and a Mule, 1992**

Grafica:

La grafica della copertina utilizza foto e blocchi di colore. Il color malva divide la composizione e l'immagine di Youssou N'Dour in due, oltre alla scritta col nome ("Youssou" da una parte e "N'Dour" dall'altra). La scritta poggia su un blocco nero, in modo non simmetrico rispetto alla copertina. Il titolo del disco è stato ruotato di 90 gradi. È in nero su sfondo bianco. I caratteri utilizzati sono tutti minuscoli, in grassetto. La fotografia di Youssou N'Dour è stata scattata in studio, ma sulla copertina viene riportata solo la silhouette del cantante (senza lo sfondo), a parte l'ombra delle scarpe. Il cappello da baseball, il vestito e la faccia risaltano nella parte bianca della copertina e danno l'impressione che Youssou N'Dour stia guardando fuori dalla copertina - se ne possono scorgere gli occhi: forse un modo di richiamare il titolo del disco. Le foto utilizzate hanno gli angoli arrotondati e sono montate su quadrati di colore nero. Mostrano scene di vita quotidiana in Senegal: un uomo se ne va a lavorare nei campi con un machete, una bottiglia d'acqua etc.; delle ragazze giocano con i capelli; una donna con un recipiente, vestita con copricapo e vestito tradizionale su una spiaggia. Il design è di Nicky Lindeman. La casa discografica è del regista americano Spike Lee.

MUSICA E MERCATO: LA PRODUZIONE DEI DISCHI

Ci ricorda Francis Bebey che nelle lingue africane non esiste una traduzione del nostro termine "musica". La musica in Africa è parte della vita. Ma parte della musica africana viene oggi abbondantemente registrata e comincia ad affacciarsi sul mercato discografico e dello spettacolo internazionale. Qual è la differenza, in questo caso, fra l'affidarsi ad un produttore discografico europeo o ad uno del proprio paese? E fino a che punto questa distinzione ha ancora senso? A titolo di esempio, Youssou N'Dour calcolava che per produrre a Parigi il suo disco "The Lion" la Virgin deve aver speso l'equivalente di quanto sarebbe costato mettere in piedi un nuovo studio, equipaggiato con le moderne tecnologie, a Dakar. È interessante che proprio "The Lion" sia considerato, in termini di vendite e di critica, un mezzo buco nell'acqua. A Parigi vennero riarrangiati brani già pronti per il mercato senegalese. Nonostante i musicisti ospiti della versione Virgin, buona parte del pubblico preferì le cassette in circolazione in Senegal: per molti, la versione "africana" conservava una maggiore energia. Può essere istruttivo leggere, a questo proposito, le interviste rilasciate da due dei produttori africani più conosciuti a livello internazionale: Sylla e West Nkosi. Le interviste - o parte di esse - possono essere fotocopiate e servire come base per il gioco di simulazione che le segue.

IBRAHIM SYLLA (Senegal)

Seguendo un percorso formativo molto apprezzato in Africa Occidentale, da adolescente Ibrahim Sylla ha viaggiato in Africa Occidentale e Centrale in compagnia del padre, un famoso marabutto, venendo a contatto con diverse culture e tradizioni musicali. Nella loro casa di **Dakar** (Senegal) la musica ed il canto dei **griot** accompagnava nascite, battesimi e matrimoni. E' il periodo in cui, attraverso la radio, la **musica cubana** raggiunge il massimo della popolarità in Senegal e l'adolescente Sylla ha la possibilità di ascoltare dal vivo Jonhny Pacheco, Orquesta Aragon e Ray Barretto: *“una volta potevo citare i nomi di tutti i musicisti cubani, ho ancora più di 6.000 dischi di musica cubana. Ma vado anche matto per la musica soul e ho quasi tutti i dischi di James Brown”*. Il periodo “cubano” lo avvicinò alla piccola casa discografica parigina Salsa Musique e alle prime produzioni musicali. Qualche anno più tardi, dopo aver co-prodotto “Absa Gueye” per gli Etoile de Dakar (il gruppo che accompagna Youssou N'Dour), Sylla ha deciso di mettersi in proprio. Ben presto vi furono decine di produzioni discografiche per Sylla negli studi di registrazione **Gold Baobab** di Dakar. I dischi venivano poi stampati negli Stati Uniti dove i costi di riproduzione erano minori e permettevano a Sylla *“di continuare a collezionare vecchi dischi cubani”*. L'amore per questa musica non è mai venuto meno ed ha generato i recenti incontri di cantanti senegalesi e musicisti cubani a New York raccolti nei dischi di grande successo “Africando”. Oggi Ibrahim Sylla è forse il produttore di musica africana più conosciuto nel mondo.

“Ai musicisti chiedo per prima cosa che intenzioni abbiano. Se ho già una mia idea, gli dico come dovrebbero lavorare per poterla mettere in pratica. Ci intendiamo sempre molto bene dato che i miei consigli in genere sembrano andare d'accordo con quello che vogliono i musicisti stessi. Faccio un esempio. I musicisti mancano spesso di sicurezza - hai bisogno di dirgli che dovrebbero registrare a Parigi, che dovrebbero aprire la propria musica. Non bisogna confondere ‘aprire’ con ‘distorcere’ o ‘snaturare’. La musica africana rimane musica africana. Ma possiamo introdurre delle aperture in modo da renderla accettabile anche ad altri orecchi.” In genere, se ha fiducia nei musicisti, Sylla li lascia lavorare liberamente nello studio di registrazione. *“Altrimenti, se li sento troppo chiusi in sé stessi o troppo ‘rootsy’ cerco di intervenire”*.

In linea di principio, Sylla si dice a favore della collaborazione fra l'Africa e l'occidente. Ma se i risultati sono troppo snaturati non si trova più d'accordo con gli artisti. *“Ok, ruba un po' dai Weather Report o da George Benson o da chi ti pare. Ma il risultato deve essere qualcosa di tuo!”* E' una critica che muove, per esempio a Ray Lema: *“La sua musica è completamente snaturata. Lui la definisce ‘aperta’, ma come africani non la capiamo più. Non ci interessa. Il problema sono gli arrangiamenti eccessivamente complicati. Ciò non vuol dire che Ray Lema non sia un musicista capace! Potrebbe lavorare sul ‘beat’ zairese ed espanderlo. Ma il beat zairese è assente dalla sua musica.”*

La caratteristica impronta del ‘sound’ di Sylla è evidente nella sua produzione di maggiore successo, “Soro” di Salif Keita, un disco che ha aperto l'occidente alla musica africana. Sylla aveva sentito fin dall'inizio che sarebbe stato un disco speciale: *“Dicono che porti fortuna lavorare con un albino!”* Con “Soro”, Sylla ha rischiato molto. *“Quando l'ascolto ora, trovo che sia molto aperto. Oggi ci penserei due volte prima di produrre un disco del genere. Mi piace molto il lavoro di Jean-Philippe Rykiel e trovo che i tre pezzi arrangiati da lui non siano troppo ‘pericolosi’. Ma le altre canzoni arrangiate da Francois Breant (“Soro”, “Souareba” e “Sina”) sono veramente molto aperte. L'ho lasciato fare, ma mi sono imposto affinché “Sina” rimanesse “rootsy” e fosse accompagnata dall'ngoni (la chitarra mandinga) di Ousmane Kouyate”*

La tensione fra accessibilità e “roots” ha caratterizzato anche la produzione di “Fode” di Kasse Mady. L’intenzione era però diversa: *“Volevo produrre un buon disco, ma non così aperto come ‘Soro’. Kasse Mady non aveva l’esperienza di Salif Keita e non aveva mai lasciato il Mali’.”*

Sapendo quanta esperienza abbia Sylla del pubblico occidentale, può sorprendere che egli consideri l’Africa il suo mercato principale. *“Dovreste vedere il mercato centrale di Dakar! E’ immenso. Si vende qualsiasi cosa ed è il primo posto dove piazzare una nuova incisione. Lì ho venduto 10.000 copie di “Diawar” (di Ismael Lo) in un’ora. I bambini comprano venti cassette e se ne vanno a venderle in giro per la città.”* “Diawar” è stato registrato a Parigi in modo da evitare qualsiasi forma di pirateria e le cassette sono state vendute in Africa prima che il disco uscisse in Europa. E’ stato questo, per alcuni anni, l’approccio consueto di Sylla ed altri produttori importanti africani: l’artista viene pagato solo per la seduta di registrazione. I contratti, la promozione e tutto quanto attiene all’industria discografica occidentale è stato assente in Africa fino a poco tempo fa’. A causa di dispute sui diritti di autore, sulla registrazione e sulla proprietà dei pezzi, molte incisioni non sono mai state pubblicate.

Ultimamente, sta diventando popolare la musica Wassoulou (regione del Sud del Mali). *“I giovani vogliono cantare dei problemi sociali. Non gli va di cantare le lodi di qualcuno solo perché è ricco. Quel tipo di musica andava bene per i loro genitori.”* Sylla sta producendo donne come Oumou Sangare, Sali Sibide’, Coumba Sibidè e Dieneba Diakite’. Con le loro voci cerca anche di familiarizzare l’Europa ad un nuovo “sound”: *“mezzo tradizionale e mezzo moderno, utilizzando strumenti acustici, ma con un tocco di tastiere e basso. E funziona!”*, sussurra. Questa nuova formula permette inoltre di riprodurre il suo fascino anche nei meno sofisticati e più economici studi di registrazione africani.

(intervista raccolta da Lois Darlington per la rivista World Beat e riadattata per la versione italiana da “The Rough Guide to World Music”, Londra, 1995)

WEST NKOSI (Sudafrica)

Come hai cominciato a lavorare come produttore?

Lavoravo già per Rupert Bopape e vedevo come molti gruppi con ottime qualità venissero scartati. Ma io sentivo che alcuni di loro avevano del talento e cominciai a produrli lavorando part-time. Fra questi gruppi c’erano, per esempio, i Ladysmith Black Mambazo - nessuno voleva registrare della musica come la loro, senza chitarre. Io lo feci ed i risultati sono stati buoni. Ma producevo anche altri generi, per esempio la musica di Mparanyana, uno dei nostri migliori cantanti di soul.

In che modo hai cambiato il “sound” di Mahlathini and the Mahotella Queens quando sei diventato il loro produttore?

Il mercato occidentale in genere non ha interesse per la nostra musica da ballo. Amano soprattutto la “vera” musica etnica sudafricana. Così ne ho messo in evidenza alcuni elementi. Ho aggiunto più strumenti. Ho utilizzato le tastiere in aggiunta alle nostre chitarre per mantenere lo spirito naturale della musica. Ed ho cambiato anche gli arrangiamenti. Alcuni pezzi sono, in realtà, canti per matrimoni e vengono cantati a più voci. Io ho sovrainciso il coro delle tre ragazze in modo da ottenere sei o addirittura dieci voci - creando un effetto simile a quando cammini sotto il sole e hai la tua ombra che ti segue. Io ho aggiunto l’ombra”.

Perché hai introdotto le tastiere?

Se suoni solo la chitarra acustica non hai presa sui giovani. Sono abituati ai suoni “big” - bang bang bang! Così abbiamo introdotto le tastiere, per raddoppiare il suono e dargli più consistenza. Ma la chitarra è ancora lì a preservare l’originalità del suono sudafricano. Se togli la chitarra elimini l’elemento caratteristico e la gente se ne accorgerà subito.

(Intervista raccolta da Louise Meintjes e pubblicata da “The Rough Guide to World Music”, Londra, 1995)

PRODURRE UN DISCO DI MUSICA AFRICANA: DUE GIOCHI DI RUOLO

Obiettivi

- Offrire ai partecipanti un'occasione di "mettersi nei panni degli altri"
- Far riflettere sui dischi in quanto prodotto commerciale
- Far emergere idee e stereotipi sulla musica africana

Durata del gioco

- Un'ora circa (tre periodi di venti minuti l'uno)

Materiali

- (Un registratore e cassette di musica senegalese e sudafricana - da consegnare ai rispettivi "gruppi musicali")
 - (Strumenti musicali, se ne avete la possibilità e se i partecipanti hanno competenze musicali)
- La simulazione può funzionare, però, anche senza alcuno di questi materiali. Se non fornite registratore e cassetta, però, cancellate quest'indicazione dalla fotocopia da consegnare al "gruppo musicale".
- Fotocopie con i ruoli da assegnare
 - Fotocopie delle interviste da consegnare a chi interpreta il "produttore"
 - Carta e colori da consegnare al "grafico"

Svolgimento (in tre parti)

1. Preparazione (20')

- Come introduzione, potete fare ascoltare qualche secondo di un brano sostanzialmente acustico (per esempio la kora di Toumani Diabate) e poi di uno orientato verso la disco internazionale (per esempio la kora di Mori Kante in "Ye ke Ye ke") provenienti dalla stessa regione. Sottolineate come oggi disponiamo (chi più chi meno) di tecniche e tecnologie che permettono di produrre la stessa musica di base con arrangiamenti e suoni completamente diversi.
- Spiegate che il gioco di ruoli che andate ad introdurre richiede che i partecipanti si dividano in gruppi di 5 persone (i ruoli permettono comunque una certa flessibilità numerica: il "gruppo musicale" può avere un componente in più, il "produttore" può avere un assistente etc.). Invitate i partecipanti formare i gruppi. Fate attenzione ad avere la metà dei gruppi con lo scenario senegalese e l'altra metà con quello sudafricano.
- All'interno di ogni gruppo distribuite tre ruoli: il produttore, il grafico e il gruppo musicale (tre componenti). A seconda dello scenario che consegnate, informate gli "attori" che per la durata del gioco saranno senegalesi o sudafricani e avranno a che fare con gente del proprio paese. Al produttore consegnate insieme alla descrizione del ruolo anche la fotocopia dell'intervista a Sylla (Senegal) o West Nkosi (Sudafrica). I membri di ogni gruppo a questo punto si dividono per preparare la strategia da mettere in atto durante il gioco di ruoli. Durante la fase di preparazione ognuno conosce il ruolo dell'altro, ma non il contenuto delle istruzioni assegnate agli altri. Fate attenzione, nel distribuire le fotocopie che tali consegne rimangano segrete.
- Produttore, grafico e gruppo musicale hanno a disposizione 15 minuti per preparare il momento successivo, l'incontro (la simulazione vera e propria). Preparano il proprio ruolo in tre luoghi

diversi - o comunque a una certa distanza uno dall'altro. Cercate di limitare al massimo la vostra introduzione iniziale (cercando di non superare i 5 minuti se avete un'ora in tutto a disposizione) in modo da lasciare almeno un quarto d'ora alla preparazione dei ruoli. Chiarite che darete voi il via alla seconda parte delle consegne (l'incontro nello studio di registrazione).

2. Giochi di ruolo (20')

- Invitate i partecipanti a riunirsi e a disporsi in semicerchio in uno spazio che chiamerete "Studio di registrazione". Meglio se dotato di registratore, strumenti musicali...
- La durata totale di questa fase di simulazione varia a seconda del numero di gruppi. Cercate di mantenere le simulazioni di ogni gruppo intorno ai cinque minuti (a meno che non si sia accesa un discussione particolarmente interessante).
- Cominciate con uno scenario (o Senegal o Sudafrica). Se ci sono più gruppi che hanno lavorato sullo stesso scenario potete invitare il gruppo seguente a non ricominciare daccapo, ma a riprendere da dove il primo gruppo ha terminato. Questa tecnica di "sostituzione" può essere particolarmente utile nel caso si presentino conflitti con posizioni particolarmente polarizzate.
- Prima che comincino i gruppi del secondo paese, invitate musicisti, produttori e grafici che hanno appena terminato a prestare attenzione se vi siano o meno differenze di impostazione fra i ruoli così come sono rappresentati per il Senegal e per il Sudafrica. In teoria il produttore Sudafricano dovrebbe avere un atteggiamento più morbido e attento alla tradizione, ma tutto sta a chi interpreta il ruolo.

3. Discussione Collettiva (20')

- Quando tutti i gruppi hanno terminato la propria rappresentazione, invitate i partecipanti a disporsi in cerchio e a commentare quanto successo. In genere vi saranno alcune reazioni a caldo e, a volte, motivi di ripicca fra persone che hanno interpretato ruoli diversi nello stesso scenario o che sono state interpretate in modo contrastante da chi li ha sostituiti nel medesimo ruolo.
- Fate circolare le descrizioni dei ruoli (e le interviste, ma queste solo alla fine della discussione).
- Potete orientare quindi la discussione con domande come le seguenti.

Elementi utili alla discussione collettiva:

- E' stato difficile calarsi nel proprio ruolo? Quali altre informazioni avreste voluto avere dal principio?
- C'è stata disponibilità da parte dei gruppi musicali nei confronti del produttore? E viceversa?
- Che cosa suggeriscono le copertine che sono state realizzate? Quali elementi ci attraggono e perché? Questa parte dell'attività può essere approfondita con altri esercizi specifici.
- Quali differenze riscontrate fra i due scenari (Senegal e Sudafrica)?
- Pensate siano diverse le cose nei confronti dei gruppi italiani?
- Fino a che punto siamo coscienti che dietro ad un cantante/gruppo musicale vi è tutta una rete di professioni che contribuisce al prodotto finale?
- Quali meccanismi fanno sì che Paul Simon venda 70 volte più dei musicisti sudafricani con cui collabora? Perché un film come "Cry Freedom" si dice "dedicato alla memoria di Steven Biko", ma in realtà preferisce celebrare le vicende del giornalista bianco Donald Woods? C'è forse un parallelo con certe produzioni musicali?

Idee chiave

- Nonostante l'attenzione sia spesso concentrata su un cantante o un gruppo musicale, sono molte le teste che contribuiscono a un prodotto musicale.
- Dischi, video, concerti sono prodotti che a livello del mercato internazionale non hanno regole molto dissimili da altri beni di consumo, e sono spesso soggetti al controllo di poche multinazionali.
- Come prodotti "culturali", i dischi di musica africana destinati al mercato internazionale corrono il rischio di una certa omogeneizzazione occidentale, un processo che ha interessato anche l'Italia nei decenni passati.
- Il fattore "umano" ed i rapporti personali hanno comunque ancora un ruolo importantissimo nel processo di produzione di un disco.

CARATTERI PER IL PRIMO GIOCO DI RUOLO (SENEGAL)

Da fotocopiare, tagliare e distribuire ai partecipanti

GRUPPO MUSICALE (3 musicisti)

Prima parte: Preparazione all'incontro col produttore (15')

Avete con voi una cassetta della musica che intendete incidere. Chiamate il grafico e ne ascoltate insieme un brano, il vostro cavallo di battaglia, con cui intendete convincere il produttore a farvi incidere un disco. Insieme scrivete i punti forti ed i punti deboli della vostra musica in modo da essere pronti per la discussione.

Seconda parte: L'incontro col produttore nello studio di registrazione(5-10')

Nel poco tempo a disposizione, cercate di convincere il produttore a farvi incidere un disco e a promuoverlo a livello internazionale. Siete però anche attenti a modificare il meno possibile la vostra musica e la strumentazione a vostra disposizione. In linea di principio, siete disposti a cedere solo sui suggerimenti del produttore che riguardano i punti che anche voi giudicate deboli nella vostra musica.

SYLLA, PRODUTTORE DISCOGRAFICO

Prima parte: Preparazione all'incontro con il gruppo (15')

Sei il più famoso produttore di musica africana del momento. Conosci bene sia il mercato africano, sia il mercato occidentale. Preparandoti all'incontro ti immergi nei panni del produttore rileggendo un'intervista rilasciata da Sylla (tu, per la durata del gioco) ad una famosa rivista di World Music. Se vuoi, ti puoi appuntare alcune idee che comunicherai al gruppo per fargli capire di che cosa si ha bisogno per una produzione di livello internazionale. Concedi intanto qualche minuto al grafico, se lo richiede.

Seconda parte: L'incontro col gruppo nello studio di registrazione (5-10')

Sei una persona occupata, hai giusto il tempo per una chiacchierata. Cerchi di convincere il gruppo ad accettare alcuni principi (ritmi ballabili occidentali, nuove tecnologie etc.) se vogliono registrare nei tuoi studi ed essere distribuiti da te. Quando serve, illustra i tuoi concetti prendendo ad esempio la copertina che ti propone il grafico e consiglia di introdurre altri elementi, se necessario.

GRAFICO

Prima Parte: Prima di recarti allo studio (15')

Ascolti col gruppo musicale la cassetta che porteranno in studio. Subito dopo la fine del brano li lasci e prepari un bozzetto per una copertina da portare al produttore discografico quando il gruppo avrà l'incontro con lui. Se finisci in tempo lo vai a trovare prima che scada il quarto d'ora e gli chiedi se voglia aggiungere qualche elemento alla copertina.

Seconda Parte: L'incontro nello studio di registrazione (5-10')

Nello studio trovi produttore e gruppo musicale. La discussione avviene soprattutto fra di loro. Quando ne hai l'occasione cerchi di far vedere e di convincere produttore e gruppo della qualità della tua copertina: di come illustra la musica e di come attrae la gente. Ricordati di mostrarla anche a tutti gli spettatori. Se ne hai voglia puoi cercare di mediare fra gruppo e produttore in caso di conflitto.

CARATTERI PER IL SECONDO GIOCO DI RUOLO (SUDAFRICA)

Da fotocopiare, tagliare e distribuire ai partecipanti

GRUPPO MUSICALE (3 musicisti)

Prima parte: Preparazione all'incontro col produttore (15')

Avete con voi una cassetta della musica che intendete incidere. Chiamate il grafico e ne ascoltate insieme un brano, il vostro cavallo di battaglia, con cui intendete convincere il produttore a farvi incidere un disco. Insieme scrivete i punti forti ed i punti deboli della vostra musica in modo da essere pronti per la discussione.

Seconda parte: L'incontro col produttore nello studio di registrazione (5-10')

Cercate di convincere il produttore a farvi incidere un disco e a promuoverlo a livello internazionale. Siete però anche attenti a modificare il meno possibile la vostra musica e la strumentazione a vostra disposizione. In linea di principio, siete disposti a cedere solo sui suggerimenti del produttore che riguardano i punti che anche voi giudicate deboli nella vostra musica.

WEST NKOSI, PRODUTTORE DISCOGRAFICO

Prima parte: Preparazione all'incontro con il gruppo (15')

Sei un produttore legato alla tradizione della musica sudafricana, ma anche intenzionato a promuoverla a livello internazionale, magari modificandola per questo in alcuni suoi aspetti. Preparandoti all'incontro ti immergi nei panni del produttore rileggendo un'intervista rilasciata da West Nkosi (tu, per la durata del gioco) ad una famosa rivista di World Music. Se lo vuoi, ti puoi appuntare alcune delle cose che ritieni necessario dire al gruppo per stabilire una buona collaborazione. Ti incontri anche con il grafico, se ti viene a trovare.

Seconda parte: L'incontro col gruppo nello studio di registrazione (5-10')

Cerchi di rispettare il più possibile la musica del gruppo. Ma gli parli anche delle difficoltà di distribuzione a livello internazionale. Chiedi ai musicisti che cambiamenti suggeriscono per rendere la propria musica più "occidentale", senza snaturarla, ed insisti perché introducano le tastiere. Fai riferimento a elementi da inserire nella copertina che ti propone il grafico.

GRAFICO

Prima Parte: Prima di recarti allo studio (15')

Ascolti col gruppo musicale la cassetta che porteranno in studio. Subito dopo la fine del brano li lasci e prepari un bozzetto per una copertina da portare al produttore discografico quando il gruppo avrà l'incontro con lui. Se finisci in tempo lo vai a trovare prima che scada il quarto d'ora e gli chiedi se voglia aggiungere qualche elemento alla copertina.

Seconda Parte: L'incontro nello studio di registrazione (5-10')

Nello studio trovi produttore e gruppo musicale. La discussione avviene soprattutto fra di loro. Quando ne hai l'occasione cerchi di far vedere e di convincere produttore e gruppo della qualità della tua copertina: di come illustra la musica e di come attrae la gente. Ricordati di mostrarla anche a tutti gli spettatori. Se ne hai voglia puoi cercare di mediare fra gruppo e produttore in caso di conflitto.
