



QUEL PULMINO CHIAMATO DESIDERIO

Cosa sta accadendo nel mondo del clubbing? Perché tutto questo radicale arrivismo? Dove è nata quella realtà tutta tricolore di costringere dj giovani e non, a cimentarsi nelle pubbliche relazioni forzate, pur di riempire sino al culmine un locale? È guerra (fredda e aperta) tra titolari di club, pierre e disc jockey. Questi ultimi dinnanzi a un cruciale bivio.

DI RICCARDO SADA

Sono quelle classiche frasi da bar. Sembrano chiacchiere. Inizi col parlare di calcio, poi di donne e infine di lavoro. Se con le produzioni musicali si fatica a tirare sino a fine mese, ecco che l'italico movimento della musica da discoteca si chiede cosa stia succedendo tra gli imprenditori della notte. Entrati nell'era digitale, dove i vinili sono scomparsi e i giradischi fungono da reggi laptop, e con mp3 spesso gratis ai più, molti dj si trovano davanti a una biforcazione: guadagnare come Guetta, 30mila euro a set, e investire pesantemente su se

stessi con azioni di marketing e costosa promozione; oppure diventare normali dj. Nel mondo sta scomparendo la classe media e questo si ripercuote in ogni settore professionale: hanno vita dura i dj da mille euro a cachet, condannati al grande balzo: in avanti. E spesso all'indietro. E poi l'immagine conta. Come dice un noto dj, "vai tu a presentarti durante il ritiro del compenso della serata con un'utilitaria e vedrai che credibilità acquisterai". La nuova parola d'ordine oggi è... gratis. Le richieste sono le più svariate e scellerate, ma, nel millennio in cui tutto è a scrocco, ecco che le proposte indecenti non meravigliano

più. Tutto sembra sia permesso. Cresce il numero dei dj o aspiranti tali: se vedevamo mixare anni fa con i cd masterizzati, oggi con gli mp3 e un laptop tutti possono ambire a un mixer: starlet, gieffini o adolescenti che siano. L'etica, la morale, così vanno a farsi benedire. Vuoi suonare? Lo fai gratis. Se porti tanta gente significa che guadagnerai di più: ecco il motivo per cui molti dj stanno ore sui social network, per concretizzare il rapporto con i propri sostenitori, come durante le elezioni. È lo zoccolo duro che assicura agli occupanti delle consolle ambigue certezze. Come

andrà un party, è prevedibile oggi con le adesioni a e-flyer postati su Facebook o mitragliati con Twitter. Tassativo è insistere in queste catene di Sant'Antonio 2.0. Chi mi ama mi segua; e spesso chi mitizza, chi idolatra, alla fine valorizza merchandising (look low cost?) e organizza torpedoni.

I "dj pulmino" sono nati così, in Italia. Esistono da qualche anno: gente costretta a diventare pierre pur di suonare. Pierre, titolari, manager e soprattutto disc jockey dicono la loro a proposito. Daniel Marchetti, dj e socio del Dandy Club, e Alberto Gobbi, celebre booker, li hanno sentiti chiamare persino i dj Ikea: cioè,



Daniel Wanrooy



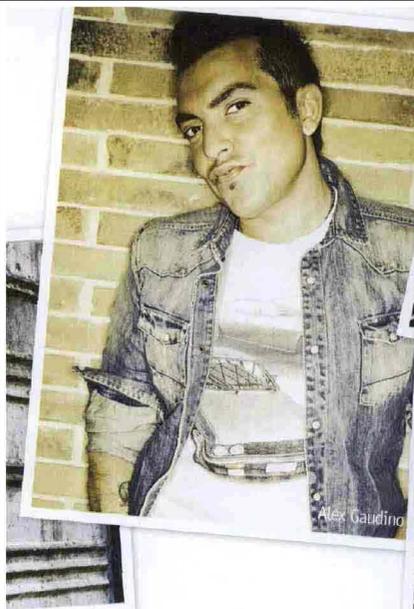
Paolo Orrelli aka Tankers



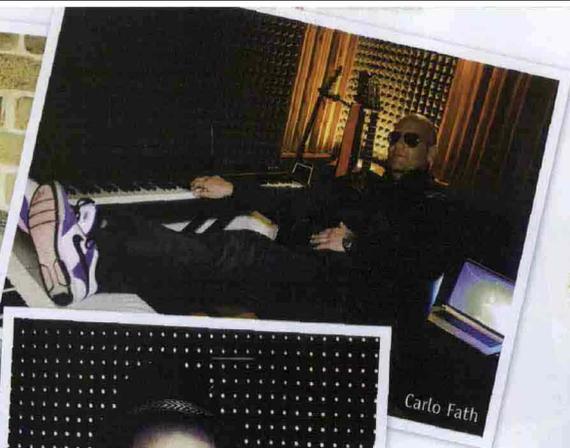
Simon de Jano



Morgan e Giampaolo Lanconi dell'Hollywood di Bertolino



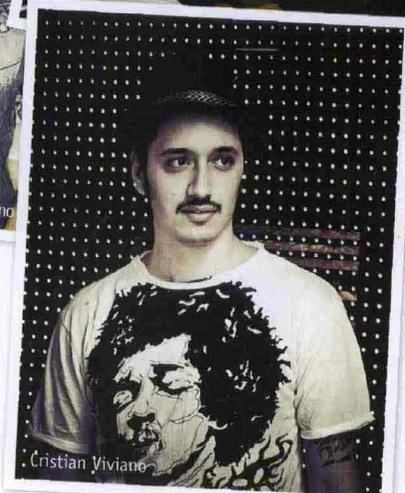
Alex Gaudino



Carlo Fath



Pietro Berti aka Outwork



Cristian Viviano

"quelli che devono fare i tavoli".
Sull'incompetenza parte in quarta Alex Gaudino: "Che vergogna. Ne ho sentito parlare. Grazie a dio non li conosco di persona, nel senso che non sono miei amici. Ma è purtroppo una categoria molto diffusa. È un'offesa per coloro che danno o darebbero il sangue per questa passione". E quando riesci a trovare il posto dove proporre la tua musica, "il proprietario ti chiede inevitabilmente di portare gente, spesso calcolando il tuo cachet in base ai risultati ottenuti. È totalmente frustrante, ma sicuramente un segno dei tempi, il dj pulmino", rivela Frank Siccardi, dj e talent scout per Irma Records. Che aggiunge: "Se poi invece di dj pulmino li chiami dj pierre sembra che ti riferisci al mitico personaggio americano...". Anche a uno come Pietro Berti, noto come Outwork, è capitato di essere dribblato da "un ragazzo che porta compagnie e quindi tavoli. Molti locali vanno veramente male perché nelle consolle ci mettono degli sprovveduti, gente che suona per la gente che porta e non per creare atmosfere di divertimento e un vero programma musicale".
Ralf fotografa lo stato delle cose partendo da tutti quei ragazzi che fanno fatica a mettersi in evidenza "solo perché vogliono occuparsi esclusivamente di musica, mi fa una grande tristezza. Non mi va di giudicare né di fare facili moralismi, ma certo che se si esclude dalla programmazione di un club un dj emergente solo perché non può o non vuole fare il pulmino, si commette una grande ingiustizia lasciando inespresi un sacco di talenti. Cosa che non penso convenga a nessuno. A malincuore devo constatare che, spesso, coloro che si occupano del booking dei locali da ballo, paradossalmente, si interessano di tutto fuorché di musica. Detto questo,

sono convinto che coloro che davvero meritano, alla fine, prima o poi vengano fuori. È pieno il mondo di pierre che fanno i dj. Ma anche di commercialisti, verdurai, centravanti, zie, ex veline e varie ed eventuali che... fanno i dj". Cristian Viviano, nell'entourage di Alex Neri da una manciata di mesi, non va per il sottile: "Il sistema è totalmente errato: credo che il pierre e il dj siano due diversi ruoli, e che una persona, professionalmente parlando, non possa ricoprirli entrambi. La nascita del dj pulmino la considero una mossa totalmente sbagliata per chi realmente ama la musica: meglio starsene in casa a produrre, questa è stata la mia salvezza ed è quindi questa, secondo me, la salvezza del dj. Se dovessimo star dietro a chi decide chi può suonare o no, il nostro unico modo per esprimerci verrebbe soppresso conducendo quindi il dj e la sua musica ad un fallimento assicurato".
Essendoci migliaia di dj e molte meno discoteche... la richiesta divora l'offerta, "logico che i dj debbano darsi da fare: allora, ben vengano i dj pullman", dice provocatoriamente Giampaolo Marconi, AD della Zangola e dell'Hollywood di Bardolino. "Spesso mi contattano per suonare qui", dice Jacopo Coppiardi del Circus di Brescia, "ritengo però che un dj debba fare il dj e concentrarsi piuttosto sulle produzioni musicali e sul suo bagaglio culturale per non fare brutte figure quando si trova in situazioni difficili. Solo l'esperienza e la professionalità ripagano. No al pulmino realizzato

I SITI WEB DEGLI INTERVISTATI

www.djralf.com
www.alexgaudino.com
www.outwork.it
www.andreabertolinidj.com
www.cristianviviano.it
www.supernovamusic.eu
www.danielwanrooy.com

www.simondejano.com
www.carlfath.it
www.albertogobbi.com
www.dramasocietyrecordings.com
www.myspace.com/vannellibros
www.danielmarchetti.com
www.dandyclub.it

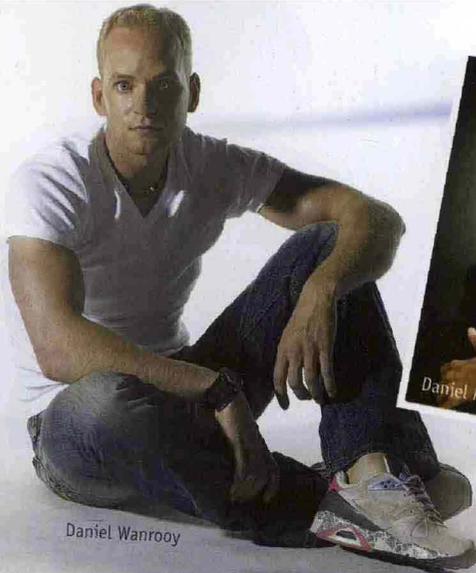
Ma esiste un rimedio a questo malessere? E se esiste, come attuarlo? Organizzandosi, alleandosi, cosa che gli italiani sanno fare poco e male. Lo hanno ripetuto alcuni addetti ai lavori durante l'ultima edizione dell'Amsterdam Dance Event: "Voi italiani pensate che demolendo la concorrenza, e pertanto disertando ogni collaborazione, rafforziate la vostra posizione. Siete gli unici al mondo". Niente coalizioni e la diatriba tra titolari e dj andrà avanti impertemita. Altra via da percorrere è quella di fare le valigie, anche in modo continuativo: sfruttando i biglietti da visita delle produzioni musicali, è possibile frequentare nuovi paesi.
Magari le nuove tecnologie, come il web e i social network, possono risultare strumenti formidabili. "Ma solo se utilizzati con intelligenza, altrimenti si rischia l'effetto boomerang", sbotta Street Angel.

COME SE LA PASSANO I CLUB

Crisi economica globale che ha investito un po' tutti i settori, concorrenza. Nessun promoter rischia mai di proporre nomi e suoni, anche solo leggermente diversi dagli standard assodati. A causa delle leggi sempre più restrittive e dell'intolleranza dilagante, gestire un posto dove si fa musica sta diventando un'impresa eroica. Ognuno segue la scia dell'insegna che ha avuto più successo l'anno precedente. Puntando ovviamente sui prezzi ridotti e a discapito della qualità. I Supernova danno al popolo una boccata d'ossigeno, alimentando le speranze. "Siamo ottimisti: abbiamo avuto modo di girare abbastanza lo scorso anno e abbiamo potuto vedere persone più competenti e concentrate nel fare il proprio lavoro al meglio. Si è capito forse finalmente che solo lavorando in maniera professionale ("azienda discoteca" può sopravvivere e tornare ad essere un luogo frequentato dalle cosiddette persone giuste e dalle donne soprattutto, linfa vitale per il clubbing". La musica, inoltre, che è tornata ad essere musica, ha contribuito a questa spinta positiva.
Nell'ultimo quinquennio nei club italiani si è registrato un notevole ricambio generazionale, settatosi per l'underground elettronica su una media di pubblico che va dai 18 ai 21, massimo 22 anni. "Non vedi più gente di 30 e passa anni che va a ballare come 15 anni fa ed il primo risultato è la scadente qualità del genere musicale offerto, ovvio che se un club lavora al 90 per cento con un'audience di diciottenni, molto difficilmente potrà proporre dj di un certo tipo", chiosa Luca Baldini. Continuerà a riprogrammare colui che ha sbancato a Ibiza l'estate precedente e che influenzerà i dancefloor italiani per tutta la stagione.

QUEI PIERRE TRASCORRONO ORE SU FACEBOOK...

Invitano alle serate gente che nemmeno conoscono. Invidiano partecipazioni a eventi gruppi o promozione serate. Fanno satire lo spam nel momento in cui questo sta diminuendo in internet. "Si è persa completamente la filosofia del pierre professionista", mette sull'attenti Coppiardi. Per Fath, l'insistenza di certi dj-pierre particolarmente fastidiosi può essere messa a tacere con un click: "È questo il bello della rete". Per Baldini sono un'arma di costruzione di massa "irrinunciabile, oggi".



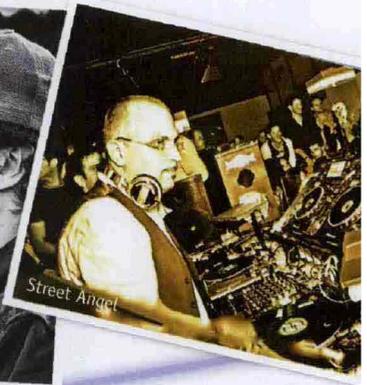
Daniel Wanrooy



Daniel Marchetti



Supernova



Street Angel

con gli amici del paese". Bisogna muoversi quindi con professionalità: "I guest devono portare gente con il loro sound, il resident deve saper creare sempre la giusta atmosfera. Il mio slogan è "disco giusto al momento giusto", sentenza il dj Street Angel del Living Discoteca di Maglie, Lecce. "È una delle solite aberrazioni all'italiana e non riesco ad immaginarmi una pratica del genere in voga nel Regno Unito o a Ibiza", sbotta Carl Fath, musicista ed esperto in trance. "A questo proposito mi viene in mente una frase di un famoso promoter internazionale: "Noi vendiamo personaggi, non dj". In altre parole, bisogna prima produrre hit importanti e diventare personaggi per poi aspirare al jet set e al relativo stile di vita di Tiësto e soci".

Giovane e figlio d'arte, Dave T Vannelli, che col fratello compone i Vannelli Bro\$\$, analizza i fattori e le loro conseguenze: "Innanzitutto bisogna considerare l'importanza che la figura del disc jockey ha assunto negli ultimi anni. Il numero di fan-aspiranti è aumentato vertiginosamente e oggi tutti sognano di

diventare dj. Il risultato? È questo". Con l'avanzare della crisi economica e di idee, i giovani conquistano gli spazi aspirati, pensano Emijay e Giacomo G.o.d.i, cioè i Supernova: "L'importante è che questo tipo di impegno nel portare la gente sia supportato da talento e umiltà".

Andrea Bertolini taglia corto: il fenomeno sta portando alla rovina il mondo dei club italiani. "I direttori artistici sempre più spesso mancano di professionalità, credono di tamponare i problemi causati da anni di incompetenza e purtroppo peggiorano solo la situazione già infelice". E poi... "Il dj è un promotore di se stesso, non nascondiamoci dietro a un dito", rincarano i Supernova. Insomma, il dj deve catalizzare gente e "quando sei agli inizi e nessuno ti conosce fare delle buone pierre, questo diventa uno dei mezzi giusti per farsi spazio".

Una realtà solo italiana. Non è una questione di territorio, di confini politici, bensì di pressapochismo. "L'attitudine all'inciucio penso sia

piuttosto transnazionale", sottolinea Ralf. "Noi italiani tendiamo a portare tutto all'estremo", precisa Dave T Vannelli. Gaudino: "L'unico esempio internazionale che mi viene in mente è Niki Belucci, che da pornstar si è riciclata in dj pornstar. Ma col tempo ha imparato anche a mettere i dischi".

Outwork: "Dopo aver fatto più di cinquecento date in tutto il mondo, penso di essere arrivato quasi alla conclusione". Sarà un sì? Alcuni hanno notato le stesse dinamiche in Spagna e in Inghilterra, soprattutto nei club medio-piccoli. "In Italia sono solo le organizzazioni storiche locali a puntare alla professionalità, alla qualità: il resto è buio totale", avverte Viviano.

convincione è che a fare la differenza tra un dj grande o mediocre sia solo la produzione di una buona musica. Comunque, no, in Olanda non abbiamo di questi problemi. I social network? Non so sino a che punto la gente in rete sia sincera. Può dire di seguirti anche sino in capo al mondo e alla fine non farlo".

Qui Germania

Luca Baldini, da anni trasferitosi a Berlino e metà del duo Drama Society, narra di un trentennio fa, quando si andava a ballare la domenica pomeriggio "e anche allora le feste venivano aperte dai 'dj pulmini', quattordicenni che volevano farsi conoscere come dj e che accettavano di suonare la prima ora di pista non solo gratis, ma addirittura in cambio del poter garantire un minimo di amici che pagassero l'ingresso", ricorda Baldini. Che prosegue: "Non è mai esistita la meritocrazia in Italia, e in tutti gli ambienti, non solo nel clubbing. È più importante che in console ci sia un qualcuno che possa garantire cento ingressi anche se privo di talento musicale, piuttosto che qualcuno che debba ancora costruirsi il proprio profilo e che magari ha il mestiere di dj nel sangue e ama davvero la musica".

DJ

PARERI DALL'ESTERO

Qui Olanda

Parla Daniel Wanrooy, nuovo talento della musica trance, appartenente alla Black Hole, la scuderia del mitico Tiësto. "Capisco che le pubbliche relazioni siano importanti e che la concorrenza incalzi", dice Wanrooy, "ma la cosa più importante è ancora la musica e le emozioni che questa trasmette nei set. Il business è solo un aspetto della gestione di un incarico che uno ha". Naturalmente, tante pubbliche relazioni possono fare la differenza. "Tuttavia, la mia



Ralf



Alberto Gobbi



Luca Baldini

