

Festival
d'Automne
à PARIS
77

AFRIQUE-AMERIQUE-EUROPE

Dollar Brand and musicians

Bouffes du Nord

13 - 16 octobre 1977



photo: Thierry Trombert

Semaines Musicales Internationales de Paris

DOLLAR BRAND AND MUSICIANS

Dollar Brand, piano et saxophone soprano
Bea Benjamin, voix
Vincent Bowens, saxophone ténor et flûte
Johnny Dyani, contrebasse
Roy Brooks, percussion.

- 13 octobre : "Africa" (par les 5 musiciens)
- 14 octobre : "African piano" (par Dollar Brand, solo)
- 15 octobre : "Dedication for Duke Ellington, Thelonious Monk and Contemporary african composers" (par les 5 musiciens)
- 16 octobre : "Children of Africa" (en quartet).

"L'Afrique, dit Dollar Brand, reste sans doute le seul lieu où les musiciens peuvent encore -par leur musique- tenir leur rôle dans la société. Et c'est d'Afrique que viendra la musique de l'avenir". Dollar Brand est Sud-Africain. Et c'est à l'African-Club de Zurich au printemps 63, que Duke Ellington "découvrait" Dollar Brand et l'invitait à enregistrer. Un autre musicien afro-américain déjà l'avait remarqué dans ce club : John Coltrane... Depuis, Dollar Brand a parcouru le monde, connu les horaires réglés de tous les festivals, enregistré sous toutes les latitudes; mais c'est à l'Afrique toujours qu'il revient. Et à l'Afrique du Sud : avec colère et passion. "En Afrique, la musique participe de chaque instant de la vie, c'est comme l'air qu'on respire".

"Ellington présente D.B trio", "Confluence" (avec Gato Barbieri), "Anatomy of a South African Village", "Monk from Harlem", "African piano", "Memories" (dédiées au pianiste Eubie Blake), "This is Dollar Brand", etc; les titres de ses disques, comme ceux de ses compositions, racontent une histoire, et disent l'histoire de son peuple. En solo comme en groupe, c'est dans la fonction rythmique des instruments qu'il inscrit la part africaine : musique de danse et musique dansante! Mais, plus que dans les mesures et leur système, c'est dans le traitement du piano en percussion (l'écho des tambours), qu'il en produit l'origine.

Dans sa pratique du croisement des musiques et des traditions, qui n'est ni une juxtaposition ni une sédimentation, mais la relecture aimable et vive de toutes les musiques noires, l'axe afro-américain (Duke, Monk) sert de tension fondamentale : de détour à peine paradoxal, pour affirmer une identité africaine. Si bien que Dollar Brand (ou plutôt depuis sa conversion à l'Islam: Abdullah Ibrahim) se joue de mille manières, de toutes les origines et de tous les mélanges, déroute et déconcerte, sans perdre une seconde la rigueur de sa voie et de sa recherche. De cette musique imperturbable, sûre de sa force parce qu'elle

joue avec les corps, de cette musique follement libre et gaiement exigeante, Dollar Brand présentera, au Festival d'Automne, toutes les formules et tous les possibles : en piano solo, avec sa femme la chanteuse Sathima (Bea Benjamin), avec ses vieux compagnons Johnny Dyani et Roy Brooks, ou avec le ténor Vincent Bowens, pour des programmes qui sont, encore, toute une histoire.

Francis MARMANDE

Extrait d'un entretien publié en septembre 1975 dans Jazz Magazine.

Brand : En Afrique, nous avons de la musique une conception complètement différente de celle qu'on a ici, en Occident. Ici par exemple, à la minute présente, il n'y a pas de musique, mais ce soir, à partir de 8 heures, il y aura de la musique, jusqu'à deux heures du matin. Ensuite, fini, plus de musique, on ferme à clé. En Afrique, la musique participe de chaque instant de la vie, c'est comme l'air qu'on respire.

Jazz Magazine : Pourquoi, selon vous, une telle différence entre ces deux conceptions?

Brand : Parce qu'ici les gens ne dansent pas. En Afrique, les gens dansent, chantent. C'est quelque chose de naturel. Mais on m'a dit qu'ici c'est mal de danser sur la musique! On peut même vous arrêter si vous dansez pendant un concert! Vous-êtes vous demandé pourquoi tant de gens, en Occident, ont mal au dos, ont des problèmes avec leur colonne vertébrale? Et tous ces gens qui marchent sur des chaussures à grosses semelles et hauts talons... comme pour souligner "leur dignité". Ils se tiennent bien raides, ils sont tellement fiers, tellement sûrs d'eux qu'ils ne penseraient jamais à s'incliner, à se prosterner. C'est pour cela qu'ils ont mal au dos. Se prosterner est un excellent exercice... Vous avez peut-être vu ce film où un bateau accoste, des types -des "explorateurs"- bondissent avec leurs épées et leurs drapeaux sur un rivage inconnu. L'air conquérant, ils scrutent l'horizon. Que cherchent-ils? De l'or, bien sûr. Et ils n'en voient pas. Ils ne comprennent pas qu'il leur suffirait de se pencher un peu et de baisser les yeux. L'or est à leurs pieds, ils sont sur l'or! Tout est comme ça. Que veulent dire ces festivals où les gens ne peuvent ni danser ni chanter?

Jazz Magazine : La différence c'est peut-être, aussi, que la musique en Occident est une marchandise...

Brand : Oui. En Afrique, vous n'avez pas à payer pour avoir de la musique. Mais c'est aussi parce que la musique n'est pas extérieure à vous, vous ne dépendez pas de quelqu'un qui vous donnera de la musique. Si vous voulez de la musique, vous la faites vous-même. Tout le monde en est capable. Quand à la fin d'un concert les gens applaudissent, je me demande toujours pourquoi, chaque matin, quand le soleil se lève, ils ne vont pas à leur fenêtre pour applaudir... Par contre, ils m'applaudissent. Pourquoi moi?

En Afrique vous savez il n'y a pas de critique; mais qu'un occidental arrive en Afrique et "découvre" par exemple une cuillère que fabriquent les Africains pour manger, il va aussitôt s'exclamer : "Oh quelle jolie cuillère! Mais c'est de l'art africain!". De retour en Europe, il accrochera la cuillère à son mur parce que c'est "artistique". Mais cette cuillère n'est que fonctionnelle dans la société africaine. Elle n'a pas été faite dans un autre but. Quel besoin, alors, de la critique? Qu'apparaisse la critique, et il n'y a plus de fonction! Critiquer, c'est chercher une excuse, une raison d'être... En octobre dernier, avec un ami, j'ai créé une compagnie de disques. Nous avons enregistré puis proposé la bande à de grandes compagnies. Toutes avaient refusé. Nous avons alors fait presser des disques et nous les avons fait entendre dans une boutique de Johannesburg. Nous en avons vendu cinq mille en un jour! En six mois, cinquante mille exemplaires ont été vendus! Sans publicité dans les journaux, simplement en faisant écouter la musique. Parce que la musique était fonctionnelle, les gens l'écoutaient et dansaient dessus. Si nous avions fait appel à l'intermédiaire des critiques et des articles dans les journaux, peut-être n'en aurions-nous pas vendu un seul. Un couple de mendiants, un boîteux et un aveugle, est venu tous les jours au magasin pour écouter ce disque. Et un matin, à l'heure de l'ouverture, ils étaient là avec l'argent pour acheter. Distribution, publicité, critique, radio, tout cela est inutile. Si quelque chose est vrai, cela finit par se savoir. C'est une question de temps. C'est après le succès de notre compagnie de disques que les journaux ont dit : "Ah! c'est donc cela que veulent les gens". Nous, nous voulons rester en contact direct avec le peuple. L'argent que nous gagnons, nous le remettons dans la communauté. Mais je sais que beaucoup de musiciens jouent selon ce qu'ils lisent dans les magazines. C'est pourquoi j'ai cessé de me considérer comme un musicien. La musique n'est qu'une des choses que je peux faire. Si j'étais bûcheron, pourquoi n'organiserait-on pas un spectacle au cours duquel on me verrait couper des arbres? Ce serait "La Danse de l'Arbre".

FRFAP-1977-M-AFRIQUE-06-PG25

10-10-77