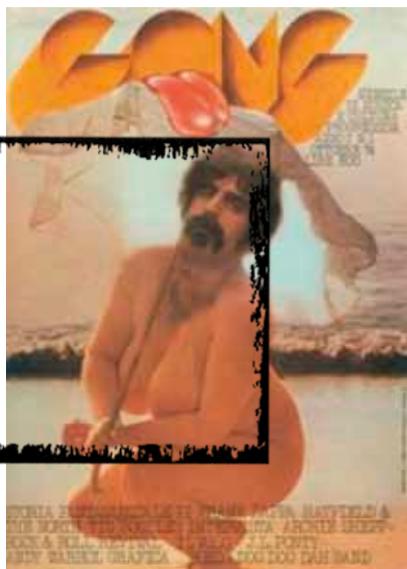


RIVISTE GIOVANILI, POP E ROCK,
DEGLI ANNI SETTANTA

MUSICA PER GLI OCCHI

NON SI PUÒ COMPRENDERE QUELLA STAGIONE
SENZA LEGGERE E INTERPRETARE I PERIODICI
CHE SFIDAVANO LA MORALE BORGHESE PARTENDO
DALLA MUSICA E APPRODANDO ALLA POLITICA

di FABIO GUIDALI



UNO SCHIAFFO AI PADRI

Qui sopra, la copertina di *Re Nudo* gennaio-febbraio 1971;
a destra, quella di *Gong* n. 1 1974 con Frank Zappa;
nella pagina a fianco, *Muzak* n. 13, ultimo numero uscito.

A partire dal secondo dopoguerra, gli italiani si scoprono voraci consumatori di musica leggera, che spopola grazie alla radio, ai programmi TV, alla fiorente industria del disco. E poi basta un gettone per la felicità, si dice del juke-box. Nella sua semplicità espressiva, la musica leggera, quella dei festival (di Sanremo o di Napoli), contribuisce a rendere più unito il Paese, perché emozioni, metafore, riferimenti e nuovi miti diventano patrimonio comune. I giovani rifiutano però la tradizione melodrammatica italiana e si orientano, oltre che verso gli “urlatori”, verso il rock ‘n roll e la musica folk americana, per esprimere la loro avversione nei confronti dell’etica del lavoro e dell’opprimente morale tradizionale. Sono gli anni della diffusione della letteratura beat e dei capelloni: l’industria discografica coglie al volo l’occasione fornita dalla nascita di questa subcultura e sforna le prime riviste di argomento musicale come *Ciao Amici* o *Big*, inizialmente acquiescenti alla presa di distanza dalla politica ancora predominante tra i ragazzi italiani, poi (soprattutto la seconda) più attente all’attualità sociale. La fusione dei due periodici nel 1968 porta alla nascita di *Ciao 2001*, che per tutti gli anni Settanta è il settimanale più venduto tra i giovani interessati alla musica pop e rock, ma anche il bersaglio principale delle critiche della stampa alternativa per via della sua presunta mancanza di indipendenza critica (data dalla contiguità con le case discografiche) e per la sua collocazione politica identificata come reazionaria. L’aspetto più interessante del giornalismo musicale intorno al Sessantotto e oltre non è però legato a queste grandi imprese editoriali che settimanalmente sfornano decine di migliaia di copie, ma



all’attività dal basso di giovanissimi talenti della critica e alla crescente rilevanza della questione del rock negli ambienti underground. Non si può infatti non citare la figura di Riccardo Bertoncelli, il quale, appena diciottenne, dà vita ad alcune fanzine come *Blues Anytime* e *Pop Messenger Service*, prima di inventarsi nel 1971 *Freak* in collaborazione con la Ricordi, svolgendo un prezioso lavoro di documentazione e comunicazione – ben prima dell’era Internet – in tempi di grandissima richiesta di musica riprodotta. In effetti, una delle cifre del panorama culturale giovanile agli albori degli anni Settanta è il dilagare dell’interesse nei confronti del pop e del rock progressivo di importazione. Sempre più si tende a riconoscere l’esistenza di una musica “propria” del mondo giovanile, contraddistinta dal legame con la danza, dall’attenzione ai testi (Bob Dylan docet), dall’alto volume di ascolto, dal virtuosismo strumentale di Jim Morrison o Jimi Hendrix, nonché dall’ispirazione derivante dal consumo di LSD o marijuana. Come scrive Giaime Pintor su *Ombre Rosse*, tuttavia, questa musica “propria” dei giovani è un’astrazione, perché «è nostra ogni musica che

DAL ROCK ALL'IMPEGNO

Qui sotto, la copertina di *Re Nudo* del settembre 1971 che dispensa consigli sull'LSD.

Nella pagina a fianco, *Muzak* n. 1 diretta da Giaime Pintor.

GIORNALI CULT

in qualche modo ci fa ritrovare insieme a sperimentare nuovi rapporti», anche se solo per la durata di un concerto.

Musica è dunque vivere insieme, via d'uscita dall'isolamento e, in anni di intensa politicizzazione, anche valvola di sfogo di tensioni nate altrove. Certo, la rivoluzione non si fa ascoltando musica, ma si fa per strada, nelle scuole, nelle fabbriche, come insegnano il Movimento studentesco, i sindacati e i gruppi della sinistra extraparlamentare. Tuttavia, quello che potrebbe sembrare un settore marginale della lotta politica assume un'importanza crescente per adolescenti e neoventenni. L'alto prezzo dei biglietti e le modalità di ascolto della musica durante gli spettacoli, che vedono i palazzetti stipati di pubblico per aumentare i profitti degli organizzatori, sono la miccia che fa esplodere la contestazione violenta del sistema musicale italiano. Di quella si ricordano gli scontri tra polizia e pubblico, ad esempio in occasione del concerto milanese dei Led Zeppelin nel luglio del 1971 o di quello dei Genesis a Torino nel 1975, ma anche gli slogan (Riprendiamoci la

musica, I Palalido saranno i nostri Vietnam), che molto devono alle iniziative della casa editrice romana Stampa Alternativa e al mensile *Re Nudo*. Fondata a Milano alla fine del 1970 da Andrea Valcarenghi, *Re Nudo* è una rivista underground che rivendica la sua appartenenza alla tradizione libertaria, di sinistra ma priva del pregiudizio secondo il quale la fabbrica deve essere il fulcro di ogni azione di carattere comunista. Soggetto rivoluzionario, infatti, sono gli operai tanto quanto i giovani, i disoccupati, gli emarginati in genere

(drogati, omosessuali, carcerati). Questo sottoproletariato urbano esprime una forza sovversiva che Valcarenghi, contrapponendosi sia al sistema borghese e al governo, sia al Partito Comunista e alla sinistra extraparlamentare, comprende avere una forte carica eversiva. Un primo passo è la lotta contro i "padroni della musica", che assicura, una volta che gli scontri ai concerti sono divenuti la norma, alcuni successi, come la riduzione del costo dei biglietti per il proletariato giovanile. Il secondo è l'organizzazione di pop-festival, affollati raduni all'aria aperta in cui si sperimenta una "vita alternativa" tendenzialmente comunista, con libertà di discussione, di fumare marijuana (in tempi di legislazione tutt'altro che permissiva), di sperimentare nuovi rapporti interpersonali ascoltando la musica "giusta". È questa un'azione politica fondamentale, perché i pop-festival mettono in luce, ancor prima che prorompa sulla scena il movimento femminista, la necessità di soddisfare quei bisogni privati che la sinistra tradizionale considera questioni piccolo-borghesi. La musica è dunque il cavallo di Troia

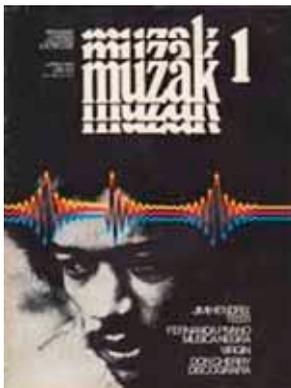
all'interno del quale l'azione politica pura si insinua nella controcultura italiana, e *Re Nudo* l'avanguardia di questa evoluzione.

Un'altra pubblicazione che affonda le radici nello stesso contesto culturale in cui nasce e matura l'esperienza di *Re Nudo* è *Get Ready*, "periodico fatto a mano" e contrario al copyright, il cui numero 0 esce alla fine del 1971. La rivista vede la collaborazione, tra gli altri, di Ines Curatolo, una presenza fissa della scena rock milanese, di Riccardo Bertoncetti e, soprattutto, di Barnaba For-



nasetti, artista e creativo figlio d'arte (e oggi designer di fama internazionale). È infatti innanzitutto la componente iconografica di *Get Ready* a risultare eccezionale. I primi due numeri del periodico sono disegnati a forma di spinello: un caso unico nella stampa italiana, che rivela al primo sguardo la posizione della redazione nei confronti delle droghe, di cui si sostiene l'uso e la promozione a dispetto della legge. La forma affusolata del joint è sostituita, con il numero 2, da una meno caratterizzante figura rettangolare, ma rimangono la conformazione alta e stretta dei fascicoli, poco funzionale alla lettura, così come gli accesi colori psichedelici e i disegni in bicromia, spesso posti dietro ai testi, che diventano in questo modo difficili da decifrare.

Fortissima è la carica provocatoria della rivista, come appare evidente dal ricorrere del logo dei Rolling Stones *Tongue & Lip*, disegnato da John Pasche per l'album *Sticky Fingers* del 1971. L'irriverenza della linguaccia, che possiede anche una non celata carica sessuale, nella rivisitazione che ne fa *Get Ready* conquista un posto di rilievo subito al di sotto dell'intestazione, a partire dal numero 3. I disegni, i fumetti (Crumb, Shelton), i simboli politici e del misticismo orientale, che occupano ogni porzione della rivista, sono inseriti sulla pagina secondo un preciso intento comunicativo. Si consideri un editoriale del numero 3, in cui un collage di immagini (una foglia di canapa, un pugno chiuso, la pantera insegna delle White Panthers di John Sinclair, una bocca che mostra una lingua marchiata dalle stelle della bandiera statunitense e uno spinello avvolto nello *Stars and*



Stripes) può essere letto in parallelo al testo: tutti i simboli della controcultura convergono a codificare un messaggio composito ma unitario.

Forse ancora più significativa è la copertina del numero 4: su uno sfondo di volti dei divi del rock, il titolo della rivista si ritrova sul tappo di una bottiglia (da cui diparte l'ormai onnipresente lingua di fuori), in un carattere corsivo che rimanda all'inconfondibile logo della Coca-Cola. Il sottotitolo, *It's a musical thing*, fa in effetti il verso allo slogan della bevanda *It's a real thing*, tratto da uno spot televisivo dell'epoca in cui, sulle note del celebre jingle *I'd Like to Buy the World a Coke*, si punta ad avvicinare i giovani hippy. È evidente come *Get Ready* proponga, in questo modo, una demistificazione del messaggio reclamistico, ma non sul piano testuale e ideologico, bensì su quello semiologico e artistico di chiara marca situazionista, sforzandosi di rendere innocuo il contenuto di una pubblicità che cerca di penetrare la cultura alternativa sfruttandola come nuovo mercato da conquistare.

Al di là degli aspetti visuali, anche dal punto di vista contenutistico *Get Ready* si distingue come una rivista a favore di una rivoluzione sotterranea che passi dalle pratiche orientali come lo yoga e dalla funzione liberatoria del sesso. Il pensiero libertario dei renudisti si ritrova anche in *Get Ready*, così come la medesima esigenza di costruire strutture alternative (sale di prova e di incisione, festival liberi, mercatino dello strumento usato) per impedire che la musica pop sia semplicemente "consumata". La crescente politicizzazione passa, ancora una volta, dalla

questione musicale, tanto che sul numero 3 di *Get Ready* si legge che «cultura alternativa è unificazione di politica e cultura».

Rivista dedicata a un pubblico di giovani studenti e non di proletari, *Get Ready* si differenzia da *Re Nudo* per la sua maggiore pretenziosità, considerate le citazioni di Engels e Spinoza, la sua carta patinata, ma anche il continuo richiamo all'autenticità dell'impegno dei redattori, di origine borghese e dunque convinti della necessità di dimostrare la loro purezza rivoluzionaria. *Get Ready*, inoltre, diversamente dal mensile di Valcarengi, è privo di un gruppo di sostenitori che supportino la redazione. Il suo arco vitale è racchiuso tra la fine del 1971 e il 1972, per soli cinque, meravigliosamente colorati e inventivi numeri, e giunge al termine per problemi economici e non certo per l'esaurimento della spinta creativa.

Una volta conclusa l'esperienza di *Get Ready*, ritroviamo Bertoncelli, anche se solo per pochi numeri, a prestare le proprie doti critiche per la rivista romana *Muzak*, diretta dal 1973 da Giame Pintor, figlio del fondatore de *Il Manifesto* Luigi. *Muzak*, che è il termine inglese per indicare la "musica da ascensore", dunque di poche pretese, è la prima rivista di argomento primariamente musicale a presentare fin dall'avvio delle pubblicazioni un coerente progetto politico e culturale per un largo pubblico. Si tratta della critica – nuova per l'epoca – ai modelli musicali e politici stranieri: alla colonizzazione del rock anglosassone si contrappongono la musica folk del Canzoniere del Lazio o il jazz di Mario Schiano, insomma la reinvenzione della tradizione ritmica popolare su cui

innestare il nuovo rock. Ciò che viene proposto è una rivisitazione del nazionalpopolare che tanta parte ha avuto nella politica culturale comunista del dopoguerra, aggiornato alla nuova disaggregazione per generi musicali che contraddistingue gli anni Settanta. Il collettivo redazionale, che conta al suo interno, tra gli altri, Lidia Ravera e Fernanda Pivano, è in effetti composto da militanti legati sia alla sinistra extraparlamentare, sia al Partito comunista, caso rarissimo in quegli anni di netta contrapposizione tra i gruppi e la compagine guidata da Berlinguer. Il lettore-tipo è infatti un ventenne comunista, antimperialista, antifascista, che vede in Berlinguer il politico più rispettabile: un lettore privo di vera *verve* contestataria, dunque, come si addice al profilo della rivista.

Ciò non sfugge neppure considerando il tradizionalismo e la sobrietà del mensile, poco originale nella sua classica suddivisione interna in colonne quanto nella composizione delle copertine, come documenta l'ultimo fascicolo della rivista del giugno del 1976. La foto in bicromia di una folla di giovani (probabilmente a un concerto o a una manifestazione) con bandiere rosso vivo sullo sfondo e, al centro, una rassicurante coppia che scruta l'orizzonte, sono conformi all'iconografia comunista, adattata al target giovanile del periodico.

Pur raggiungendo le 35 mila copie di tiratura e attestandosi al secondo posto, dietro all'ineffabile *Ciao 2001*, tra le riviste per ragazzi, *Muzak* chiude i battenti nel momento in cui la casa editrice Publisuono sceglie di staccare la spina, temendo ripercussioni per via del processo (poi risoltosi con





SFIDA IN FUMO

Qui a fianco, Franco Battiato sulla copertina di *Gong* n. 9, 1975; nella pagina a fianco, il provocatorio spinello avvolto nella bandiera americana del numero zero di *Get Ready*.

un nulla di fatto) che vede coinvolto il collettivo redazionale in seguito alla pubblicazione di un questionario sul sesso circolato nei licei romani. Ancora diversa è la storia di *Gong*, nato dalla redazione milanese di *Muzak* (di cui è membro anche Bertoncetti) con l'intenzione di dare uno spazio maggiore alla musica rispetto alla politica, prevalente sul mensile romano. Pur gravitando nella stessa area di sinistra, *Gong* accetta senza alcun complesso di inferiorità l'appartenenza a un ristretto ambito "sovrastrutturale". Lo stesso titolo della testata è rivelatore: in Oriente il gong è uno strumento il cui suono simboleggia il risveglio spirituale, non è certo la tromba che chiama alla mobilitazione. Ecco dunque spiegato lo snobismo delle scelte musicali, con un'assoluta predilezione per la musica elettronica, le avanguardie, i minimalisti, il free jazz, e la scarsa stima per cantanti e complessi più commerciali, anche se del calibro di David Bowie, Jethro Tull o Genesis. Tratto distintivo di *Gong* è l'uso spregiudicato di una grafica di matrice underground, sebbene a livelli di estrema professionalizzazione grazie alle

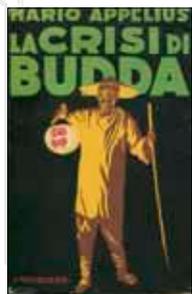
originali elaborazioni di Mario Convertino: ancora una volta la provocazione (il riadattamento del Tongue & Lip, il fotomontaggio di Frank Zappa in posa erotica con seno scoperto e ombrellino parasole, un giovane Battiato fotografato con il dito nel naso) non è fine a se stessa, ma ha l'obiettivo di dissacrare figure che, avvolte da un'aura leggendaria, rischiano di diventare prodotti di consumo.

Tra le riviste musicali pubblicate nella prima metà degli anni Settanta, *Gong* appare dunque quella in più stabile equilibrio tra la controcultura, di cui assorbe temi ormai patrimonio di una larga fetta della popolazione italiana, e l'editoria professionale. Anche per questo motivo riesce a sopravvivere, insieme a *Re Nudo* (che però attua una ritirata strategica nel misticismo orientale), al ciclone rappresentato dall'avanzata del "proletariato giovanile", ragazzi disperati e fortemente individualisti, dal fallimento della politica dei concerti dopo gli incidenti del pop-festival del Parco Lambro nel 1976, e dalla violenza fisica e creativa del movimento del Settantasette. È quest'ultimo il definitivo colpo di grazia inferto a quel laboratorio di cultura alternativa che sono negli anni Settanta i magazine musicali per un pubblico giovanile, capaci di coniugare critica, arte e politica in un mix per certi versi irripetibile. I loro eredi (*Il Mucchio Selvaggio*, *Musica 80* e così via), attenti alla grafica e a un uso colto del linguaggio, spesso originali e tutt'altro che provinciali, sono infatti carenti sul lato della proposta politica e culturale, che è l'autentico punto di forza degli ambienti pop e rock d'inizio decennio. Ma ormai la musica – quella da vedere – è destinata a spostarsi sempre più verso i mezzi elettronici: *MTV* (nata nel 1981) attende già dietro l'angolo.

Fabio Guidali



SOMMARIO - PreText n. 6 – Novembre 2017



10 / Paolo Costa
Il blogger Montaigne

18 / Oliviero Ponte di Pino
Festival letterari: servono alla cultura?

26 / Carlo Alberto Brioschi
Il cibo fa la storia

32 / Valeria Palumbo
La paura è donna?

40 / Giovanni Biancardi
Quando tirava Mal'aria

44 / Luca Formenton Macola
L'editore rispettoso

48 / Stefano Lucchini
L'utile sconfitta



50 / Massimo Gatta
Il libraio coraggioso

56 / Mariachiara Fugazza
I torchi di Cattaneo

62 / Pier Luigi Vercesi
La scuola di *Panorama*

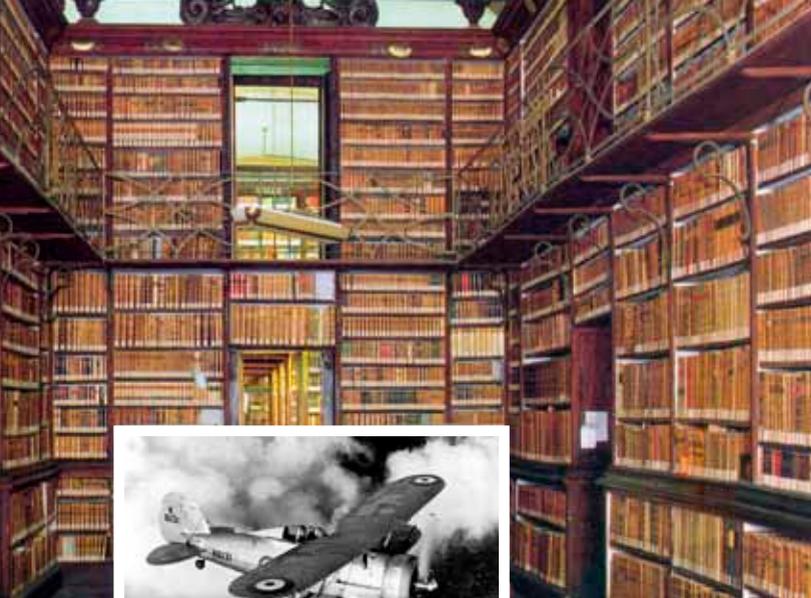
72 / Piergaetano Marchetti
100 giorni d'indipendenza

76 / Fabio Guidali
Musica per gli occhi

82 / Letizia Dallavalle
Storia di un giornalino

88 / Ada Gigli Marchetti
Il megafono del duce





4



94 / Maria Rifiuti
Qui Roald vive ancora

100 / Giorgio Montecchi
La solitudine del sapere

106 / Eva Cantarella
Otium padre dei libri

108 / Ivan Orsini
Le lingue inventate

114 / Rosellina Gosi
L'universo Jacini

118 / Simone Campanozzi
Una storia da manuale

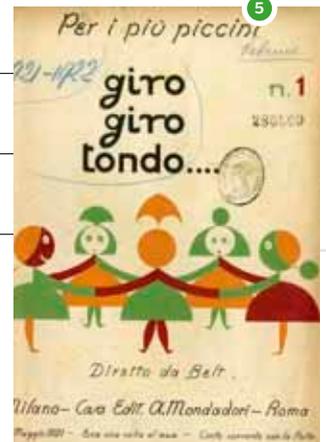
124 / Gianni Cervetti
Per amor di Dante

128 / Elisa Marazzi
Le lune di Barbadoro

132 / Elena Puccinelli
L'editore Rinascente

138 / Maria Luisa Betri
Un libro per chi fatica

142 / Silvia Vanini
Fiorucci comunicatore



5

1. La copertina della *Settimana Incom* diretta da Lamberto Sechi (articolo a pag. 62).
2. Quadro dipinto da Pieter Bruegel il giovane, *Matrimonio contadino* (articolo a pag. 26).
3. Una delle meravigliose sale della Biblioteca Estense (articolo a pag. 100).
4. L'aeroplano su cui ha prestato servizio durante la Prima guerra mondiale lo scrittore Roald Dahl (art. a pag. 94).
5. La copertina disegnata da Angoletta della rivista per i più piccoli *Giro giro tondo* (articolo a pag. 82).

PreText

NUMERO 6 - NOVEMBRE 2017

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO

giro giro tondo.

CAMBIA IL MONDO... DEI LIBRI E DEI GIORNALI

CON LA SAGGISTICA
DEDICATA AL CIBO
È TUTTA UN'ALTRA STORIA

LA BREVE VITA
DI UN GIORNALE CHIAMATO
INDIPENDENTE

LAMBERTO SECHI:
RICORDI INEDITI
DI UN GRANDE DIRETTORE

COSA STA SUCCEDENDO ALLA SAGGISTICA TRAVOLTA DALLA SUPERFICIALITÀ DELLA RETE? IL PRIMO BLOGGER DELLA STORIA FU INDUBBIAMENTE MONTAIGNE, MA ORA UNA TRADIZIONE CHE RISALE A PLATONE E CICERONE È IN PERICOLO

