

John Barleycorn must die

Premessa

Nel 1920, precisamente alle ore 12.01 del 16 gennaio, in una moltitudine di chiese statunitensi le campane suonano a morto, celebrando la dipartita di un personaggio di fantasia: John Barleycorn, lo spirito del whiskey. Nella forma di una grossa bottiglia d'alcol, Barleycorn viene adagiato in una bara, portato a spasso per le città e poi seppellito. Un macabro brindisi al proibizionismo.

“Addio, John. Sei stato il peggior nemico di Dio e il miglior amico degli Inferi” recita Billy Sunday.¹

In quegli anni un altro amico degli Inferi si aggira per il Mississippi, ed è un uomo in carne e ossa che suona la chitarra “come si suonerebbe una zappa” secondo il bluesman Son House.

Vedovo a diciannove anni e morto a ventisette, Robert Johnson stringe il patto col diavolo a un crocevia inghiottito dalla notte. Donando l'anima in cambio del talento diventa uno dei musicisti più influenti della storia: le sue registrazioni costituiranno la pietra miliare del rock. Il diavolo è nei dettagli, nella tecnica e nella metrica così poetica da “meritare di essere sepolto assieme a Keats o Shelley” come osserverà Bill Ferris.²

Le porte dell'inferno si spalancano. Il lento propagarsi delle fiamme divampa alla Sun Records di Memphis il 18 luglio del 1953 quando un autotrasportatore di nome Elvis Presley registra il brano *That's All Right*, dando vita al rock'n'roll.

A guerra vinta e in pieno sviluppo economico, gli Stati Uniti si trovano co-

¹ L'evangelista americano Billy Sunday pronuncia queste parole nell'omelia per John Barleycorn davanti a più di 10.000 persone il 16 gennaio 1920. Cfr. *Billy Sunday Speeds Barley Corn to Grave; Preaches at Mock Obsequies, with Devil as Mourner, in Norfolk Tabernacle*, “New York Times”, 17 gennaio 1920 (www.nytimes.com/archives).

² Così si esprime Bill Ferris in un'intervista durante il programma *The Story with Dick Gordon* il 4 novembre 2011.

stretti ad affrontare un conflitto generazionale senza precedenti. Il campanello d'allarme lo suona il country, la cui popolarità gli permette di diffondersi a macchia d'olio per tutto il paese. Le voci girano, i *baby boomer* crescono: figli dei veterani, rivendicano a gran voce un'emancipazione troppo a lungo rimandata.

È evidente che se l'America ha avuto il piacere di dare i natali a George Gershwin, elegantissimo jazzista idolatrato da Ravel, o Benny Goodman a cui Bartók e Bernstein dedicano composizioni, gestire Jerry Lee Lewis – chiamato “the killer” per l'efferatezza delle sue performance – è un altro paio di maniche. Frank Sinatra nel 1957 non esita a giudicare il rock'n'roll una musica “cantata, suonata e scritta da perfetti imbecilli”,³ riducendo il tutto a un invasamento passeggero.

Dunque è il diavolo. Ancora lui, il demone inafferrabile che si insinua nelle strofe ergendo a scandalo un brano come *Tutti Frutti*.

Sarà un caso, ma Little Richard esprimerà presto la volontà di dedicarsi al Signore, salvo poi riconoscere che non c'è alcun modo in cui servire Dio possa coesistere col fare rock.

Un vero peccato.

Intendiamoci: la musica è sempre stata un mastodontico linguaggio universale.

Negli anni Cinquanta, però, i veri amplificatori non sono in sala prove ma in sala da pranzo: la radio diventa il *trait d'union* con i giovani, e non c'è più nulla che tenga.

Il rock'n'roll è un devastante animale da palco: le bestie che onorano il suo nome macinano rapidamente date su date, lasciandosi alle spalle stanze d'albergo sfasciate e pesanti accuse di violenza: il diavolo al suo meglio.

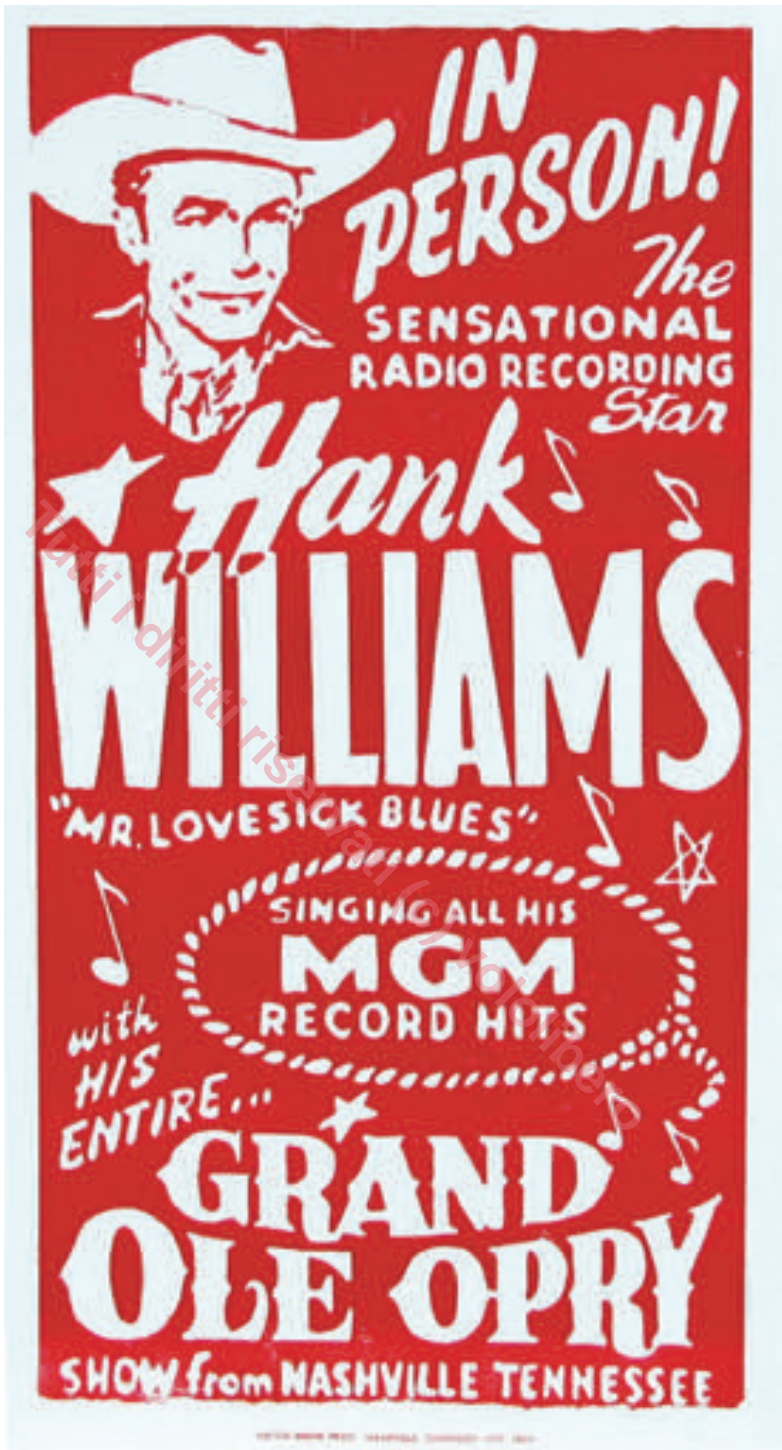
I giovani vedono nel selvaggio approccio dei rocker una concreta possibilità di riscatto.

A un passo dal fenomeno di massa, al rock'n'roll manca un unico tassello: la promozione, ed è proprio qui che inizia la nostra storia.

³ Cfr. Mick Farren e Dennis Loren, “Classic Rock Posters”, Giunti, Firenze 2012, p. 17.

Rock Poster 1940-2010

Tutti i diritti riservati (c) vololibero



1. Hank Williams live at Grand Ole Opry, Hatch Show Print, 1945

One for the money, two for the show

Hank Williams è uno smilzo countryman dell'Alabama.

L'11 giugno del 1949 debutta al celebre Grand Ole Opry di Nashville diventando il primo artista nella storia a cui vengono chiesti ben sei bis. Il successo lo travolge.

Incide i suoi brani più scomodi sotto lo pseudonimo di Luke The Drifter lasciando che l'alter ego si prenda tutte le critiche del caso; scelta che si rivelerà anticommerciale costando a Williams non poche perdite in termini di vendite.

Ma al cantante non importa. Celebra il suo matrimonio nell'auditorium municipale di New Orleans davanti a un pubblico pagante di quattordicimila persone, dopodiché lascia che alcol e morfina facciano il resto. Sul sedile della Cadillac su cui Williams si spegne, ad appena ventinove anni, viene trovato un testo inedito intitolato *Then The Fateful Day Came* (*Dunque il giorno fatale è giunto*).

Sul finire degli anni Quaranta il country e il blues vengono considerati due genitori inadeguati a crescere un figlio irrequieto come il rock'n'roll; nessuno di questi generi gode di particolare stima da parte dell'opinione pubblica e anzi vengono considerati fastidiosi imprevisti musicali.

Icona controversa della country music e del rock'n'roll, Hank Williams è il primo protagonista della nostra storia.

In previsione di un concerto a Nashville l'artista si reca presso la Hatch Show Print, stamperia cittadina a gestione familiare. [1] Fondata nel 1875 da William Hatch, la Hatch Show Print si occupa inizialmente di promuovere eventi fieristici, ma a partire dagli anni Cinquanta si afferma come punto di riferimento della grafica musicale statunitense. Le stamperie di inizio Novecento sono botteghe d'arte gestite da maestri incisori che si preoccupano di realizzare progetti grafici nella loro totalità: ogni elaborato dell'azienda porta la firma artistica dei suoi stampatori ai quali sono quindi demandati tutti gli aspetti creativi.

Il manifesto di Williams, ricavato da una splendida incisione manuale, è uno dei primi esempi di rock poster. L'obiettivo è rendere appetibile un genere dalla reputazione decisamente discutibile e, pur afferendo al campo dell'arte, il poster di Williams risponde alle stesse regole pubblicitarie di un incontro di pugilato. A garanzia della serata, nel poster viene riportata la neonata etichetta MGM con cui l'artista ha da poco registrato le sue hit, unitamente ad ammiccanti *tag-line* prese a prestito dai grandi disc jockey del momento. Il nome del *cowboy* è centrato mentre il suo ritratto fa capolino in alto a sinistra.

Nel 1952, alla morte di William Hatch, la gestione della stamperia passa ai figli Herbert e Charles. Il cambiamento generazionale coincide con la radicale trasformazione della clientela. Sul finire degli anni Cinquanta il rock'n'roll acquista popolarità e la Hatch Show Print vive il suo momento d'oro: continua a occuparsi con dedizione alla pubblicità locale ma – è il caso di dirlo – la musica è cambiata e i clienti sono illustri.

Il più celebre di tutti arriva nel 1956, quando il suo manager sceglie Nashville come base operativa.

Andreas Cornelis van Kuijk nasce in Olanda agli albori del Novecento, settimo di undici figli. Appena diciottenne entra illegalmente negli Stati Uniti dove si arruola e assume il celebre nome d'arte di Colonnello Tom Parker. Congedato con disonore, affronta poi la Grande Depressione durante la quale più tardi dichiarerà di essere sopravvissuto spendendo un solo dollaro a settimana. Diventato promoter per lo spettacolo, Parker si occupa inizialmente di artisti country fino a quando nel 1955 sente per la prima volta parlare di Elvis Presley.

Nell'ottobre del 1956 il Colonnello diventa manager di Presley e nello stesso anno procura al cantante una serie interminabile di apparizioni televisive nonché un contratto con la Paramount Pictures, che lo ingaggia per ben sette pellicole.

La gestione manageriale di Parker è storia. La sua visione stravolge per sempre l'industria dello spettacolo, dall'aumento delle provvigioni (che dal 10% arrivano all'impensabile 50%) fino alla costruzione di ciò che in futuro chiameremo "fenomeno musicale".

Il Colonnello applica al rock'n'roll le stesse regole con cui amministra The Great Parker Pony Circus, uno spettacolo circense ideato dallo zio. Considerare le stelle del rock'n'roll come animali da palco permette al manager di sfruttarne, senza scrupolo, qualsiasi potenzialità. Nel caso di Presley, per esempio, il suo cliente diventerà anche attore pur non avendo mai recitato prima. È evidente che il Colonnello non voglia perdere tempo con frivolezze grafiche, e a quanto pare le stamperie non vedranno mai un dollaro da parte sua.

Ciononostante, l'istantanea più emblematica dell'eccellente lavoro svolto dal Colonnello Parker è proprio un poster, realizzato nel 1956 per una data a Jacksonville dell'artista di Tupelo. [2] L'etichetta discografica citata nel manifesto è la famosa RCA Victor con cui Presley in quello stesso anno debutta in

THE ELVIS PRESLEY SHOW

STARRING

IN PERSON

ELVIS PRESLEY



WITH AN ALL STAR CAST

THE JORDONAIRES
PHIL MARAQUIN
FRANKIE CONNORS
BLUE MOON BOYS & Others

RCA Victor Recording Star

HEAR HIM SING
"HEARTBREAK HOTEL"
"HOUND DOG"
AND HIS OTHER GREAT
RECORDING HITS

FLORIDA THEATRE

JACKSONVILLE - FLORIDA

FRI · SAT AUG 10 - 11

MATINEE AND NIGHT SHOWS

2. Elvis Presley live in Jacksonville, Hatch Show Print, 1956

cima alla Billboard 200 con l'omonimo *Elvis Presley*, primo disco rock'n'roll ad aggiudicarsi le vette commerciali.

Nel poster, il nome dell'artista si contende lo spazio con la sua splendida immagine.

Un dettaglio interessante. L'idea che venga scelta una fotografia a figura intera, infatti, tesa a far risaltare tutta la prorompente fisicità di Presley ce la dice lunga su quanto le sue movenze fossero iconiche fin dagli esordi. Il poster di Presley beneficia del perfezionamento del metodo di stampa, mentre gli stampatori stanno lentamente imparando a gestire una inedita ed esplosiva mole di contenuti in una tendenza ambivalente, che da un lato sottovaluta il fenomeno musicale e dall'altro non può ignorarne la sua crescita esponenziale.

Due anni dopo, Elvis Presley si arruola nell'esercito e Jerry Lee Lewis conquista il posto che "Il Re" ha momentaneamente lasciato vuoto nel cuore degli ammiratori.

Celebre per dare letteralmente fuoco al pianoforte durante le sue performance, Lewis progetta con la William Morris Agency un tour inglese al cardiopalma, composto da trenta date in trentasette giorni. Così, il 22 maggio del 1958 "the Killer" atterra a Heathrow, ma non è solo: ad accompagnarlo c'è la moglie Myra Gale Brown, una quattordicenne che Lewis sposa appena due mesi prima, dopo ben due divorzi alle spalle e che si scopre essere sua parente. La portata dello scandalo è devastante, l'opinione pubblica condanna la condotta del rocker e il tour salta dopo sole tre date.

Il poster promozionale della mancata tournée è elaborato dalla londinese Tribe Brothers Ltd., stamperia specializzata nella promozione di rassegne teatrali del West End. [3] Il claim d'impatto "the dynamic young american star" che compare in alto presenta un Lewis che nel 1958 gode già della fama di brani come *A Whole Lotta Shakin' Going' On* e *Great Balls of Fire*.

A livello grafico, la composizione non fa particolari sforzi, ben sapendo che il nome in cartellone è più vistoso di qualsiasi accorgimento artistico, ma la tournée è decisamente un fiasco.

Tuttavia, non sarà questo il *package show* più infausto del periodo. Considerato la principale iniziativa a cui si deve la popolarità del rock'n'roll, il *package tour* è una rassegna musicale che raggruppa gli artisti più promettenti del momento; spesso una vera e propria sfilata di celebrità da Cliff Richard a Gene Vincent, da Shirley Bassey a Eddie Cochran. Le serate, che arrivano a raggruppare fino a venti artisti, consistono in veri e propri round da quindici minuti e sono spesso collocate in sale cinematografiche dove fungono da intermezzo fra una proiezione e l'altra.

Nel 1959, mentre Elvis Presley sta servendo il paese e Chuck Berry finisce in galera per molestie sessuali, viene annunciato il Winter Dance Party, lo storico package tour che prevede in cartellone Buddy Holly, Ritchie Valens, The