

BIGSUR

[25]

David Hepworth

1971. L'anno d'oro del rock

titolo originale: *1971. Never a Dull Moment*

traduzione di Francesca Pe'

© David Hepworth, 2016

© SUR, 2018

Tutti i diritti riservati

Edizioni SUR

via della Polveriera, 14 • 00184 Roma

tel. 06.83548987

info@edizionisur.it • www.edizionisur.it

I edizione: gennaio 2018

ISBN 978-88-6998-108-1

Progetto grafico: Falcinelli & Co.

Composizione tipografica degli interni:

Adobe Caslon Pro (Carol Twombly, 1990)

David Hepworth

1971

L'anno d'oro del rock

traduzione di Francesca Pe'

L'ultimo giorno degli anni Sessanta

Il 31 dicembre 1970 Paul McCartney chiese ai suoi avvocati di presentare un'istanza presso l'Alta Corte di Londra per decretare lo scioglimento dei Beatles.

Quel giorno, con un anno di ritardo, si conclusero gli anni Sessanta. Fu la fine dell'era del pop.

Il giorno dopo, un venerdì, era il 1971. E fu l'inizio dell'era del rock.

Non solo: il 1971 si sarebbe rivelato l'anno più frenetico, creativo, originale e interessante di tutto quel periodo, e la gente ne avrebbe sentito a lungo gli effetti.

Nessuno pensava che l'era del rock durasse tanto. A quei tempi non ci si aspettava che una forma di intrattenimento sopravvivesse a lungo, men che meno la musica rock. La gente entrava nei gruppi rock proprio per sfuggire all'idea di permanenza. Eppure molti di coloro che raggiunsero la fama nel 1971 – David Bowie, Rod Stewart, i Pink Floyd, i Led Zeppelin, Elton John, Joni Mitchell –

hanno avuto carriere più lunghe rispetto ai loro coetanei divenuti romanzieri, politici, capitani d'industria e attori, per non parlare degli amici d'infanzia restati a scuola mentre loro si mettevano in viaggio con la chitarra in spalla.

Allo stesso modo, nessuno immaginava che nel 1971 sarebbe uscita una quantità di album importanti mai eguagliata, né prima né dopo. L'influenza di quei dischi pesa non soltanto sulle generazioni successive, quasi tutti musicisti che all'epoca non erano ancora nati, ma anche sui loro stessi autori. Molti sono ancora sulla cresta dell'onda e continuano a mietere enormi successi in quell'industria del rock sorta proprio nel 1971. Tutti loro vorrebbero ancora scrivere canzoni così belle, incidere dischi così forti ed esprimersi con la stessa sincerità che avevano allora.

Per quanti di noi erano in ascolto, il livello del 1971 sarebbe rimasto insuperato. In quei dodici mesi, in un impeto di creatività, spensieratezza, ambizione, progresso tecnologico, egocentrismo e beata ignoranza, uscì una grossa fetta degli album più memorabili che siano mai stati realizzati.

Come fu possibile? Questo libro lo spiega. È la storia del 1971, l'anno d'oro del rock.

Prologo

Sono nato nel 1950. Per un appassionato di musica è stato come vincere la lotteria.

La mia adolescenza è trascorsa negli anni Sessanta. All'epoca non sapevamo che quelli sarebbero diventati «i favolosi anni Sessanta» e che ci avrebbero perseguitato per tutta la vita. Sembravano un decennio come tutti gli altri.

Avevo tredici anni quel venerdì di novembre del 1963 in cui Kennedy venne assassinato. Alcuni mesi dopo provai un sussulto di patriottismo quando i Beatles conquistarono l'America. Ne avevo quindici quando il colpo di rullante di Bobby Gregg annunciò «Like a Rolling Stone» di Bob Dylan. Bruce Springsteen, che aveva solo dieci mesi più di me, sentì il brano in macchina con sua madre. «È stato come se qualcuno mi avesse spalancato la porta della mente con un calcio», raccontò in seguito.

Ho raggiunto la maggiore età nel 1971, nello stesso anno del rock. Frequentavo l'università e spendevo tutti i

miei risparmi in dischi. Come molti giovani uomini con le stesse inclinazioni – eravamo perlopiù maschi – nel negozio di dischi sfogavo tutti i miei appetiti consumistici. Jerry Seinfeld dice che fino ai dieci anni aveva un solo pensiero in testa: comprare le caramelle. Per noi era lo stesso con i dischi.

Tutti i soldi che mi giravano per le mani – le quaranta sterline che mi davano ogni trimestre per le spese extra, la paga dei lavoretti estivi, la mancia che i parenti lontani mi elargivano per il compleanno e ovviamente i buoni per l'acquisto di dischi – si trasformavano subito in album. Non esisteva nient'altro per cui fossi disposto a spendere, punto e basta. Ogni momento libero lo passavo nei negozi di dischi: osservavo, imparavo i titoli, spulciavo le copertine e talvolta addirittura ascoltavo quegli irraggiungibili oggetti del desiderio. Era una vita passata a inseguire una gratificazione continuamente rimandata.

Lì per lì il 1971 non sembrò niente di eccezionale. A quei tempi nessuno faceva la sintesi di fine anno sui principali avvenimenti del mondo della musica. Nessuno tentava di fare un bilancio del settore. Nessuno pontificava sulla direzione in cui stavano andando le cose o sulla direzione da cui venivano. L'abitudine di guardarsi indietro, che oggi è una prassi consolidata del giornalismo musicale, e di cui questo libro è un esempio, non era ancora stata inventata. Solo con il senno di poi – e solo di recente, da quando la grande rivoluzione digitale ci ha permesso di avere a portata di mano tutti i cinquant'anni di incisioni rock'n'roll, di mescolarle, ordinarle e inserirle in un'infinità di playlist – ho capito che il mio ventunesimo anno di vita è stato un anno eccezionale.

A questo punto farete una faccia scettica e mi direte che anche voi considerate speciale la musica di quando avete

compiuto ventun anni, o diciotto, o sedici, o qualsiasi altra età in cui vi siete sentiti vivi come non mai. È naturale. È inevitabile, quando si cresce. Tutti serbiamo nel cuore il ricordo di una languida estate della nostra giovinezza. Per noi la sua colonna sonora incarna sempre l'*annus mirabilis* del rock.

Nel caso mio e del 1971, però, c'è una differenza importante.

E la differenza è che ho ragione.

Questo libro è un viaggio mese per mese nel passato per scoprire cosa accadde quell'anno, in che ordine, perché, in che modo i cambiamenti in superficie fossero lo specchio di un vero e proprio terremoto sotterraneo, come alcune centinaia di ventenni plasmarono quell'anno e ne furono plasmate, e per quale motivo la musica del 1971 risuona ancora così chiara quasi cinquant'anni dopo. In certa misura parla anche del mondo da cui quella musica emerse. È un libro che parla di sesso, droga, capelli, hot pants, tasse, tecnologia, classe, razza, genere e follia, ma anche di Grammy Awards, dischi di platino e recensioni su *Rolling Stone*.

Nel nostro viaggio manderemo in frantumi il cliché secondo cui i primi anni Settanta furono la calma prima della tempesta punk rock, per affermare invece che furono il periodo più febbrile e creativo dell'intera storia della popular music; smonteremo la pia illusione che *nuovo* equivalga sempre a *entusiasmante*; ci stupiremo delle prassi da cui scaturirono tanti capolavori; ricostruiremo il contesto che fece da sfondo a tanta inventiva; e conosceremo la vita degli artisti che plasmarono quell'epoca e ne furono plasmati a loro volta. Alla fine di ciascun capitolo ho inserito un elenco di dieci dischi legati al mese in questione. Alcuni ebbero subito un grande successo, altri cominciarono allora la lunga marcia verso lo status di classici e altri ancora

li ho inclusi perché meritano di essere ascoltati, specie adesso che anche le perle meno note del 1971 sono solo a un clic di distanza.

In tutte le storie dove è coinvolta la creatività ci sono momenti in cui il talento giusto incontra la dose giusta di opportunità, denaro e tecnologia (ma non troppa) e a quel punto sottopone il risultato a un pubblico che è pronto perché le cose vadano come non sono mai andate prima e come non andranno mai più. Il 1971 fu uno di quei momenti.

Gennaio: Get Down and Get with It

Sono gli ultimi giorni prima che la Gran Bretagna converta la sua valuta nel sistema decimale. Il salario medio di un operaio è di duemila sterline all'anno. Una casa in un quartiere emergente nel nord di Londra ne costa ventimila. La birra viene undici pence la pinta. Le sigarette, ventisette pence il pacchetto. Un lp lo paghi due sterline e quindici. Nei ristoranti della catena Berni Inn ti servono bistecca alla griglia con contorno di champignon, pomodori, patatine fritte, pane e burro e una fetta di torta di mele con panna per ottanta pence. Se vuoi la carta di credito, c'è solo la Barclaycard. I due terzi della popolazione non hanno un conto in banca. Ogni notte un drappello di guardie in giubba rossa e colbacco nero entra nella City a passo di marcia per montare la guardia davanti alla Banca d'Inghilterra.

La tv ha soltanto tre canali. Il sabato sera su BBC1 vanno in onda Cliff Richard, *Dixon of Dock Green* e Rolf Harris. Alcuni programmi sono a colori, altri ancora in bianco e

nero. Henry Cooper fa la pubblicità del deodorante Brut. Jimmy Savile invita tutti a usare le cinture di sicurezza: «Clunk click, every trip». Le radio private non esistono. Il *Daily Mirror* vende quattro milioni e mezzo di copie al giorno. Le città più grandi hanno un quotidiano del mattino e uno della sera. Le riviste di gossip sono ancora di là da venire. Tra i periodici più diffusi ci sono *Reveille* e *Tit-Bits*, due settimanali che andavano forte in tempo di guerra.

I cellulari non esistono. In compenso ci sono settantamila cabine telefoniche rosse sparse in tutto il paese: se premi il bottone B, risputano fuori i soldi. I telefoni squillano tutti nello stesso modo. Per fare una chiamata internazionale, devi passare dal centralino. I poliziotti si tengono in contatto con la centrale grazie alle apposite cabine blu. Se devi comunicare una notizia urgente, mandi un telegramma. I controllori verificano i biglietti a mano, non con un lettore di bande magnetiche. La maggior parte della gente non ha mai visto un computer in vita sua.

Fumano dappertutto. Sulla metropolitana, nei pub, negli uffici, perfino negli ospedali. Nessuno fa jogging, i negozi di integratori energetici non esistono, né tantomeno le palestre, l'abbigliamento sportivo, le scarpe da ginnastica, l'acqua minerale, la lycra, i fast food, l'obesità. Sono tutti magri. Nelle boutique Biba le taglie più gettonate sono la 38 e la 40. I tatuaggi li hanno solo quelli che sono stati in guerra.

In ogni cittadina ci sono botteghe a conduzione familiare. Pochi supermercati. La gente fa la spesa dal macellaio, dal panettiere, in pescheria e dal fruttivendolo, e ci va tutti i giorni, non una volta alla settimana. Ai distributori di benzina non esiste il self-service. Per strada si vedono lattai, ragazzini che consegnano il giornale a domicilio, lavavetri, arrotini, strilloni. Clochard.

La sicurezza è l'ultimo dei pensieri. Non ci sono cancelli che impediscono l'accesso a Downing Street, né metal detector, telecamere di sorveglianza o dissuasori di velocità. Allo stadio i tifosi pagano due scellini al tornello e si riversano dentro. C'è un solo calciatore nero in tutto il campionato. Visi pallidi ovunque. I malati di mente sono imprigionati dietro i muri di manicomi vittoriani. Fuori dai negozi Woolworths ci sono statue di gesso di bambini «spastici» con una cassetta per le offerte. In certi spot televisivi compaiono scimpanzé vestiti come esseri umani. Il politically correct non esiste.

Nel gennaio 1971 Alfred Hitchcock arriva a Londra per girare *Frenzy*, il suo nuovo film. Il vecchio mercato di Covent Garden sta per traslocare a Nine Elms. Hitch, figlio di un commerciante, si lamenta perché i pub sono diventati psichedelici e scopre che i progettisti hanno intenzione di radere al suolo Covent Garden e «bonificare» l'area per costruire ciò di cui la città ha più bisogno, almeno secondo loro: un centro congressi.

Di lì a poco il progetto salta a causa della forte opposizione di piccoli commercianti, artisti e studenti di architettura, decisi a difendere l'unicità dell'area. Buona parte della struttura si salva, ma il carattere di Covent Garden non sarà mai più lo stesso. Quello che nel film di Hitchcock si presenta come un mercato brulicante di attività è destinato a trasformarsi, verso la fine del secolo, in un luogo chiave per i tre settori che animano la Londra di oggi: lo shopping, il turismo e tutto ciò che fa tendenza.

Ma nel gennaio 1971 la città è ben lontana dal fare tendenza.

Lo stesso vale per New York. Gli Stati Uniti sono in recessione. Nei quartieri centrali delle città la disoccupazione sfiora il dieci per cento. A New York hanno appena au-

mentato il prezzo della metropolitana: adesso per una corsa si pagano trenta centesimi. I trasporti sono in crisi, come tutto il resto. Le strade sono piene di buche. Il vento spazza i viali accecando i pedoni con la polvere e spingendogli contro le caviglie l'immondizia abbandonata. La benzina costa trentasei centesimi il gallone. L'OPEC impone una tassa del cinquanta per cento sull'estrazione del petrolio. La Ford sta pensando di produrre automobili più piccole. Un diciassettenne di Washington Heights sta diventando famoso perché lascia la sua firma – TAKI 183 – su tutti i vagoni della metropolitana.

La città è sporca e pericolosa e la gente se ne va. Il valore degli immobili è precipitato. Un appartamento in una delle vie più eleganti di Manhattan viene messo sul mercato a 225.000 dollari, la metà di quanto costava nel 1969. Tutti i film girati qui, come il recente successo *Un provinciale a New York*, con Jack Lemmon e Sandy Dennis, dipingono la città come un posto che solo un pazzo potrebbe decidere di visitare. Le riviste locali pubblicano beffardi manuali di sopravvivenza urbana. Un articolo del *New York Times* va controcorrente sostenendo che vivere nella metropoli non sia poi così male, e ad accompagnarlo c'è una foto del World Trade Center quasi completato. Nel settore dell'organizzazione di convegni, qualcuno butta lì l'idea di riesumare un'espressione tipica dei musicisti degli anni Venti e ribattezzare la città «la Grande Mela».

Dei 25.000 poliziotti newyorkesi, l'ottantacinque per cento è in sciopero per chiedere un aumento di stipendio. Un agente guadagna circa 11.000 dollari all'anno, poco più della media nazionale. Secondo un detective di nome Frank Serpico, chiamato a testimoniare nell'ambito di un'inchiesta sulla corruzione, molti possono ricavare altri seicento dollari al mese prendendo tangenti dal racket del-

le scommesse clandestine. Serpico sarà poi interpretato sul grande schermo da Al Pacino. Già all'inizio del 1971 il brusco detective Eddie Egan ispira il personaggio di «Papa» Doyle nel film *Il braccio violento della legge*, che uscirà più avanti nell'anno.

Nei ristoranti i prezzi aumentano così in fretta che non vale nemmeno la pena di stamparli sul menù. La birreria McSorley's, da poco costretta ad ammettere le donne per la prima volta nella sua storia, ha ritoccato il prezzo della birra alla spina da cinquanta a sessanta centesimi. Da McDonald's, però, un hamburger costa venti centesimi e una Coca-Cola soltanto dieci. In un posto elegante come il 21 si riesce ancora a cenare in quattro con centotrenta dollari, vino e mance compresi. Nel negozio di dischi King Karol il nuovo album solista di John Lennon viene tre dollari e quarantanove, *All Things Must Pass* di George Harrison sei e novantotto.

Il *Johnny Carson Show* del 1° gennaio 1971 è l'ultimo a mandare in onda uno spot di sigarette. E si tratta delle Virginia Slims, un marchio che si rivolge alle donne con lo slogan «Ne hai fatta di strada, bellezza». Il telegiornale della sera è condotto da Walter Cronkite. A presentare il varietà del sabato sera c'è ancora Ed Sullivan, anche se la sua memoria comincia a fare cilecca. Il programma non verrà riconfermato, così come *The Beverly Hillbillies* e *Petticoat Junction*. Le riviste di gossip non esistono. Al momento la notizia più succulenta è il fidanzamento di Tricia Nixon, la figlia del presidente. I periodici tradizionali hanno il terrore di perdere per strada il pubblico giovane e *National Lampoon* sbertuccia i loro tentativi di tenerlo stretto, per esempio quando *Cosmopolitan* va alla ricerca di un modello disposto a posare nudo. Secondo un sondaggio della rivista *Life* le figure più ammirate d'America sono Robert

Kennedy e Bill Cosby, mentre le più disprezzate sono Fidel Castro ed Eldridge Cleaver, attivista delle Pantere Nere. Jimmy Carter, appena eletto governatore della Georgia, dichiara che nello stato è finito il tempo della segregazione razziale. In città come Cleveland l'integrazione sta provocando la fuga nei sobborghi degli immigrati europei di seconda generazione, mentre i centri si svuotano.

Tutte le ragazze sfoggiano gli hot pants. «Sono quel genere di mania che rovescia le istituzioni», dice a *Life* un esperto di moda. I barbieri chiudono bottega: tutti gli uomini d'affari portano i basettoni. Jane Fonda, trentatré anni, i vaporosi capelli biondi trasformati in una zazzera scura, ha appena finito di interpretare la prostituta Bree Daniels in *Una squillo per l'ispettore Klute*. Per girare il film è partita da sola dalla California e ha guidato fino a New York. Arrivata sul set, in uno studio cinematografico di Harlem, prega il regista di lasciarla dormire nell'appartamento del personaggio, per immedesimarsi meglio nella sua sofferenza. La pellicola si crogiola nello squallore della città. «Dopo un mese a New York diventi tesa, nervosa, alienata», afferma l'attrice. Al ritorno in California, decisa a lasciarsi alle spalle una vita di privilegi, vende le sue proprietà e si trasferisce con la figlia in una casa lungo una strada chiusa all'ombra di una superstrada.

Jane Fonda si impegna a sostenere le organizzazioni di soldati contrarie a proseguire la guerra in Vietnam, che sono sempre più numerose. La nazione è lacerata dalla sfiducia nel conflitto e i poli politici sembrano incapaci di dialogo. Intervistato da *Life*, Bob Hope parla a nome della vecchia generazione dicendo che l'ottanta per cento degli hippy di Sunset Strip «ha una malattia venerea». L'età di voto sta per essere abbassata da ventuno a diciotto anni. I baby boomer entrano in massa nel mondo del lavoro. Se-

condo i colleghi più anziani, vogliono fare carriera in fretta e vestirsi in modo meno formale; in alcuni casi bisogna addirittura spiegargli che il loro compito è massimizzare i profitti dell'azienda. A partire dal 12 gennaio l'abisso tra le due generazioni viene mostrato in una nuova sitcom, *Archiebald*, in cui il protagonista Archie Bunker, un onesto lavoratore amante della musica di Glenn Miller, non fa che beccarsi con il genero capellone e liberale. Di lì a qualche mese perfino Richard Nixon si lamenta del genero di Bunker, come si scopre grazie al nuovo sistema di registrazione installato nello Studio Ovale.

Alla maggior parte dei giovani, della televisione e del cinema non importa niente. La musica è tutto ciò che conta.