

JACOBI
DELROCK
CAROLINE PSICHEDELICHE
SAN FRANCISCO
1967 1969

I COLORI DEL ROCK
CARTOLINE PSICHEDELICHE
SAN FRANCISCO 1965-'69

Edizioni Stampa Alternativa/Nuovi Equilibri
Rockin' Umbria
1989

testi di
Vittore Baroni
e Matteo Guarnaccia

grafica di
Pietro Zanchi

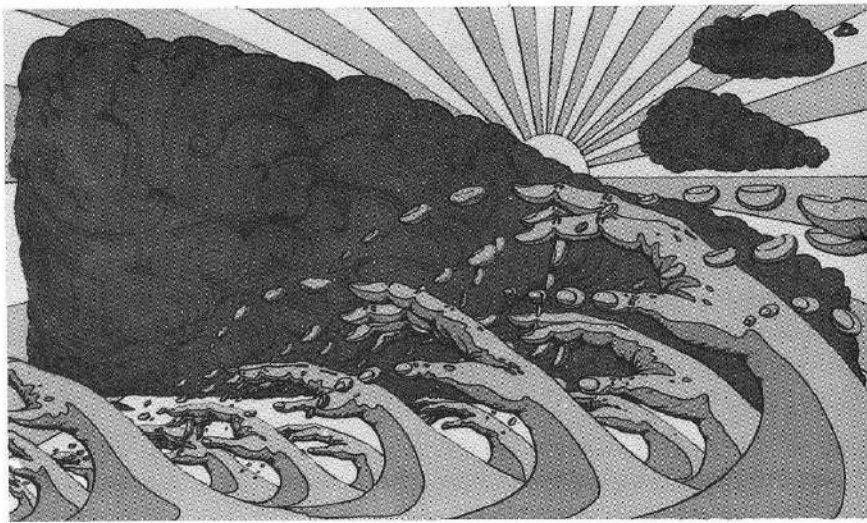
in copertina: Dana W. Johnson, 1968

LOVE POWER, FREE RAINBOWS & PEACE FLOWERS

La storia è già stata raccontata mille volte, eppure ancora affascina chi l'ha vissuta e ancora di più chi l'ha solo sognata. L'America, più precisamente la California, nella seconda metà degli anni '60, è testimone di profondi rivolgimenti sociali, ribellioni generazionali, sfrenate sperimentazioni artistico-musicali. L'opposizione alla guerra in Vietnam, la protesta anti-nucleare, le battaglie per i diritti civili, i capelli lunghi, il misticismo orientale, gli hippies, Jerry Rubin e gli Yippies, Abbie Hoffman, i Weathermen, i Diggers, gli Hell's Angels, i Grateful Dead e i Jefferson Airplane, lo Human Be-In, Timothy Leary e i Test all'LSD, un magico autobus multicolore diretto sempre "oltre" ("further") il grigiore quotidiano... Quello dei "figli dei fiori" è un fenomeno inclusivo e contagioso, senza precise delimitazioni. Si sviluppa su un terreno già adeguatamente dissodato negli anni '50 dalla generazione Beat, i cui poeti (Ginsberg, Ferlinghetti, Snyder, ecc.) rimangono fra gli eroi più popolari del panorama "controculturale" (nel senso di una cultura nuova e disinibita, in aperta opposizione a quella ufficiale). La città di San Francisco viene a trovarsi nell'occhio del ciclone per una fortunata combinazione di circostanze: il florido sottobosco di artisti *bohémienne* già esistente, la concentrazione di attivisti radicali nell'Università di Berkeley, perfino il clima mite della baia gioca la sua parte, favorendo l'organizzazione di raduni e concerti all'aperto.

Giovani scappati di casa, poeti, musicisti, teatranti, personalità creative di ogni sorta convergono su Frisco per celebrare l'Estate dell'Amore. È una rapida cometa dai vividi colori "psichedelici" (ovvero atti a *espandere i confini della consapevolezza*), una rivoluzione che si consuma nel volgere di pochi mesi, ma il cui impatto sull'immaginario giovanile assume i contorni del Mito universale ed eterno: il giardino dell'Eden finalmente riconquistato. Non tutto in realtà scorre in modo tanto idilliaco, le "buone vibrazioni" sono minacciate da dissidi e incomprensioni all'interno del Movimento, intrighi e invidie serpeggiano fra i gruppi musicali, avidi opportunisti approfittano dell'ingenuità altrui. Come scrive il poeta Michael McClure, "il fiore non aveva tutti i suoi petali. C'erano vermi nella rosa. Era perfetto nella sua imperfezione. È stato ciò che è stato — e non c'era mai stato nulla di simile prima".

Nell'Ottobre 1967 una bara, simboleggiante la morte dello spirito hippie, viene portata a spalla per le strade di San Francisco. La commercializzazione intensiva delle idee del *flower power* ha trasformato l'Utopia in una innocua industria di souvenir. Il festival di Woodstock, nell'Agosto 1969, è il rantolo conclusivo di un'epoca di grandi e generose illusioni: un incubo di fango per il pubblico e un affare di miliardi per gli organizzatori, trasformatosi giocoforza in elefantica celebrazione della fine di un sogno. Sulla chimera di un mondo tutto pace-amore-e-musica la cultura giovanile si è poi crogiolata per un decennio, così come un'altra decade è stata necessaria per digerire la carica negativa-distruttiva del punk, doverosa e salutare nel sonnacchioso clima del 1976, ma anch'essa presto svuotata dall'industria musicale dei suoi valori più autentici. Alla nostalgia di molti per il buon tempo perduto, quando era ancora



possibile imbattersi nei Grateful Dead che suonano sul retro di un camion, si è aggiunta oggi un'interminabile sequela di cerimonie funebri e astute operazioni commerciali, con la puntuale riscoperta "venti anni dopo" delle principali tappe della controcultura hippie. Alle rievocazioni asettiche e interessate dei grandi Media si è mescolato in sordina un fenomeno proveniente dalle cantine, ovvero la musica "neo-psichedelica" di gruppi giovanissimi, innamorati e fortemente influenzati dal *sound* dei '60. Si è anche assistito al timido ritorno, nel magmatico panorama della piccola editoria sotterranea, della ricerca di valori comunitari ed ecologico-evoluzionisti tipici dei vecchi fogli *underground*.

L'arte dell'era psichedelica, con le sorprendenti innovazioni grafiche introdotte soprattutto attraverso i manifesti dei concerti, le copertine dei dischi e le pagine della stampa indipendente, è quindi solo un aspetto della trasformazione globale che investe i costumi e le abitudini di un ampio settore della popolazione giovanile, ma come ogni degna espressione artistica è capace di evocare con precisione il clima storico-culturale in cui si è sviluppata. I manifesti prodotti a San Francisco nel periodo che va dall'estate 1965 alla fine dei '60 costituiscono l'apice della creatività psichedelica internazionale. Un manipolo di personalissimi autori, accomunati da una intensa sensibilità visionaria, ribalta completamente la tradizione del *rock poster* degli anni '50, basata sull'uso di foto dei musicisti e caratteri tipografici lineari e impersonali. Il poster psichedelico non obbedisce ad alcuna regola convenzionale della comunicazione pubblicitaria: le immagini non hanno necessariamente un rapporto diretto con gli spettacoli reclamizzati, le informazioni vengono composte in alfabeti bizzarri e spesso di non facile lettura, commenti su problemi di attualità

e pubblico interesse (mediante l'uso ironico-satirico di foto, slogan o allegorie) si amalgamano ad ardite soluzioni coloristiche, che intendono produrre nello spettatore una trance percettiva e un intenso godimento estetico. La storia è già stata raccontata mille volte, ma potrà essere utile rispolverare qualche nome e qualche data, mentre ammiriamo le Veneri radiose, le nuvole antropomorfe e gli arcobaleni cosmici di questa fantasmagorica stagione creativa. Il passato nasconde l'auto-indulgenza della nostalgia ma anche lo stimolo per ogni nuovo inizio. Come è scritto a grandi lettere in un famoso poster di Rick Griffin: "Renaissance or Die!".

POSTCARDS FLASHBACK

Per evitare equivoci, sarà bene specificare a questo punto la natura delle grafiche riprodotte in questo cofanetto. Il formato usato negli Stati Uniti per manifesti di spettacoli musicali è tradizionalmente più ridotto (circa 40 x 60 cm.) rispetto ai poster europei. Nel periodo aureo dei concerti californiani, oltre ai manifesti veri e propri vengono stampati e distribuiti gratuitamente dei volantini (*handbills*) di formato simile a cartoline. Sono appunto queste le opere qui riprodotte, in dimensioni fedeli agli originali. In una stessa plancia litografica, oltre al poster, trovano solitamente posto tre o più di questi volantini e alcuni piccoli biglietti di colorazioni differenti, usati per contraddistinguere gli ingressi alle diverse repliche dello stesso spettacolo. I volantini sono dunque stati prodotti in numero molto maggiore dei manifesti, ma a causa della loro natura effimera sono sopravvissuti in minore quantità, diventando preda ambita dei collezionisti al pari delle riproduzioni in grande formato. I volantini, salvo rare e ora pregiate eccezioni, sono fedeli copie in miniatura dei manifesti corrispondenti. L'impatto visivo delle grafiche, anche in dimensioni ridotte, rimane sorprendentemente efficace.

In un primo tempo, poster e relativi *handbills* vengono stampati su carta sottile, ma per il crescente interesse dimostrato dal pubblico nei confronti di questo originalissimo materiale, ben presto viene adottato un cartoncino che rende le copie meno facilmente deteriorabili. A questo punto, i volantini si trasformano a tutti gli effetti in cartoline, in alcuni casi con l'introduzione, sul retro, di motivi grafici che invitano ad un uso postale. Vengono inoltre ristampati su cartoncino anche i soggetti disponibili solo su carta, in modo da poter rifornire di serie complete di poster e cartoline i negozi psichedelici di San Francisco.

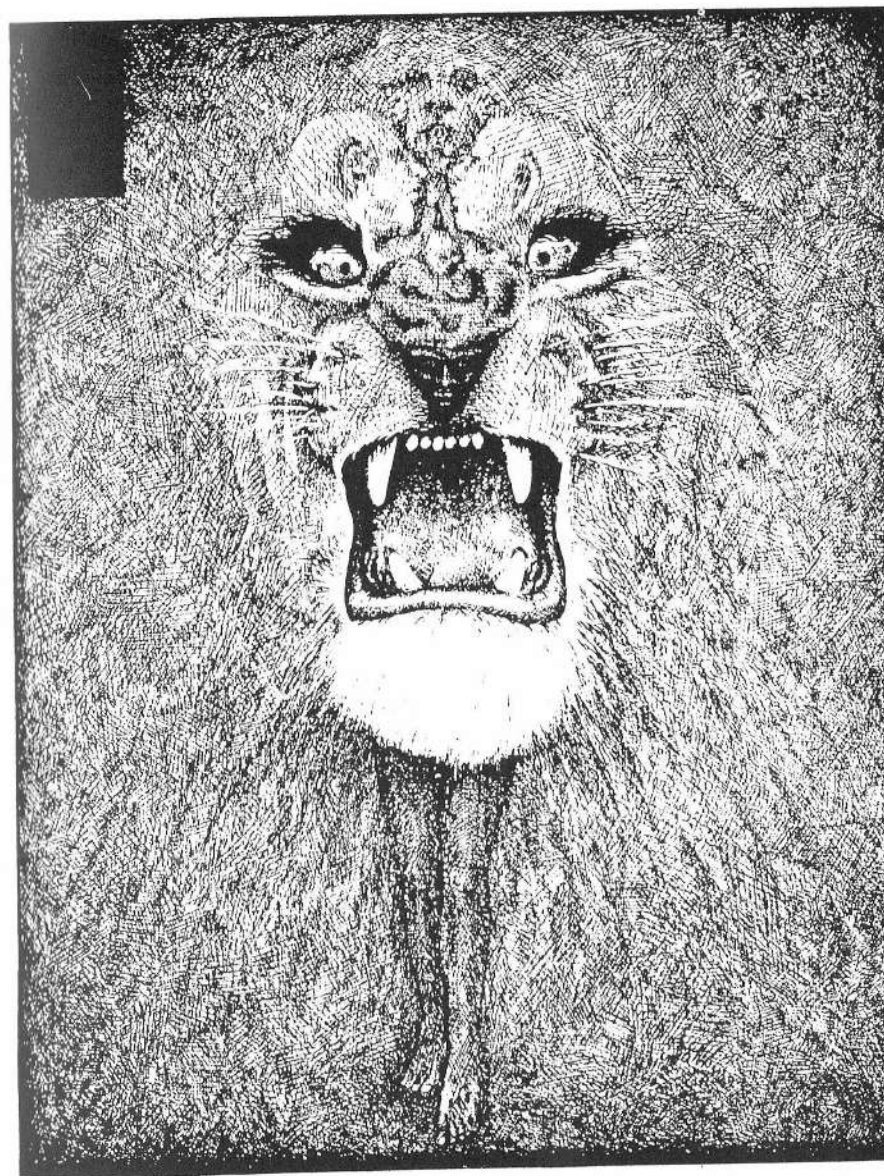
Da quanto appena detto consegue che qualsiasi considerazione riferita, in questo testo, all'arte del rock poster, si applica indifferentemente al meno noto fenomeno delle cartoline psichedeliche. È proprio a causa della circolazione, spesso gratuita e in grande quantità, di questi manifesti in miniatura che i principali *poster artists* dell'epoca molto raramente si sono occupati del piccolo formato postale. Per ironia della sorte, il collagista David Singer, autore di gran parte dei manifesti nelle ultime due stagioni del Fillmore West, ha conosciuto il suo datore di lavoro Bill Graham proprio mentre era alla ricerca di un editore per pubblicare le proprie opere su cartolina.

BLOWING IN THE MIND

La sostanza chimica sperimentata per la prima volta in Svizzera nel 1943 dal dottor Alfred Hoffman, nota col nome di LSD o *acido lisergico*, rappresenta uno degli stimoli principali per la creazione della musica e dell'arte psichedelica. La droga, il cui effetto più tipico è quello di un "allargamento della coscienza", con intensificazione degli impulsi sensoriali e iperattività dei processi associativi, si diffonde negli Stati Uniti nei primi anni '60, soprattutto grazie agli esperimenti condotti su volontari dagli psicologi *Timothy Leary* e *Richard Alpert*, nonché ai "test" collettivi istigati dallo scrittore *Ken Kesey* col suo gruppo di *Merry Pranksters*. I più noti autori di *poster art* hanno dichiarato di essere stati notevolmente influenzati, nel loro lavoro, dalle nuove dimensioni percettive sperimentate in "viaggi" all'LSD, che in breve tempo diventa con la marijuana il "sacramento" hippie per eccellenza, una sostanza molto popolare ed economica (un dollaro circa per dose) la cui circolazione è oltretutto perfettamente legale, almeno fino all'Ottobre del 1966.

Come l'*acid rock* di Grateful Dead e soci suggerisce viaggi vorticosi in inesplorate dimensioni mentali, coi suoi fluidi e fantasiosi intrecci chitarristici (Jerry Garcia è non a caso soprannominato "Captain Trip"), così i manifesti psichedelici sembrano sovvertire le leggi bi-dimensionali dei fogli su cui sono stampati. Al pari degli Yantras della religione indiana, i poster possono essere usati come immagini da contemplare durante la meditazione (o il *trip* lisergico), chiavi per entrare in sintonia con l'energia cosmica. L'effetto ipnotico comune a molti manifesti è ottenuto con soluzioni di stampa non convenzionali che gli artisti sperimentano e imparano a controllare poco per volta, spingendo la tecnica litografica ai limiti delle sue possibilità: tinte fluorescenti per visione anche con le "luci nere", inchiostri miscelati per ottenere effetti arcobaleno, colori fortemente contrastanti (rosso/verde, rosso/blu) che creano un baluginio ottico o suggeriscono illusorie profondità prospettiche (Bob Fried stampa un poster direttamente su pellicola trasparente), sovrapposizioni sfalsate di immagini per dare l'impressione del movimento, ecc. L'artista Satty crea alcuni dei suoi manifesti davanti alla macchina stampatrice, sovrapponendo più e più volte le immagini fino ad ottenere l'effetto desiderato, ogni copia differente e unica.

Non va dimenticato comunque che la forma più pura di arte psichedelica è costituita dai *light show*, una labile disciplina le cui prodezze sopravvivono soltanto nella memoria di coloro che hanno assistito ai concerti del tempo, o in occasionali documentazioni fotografiche (ad esempio la copertina di *Santana III* o quella interna di *Sunfighter* di Paul Kantner e Grace Slick, entrambe opera di Joan Chase e Mary Ann Mayer). Un qualsiasi evento musicale dell'epoca psichedelica non poteva dirsi completo senza lo spettacolo dei maghi delle luci, che mescolando diapositive, proiezioni, ombre cinesi, gelatine colorate in movimento e stroboscopi, sapevano legare fra loro musicisti e pubblico in una dimensione estatica e socializzante (un ottimo surrogato alle visioni dell'LSD, quando questo viene dichiarato illegale e il suo consumo si fa più



Lee Conklin, 1969

prudente). Gli autori di *light shows*, conosciuti con sigle fantasiose come Garden of Delights, The Holy See, Brotherhood of Light, North American Ibex Alchemical Company, ecc. (sempre indicate sui manifesti dei concerti), elevano

la tecnica di illuminazione al livello di vera e propria espressione artistica, ma cadono purtroppo in disgrazia verso il 1969, a seguito di uno sciopero corporativo per compensi piú adeguati e soprattutto a causa del mutato clima generale, che spinge i gestori di locali alla ricerca di nuove formule spettacolari.

La comunità hippie è prodiga anche di artisti di tipo piú tradizionale, che espongono in gallerie dipinti per lo piú di ispirazione misticheggiante, con soluzioni visive *optical* o floreali (dipinte anche sul corpo nudo di modelle, per la delizia della stampa scandalistica), oppure con assemblaggi di materiali di recupero presi nella spazzatura. Prototipo dell'artista hippie, a sua volta versione aggiornata del *beatnik* bohemienne, è *Michael Bowen* (lo stesso che cercherà di lanciare da un aereo quintali di margherite sul Pentagono), il cui studio è un punto di riferimento per l'*intelligentia* del movimento controculturale.

La ricerca di una forma d'arte totale, integrata nel quotidiano, stimola inoltre gruppi anonimi di artisti a realizzare imponenti murali su edifici di San Francisco, alcuni conservati fino ad oggi. L'ideale è quello di un'arte per tutti, con il combinarsi fluido e intercambiabile di diverse discipline (pittura, danza, teatro, musica, ecc.). L'originalità e l'entusiasmo di questa visione si stempera però già verso la fine del 1967, col progressivo snaturamento della filosofia hippie, inglobata nei meccanismi dell'industria americana. Il risultato è il trionfo di un kitsch involontariamente demenziale (carta da parati psichedelica, gruppi musicali prefabbricati, decalcomanie floreali per tappezzare auto e chitarre, abiti e collanine pseudo-hippie, ecc.).

SATORI IN HAIGHT-ASHBURY

Escludendo i lavori di precursori come i Charlatans e i manifesti che occasionalmente pubblicizzano grandi raduni all'aperto o eventi speciali della controcultura californiana (ad esempio il Trips Festival del Gennaio 1966), la produzione piú nota e consistente di poster psichedelici è legata al nome di due agenzie promotrici di concerti: *The Family Dog* e *Bill Graham Presents*. Il collettivo *The Family Dog* è, piú che una normale organizzazione commerciale, una grande famiglia hippie, guidata per lungo tempo dal lungocrinuto *Chet Helms*, un commentatore radiofonico, poeta e aspirante musicista proveniente dal Texas, manager e amico di alcuni gruppi rock di San Francisco (oggi, egli è titolare di una galleria d'arte). *Bill Graham*, vero nome Wolfgang Grajonka, tuttora il personaggio piú famoso e carismatico del *music business* statunitense, è invece un esule di origine russo-ebraica, allevato a New York da genitori adottivi e arrivato a Frisco dopo innumerevoli peripezie personali. Nei primi anni '60 Bill è amministratore di un gruppo teatrale d'avanguardia, la San Francisco Mime Troupe di Ron Davies. Proprio per raccogliere fondi in aiuto della compagnia, denunciata dalle autorità per alcuni spettacoli non autorizzati tenuti in un parco cittadino, egli organizza nel 1965 il suo primo multiconcerto rock. Il grande successo ottenuto dal *benefit* lo convince a dedicarsi all'atti-

vità di impresario, fondando l'agenzia che porta il suo nome. Nel 1966 Graham rileva un vecchio e ampio locale in Geary Street, il *Fillmore Auditorium*, in precedenza utilizzato per concerti di *black music*. Nei primi mesi, il Fillmore ospita a settimane alternate anche i concerti di *The Family Dog*. Insorti problemi di convivenza con Graham, Helms sposta le proprie operazioni all'*Avalon Ballroom*, all'incrocio fra Sutter Street e Van Ness Avenue.

Oltre alle *bands* locali e ai nomi piú prestigiosi della scena rock internazionale, Graham ama proporre al Fillmore i grandi maestri di colore del blues e R'n'B, inserendo di tanto in tanto nella programmazione anche spettacoli teatrali ed esibizioni di poeti o personaggi "scomodi" (ad esempio Lenny Bruce). In un'occasione, al Fillmore viene perfino celebrato un "matrimonio hippy", mentre sono entrati nella leggenda i grandi *happenings* di Capodanno del Winterland, una sala piú vasta di cui Graham si serve saltuariamente, con danze, concerti, sorprese *all night long* e la colazione servita alle nove di mattina. Dopo due anni di attività, Bill è costretto a lasciare il Fillmore, ma riesce ad assicurarsi un locale piú ampio e poco distante, il *Carousel*, che ribattezza *Fillmore West*, mentre una succursale viene aperta anche a New York, il *Fillmore East*, con una (limitata) produzione locale di manifesti.

La serie numerata completa dei poster realizzati da Bill Graham Presents consta di ben 287 pezzi, quelli di *The Family Dog* assommano a 147: quasi tutti si riferiscono a concerti svoltisi nei due principali templi del rock californiano, il Fillmore/Fillmore West e l'*Avalon*. Esiste però una produzione originale di *poster art* anche per una quantità di *clubs* minori di San Francisco: il *Matrix*, la *California Hall*, il *Western Front*, il *Firehouse*, il *Rock Garden*, ecc. Inoltre, locali di molte altre città degli Stati Uniti hanno generato, nei tardi anni '60, interessanti collezioni di manifesti: ad esempio il *Kaleidoscope* di Los Angeles, con poster circolari che si richiamano alla forma della *dance hall*, o la sala senza nome in West Evans Street a Denver (Colorado), una filiale gestita direttamente da *The Family Dog* che ha usufruito dei migliori artisti attivi a San Francisco.



NOUVEAU FRISCO

Un noto critico musicale di San Francisco, Ralph Gleason, scrive nel 1968: "L'arte Hippie, sotto forma di manifesti assolutamente rivoluzionari, è ora diffusa e imitata in tutto il mondo. Dall'epoca di Toulouse Lautrec nessun pittore di manifesti aveva esercitato un influsso paragonabile a quello esercitato da Wes Wilson con i suoi manifesti originali per il Fillmore Auditorium". Come Henry De Toulouse Lautrec ritraeva "dal vero" la vita notturna dei locali parigini, così i grafici di San Francisco vivono quotidianamente a contatto con la musica e gli avvenimenti che sono chiamati a illustrare. Stilisticamente però, più che dell'impronta naturalistica e caricaturale dell'artista francese, il movimento psichedelico si riappropria in particolare del simbolismo visionario di autori *Art Nouveau* come Aubrey Beardsley, Alphonse Mucha, Gustav Klimt, Johan Toorop, spesso citati letteralmente nei poster. Il fenomeno internazionale dell'Art Nouveau, che in Italia prende il nome di *Liberty* e in Austria di *Jugendstil*, non mira come il Romanticismo a isolare l'artista dalla società, bensì tende ad inserire la sua opera nel tessuto urbano, sfruttando le diverse arti applicate (decorazioni, suppellettili, *affiches* pubblicitarie, ecc.). Mucha ed altri raggiungono la notorietà come artisti proprio attraverso i loro lavori pubblicitari. Ecco quindi che, fra le principali fonti di ispirazione dell'arte psichedelica, c'è un movimento che già affronta, agli inizi del secolo, il problema della comunicazione di massa.

Wes Wilson ricava direttamente, per sua stessa ammissione, alcuni dei suoi tipici alfabeti sperimentali dal catalogo di una mostra su *Jugendstil* ed Espressionismo, tenutasi nel 1965 all'Università di California. Le lettere dei manifesti di Alfred Roller e Kolo Moser, elegantemente geometriche, vengono però passate attraverso la lente deformante dell'esperienza lisergica, ottenendo un *lettering* sinuoso e morbido, che elimina ogni barriera fra didascalia e immagine, risultando infine un'espressione grafica autonoma e originale. Psichedelia e Art Nouveau hanno in comune l'interesse per le forme della natura (fiori, animali, cristalli), la predilezione per i motivi curvilinei e la strutturazione dell'opera secondo ritmi "musicali" e asimmetrici. Riproposti in combinazioni giocose di colori vivaci, gli elementi Liberty perdono comunque i loro connotati elitari e decadenti, mescolandosi ad altre citazioni della storia dell'arte funzionali all'evocazione del "viaggio" all' LSD: il misticismo delle antiche stampe giapponesi, gli scherzi arcimboldeschi, il simbolismo magico delle poesie illustrate di William Blake, l'estetismo morboso dei Preraffaelliti, fino agli accostamenti onirici tipici del Surrealismo.

È il caso di notare la totale assenza nei poster psichedelici, fatta eccezione per l'*optical art*, di modalità desunte dall'arte contemporanea (Pop Art, espressionismo astratto e *action painting*, ad esempio), quasi come se gli autori, nella loro ricerca di una sintesi sinestetica, preferissero distanziarsi dall'esperienza quotidiana, cercando ispirazione nella saggezza del passato. Nonostante lo stesso Andy Warhol compaia nella scaletta di alcuni concerti, al fianco dei suoi pupilli Velvet Underground, la tipica iconografia Pop (collages

da giornali, ripetizione seriale di immagini, ingrandimenti di oggetti banali, ecc.) non viene mai direttamente citata. Il motivo di ciò risiede probabilmente nella ambiguità ideologica della Pop Art, con l'accettazione implicita di una moderna mitologia consumistica. La grafica del rock si pone invece in posizione antagonista rispetto all'*establishment*, preferendo ai miti televisivo-cinematografici della nuova *middle-class* le suggestioni retrò dell'era dei pionieri, il folklore dei pellerossa, i virtuosismi del Liberty, ironizzando casomai sui legami che la cultura hippie mantiene con alcuni particolari manufatti industriali: ad esempio l'omino delle cartine per sigarette "Zig Zag" ingrandito in un poster di Mouse e Kelly o il pacchetto di spinelli disegnato da Rick Griffin per il Joint Show del 1967. Per un recupero in chiave di sottocultura rock della Pop Art, come del Dadaismo, del Futurismo e di altre "avanguardie storiche", ci sarà da attendere l'arrivo del punk.



ELECTRIC AGE FOLK-ART HEROES

Nell'estate del 1965, ovviamente a San Francisco, la giovane *Lorin Gillette* ha l'idea di produrre un manifesto con una coppia di innamorati di fronte all'Oceano e la parola "amore" sovrimpressa: l'immagine ottiene un successo imprevisto e apre la strada a una profusione di manifesti "a tema", di soggetto romantico-pacifista. Non è comunque alla Gillette che si è soliti attribuire la paternità del primo poster psichedelico, bensì a *George Hunter*, aspirante artista oltre che cantante e leader indiscusso dei Charlatans, instancabili agitatori della giovanissima scena musicale di Frisco. I Charlatans, abituati a farsi vedere in giro vestiti in impeccabili abiti d'epoca, ottengono la loro prima scrittura nel Giugno 1965, al Red Dog Saloon di Virginia City, nel vicino Nevada. Per l'occasione, Hunter realizza un manifesto nello stile degli spettacolini ambulanti del vecchio West, contenente le caricature dei cinque musicisti. La locandina, conosciuta nel gergo dei collezionisti come "The Seed" (il seme), è considerata appunto il prototipo della nascente poster-grafica psichedelica, così come il *sound* dei Charlatans, folk-blues stravolto da influssi eterogenei, è un prototipo di quella miscela stilistica che sarà presto nota come *acid rock*. Co-autore dello storico manifesto è *Michael Ferguson*, pianista del gruppo e tito-

lare del Magic Theater, un ibrido fra negozio di anticaglie e galleria d'arte in cui si danno appuntamento le più sconvolte menti creative di San Francisco. La predilezione di Hunter e compagni per l'estetica vittoriana, che ben si adatta alla particolare conformazione urbana di San Francisco, ha sicuramente contribuito a far sì che una patina di nostalgia retrò divenisse una caratteristica tipica dell'abbigliamento e della grafica dell'era hippie.



Nonostante le centinaia di manifesti psichedelici del periodo 1965-69 dia-no l'impressione di una notevole compattezza stilistica, ad un esame più ravvicinato emergono tratti individuali ben caratterizzati. Cinque autori sono considerati i maestri della grafica lisergica: Wilson, Griffin, Kelley, Mouse e Moscoso. A loro è dedicata la prima consacrazione dell'arte psichedelica sulle pareti di una galleria, il *Joint Show* tenutosi nel Luglio 1967 alla Moore Gallery di San Francisco. Da allora, le loro opere sono state frequentemente incluse in prestigiose rassegne organizzate da gallerie private e musei. Negli anni '80 viene perfino allestito in California un *Museum of Rock Art*, mentre i cinque artisti si sono incontrati nuovamente nel 1986, più o meno vistosamente invecchiati, per un *Joint Show II* alla Postermat Gallery di Frisco. Osserviamo in breve le caratteristiche di ciascun autore.

Wes Wilson, disegnatore autodidatta appassionato di filosofia, lavora in una piccola tipografia di San Francisco quando entra in contatto con la Family Dog e Bill Graham, diventando il primo grafico assunto a tempo pieno per la realizzazione dei poster. Le decine di lavori prodotti per entrambi gli impresari e per altri eventi musicali (firma ad esempio il manifesto dell'ultimo concerto pubblico dei Beatles, al Candlestick Park di San Francisco) rendono Wilson l'autore più influente e imitato dell'intero panorama psichedelico. Elemento caratterizzante del suo stile è il *lettering*, ovvero stravaganti alfabeti plasmati in forme geometrico-astratte o armonizzate nel corpo di immagini, spesso studi di nudo femminile. Particolarmente riuscite sono le lettere "fiammeggianti" create per alcuni poster del Fillmore e riproposte nella copertina del poderoso volume *The Art of Rock* nel 1987. Il rapporto di lavoro fra Wes e Graham termina nel 1967, quando i due non riescono a trovare un soddisfacente accordo finanziario. Wilson rientra allora velocemente nell'anonimato, dedicandosi ad esperienze nel campo della pittura tradizionale e trasferendosi con la famiglia in una fattoria del Missouri.

Rick Griffin, ancora giovanissimo, si fa conoscere inventando un personaggio a fumetti, Murphy, per la rivista *Surfer* di Los Angeles. Grande appassionato della tavola da onda, Rick segue un breve corso di formazione artistica al Chouinard Art Institute. Suona inoltre con alcuni amici nel gruppo di folk buffonesco The Jook Savages. Quando questi decidono di spostarsi a San Francisco, Rick li segue, presentando il *Jook Savages Art Show* allo Psychedelic Shop dei fratelli Thayland, nel cuore di Haight-Ashbury. A Frisco lo stile nitido e vigoroso di Griffin non tarda a farsi notare, egli disegna il poster "Pow Wow" per il grande *human be-in* del Gennaio 1967, quindi diventa un assiduo collaboratore di Graham e Family Dog, formando poi con alcuni soci la compagnia *Berkeley Bonaparte*, per il *marketing* di grafica psichedelica. L'occhio alato che annuncia il concerto di Hendrix e John Mayall, incluso in questo cofanetto, e il manifesto per i Grateful Dead utilizzato dal gruppo anche sulla copertina dell'album *Aoxomoxoa*, sono i poster dell'epoca più noti in assoluto. Simboli ricorrenti nell'opera di Griffin, inventati o desunti da diverse culture e

tradizioni religiose, sono una promiscuità di scarabei, teschi, geroglifici, maschere Yopi, funghi magici, cuori fiammeggianti, ecc. Le composizioni, ravvivate da una acuta sensibilità coloristica, sono ambientate all'epoca dei cercatori d'oro, fra i pirati, fra eroici surfisti o in dimensioni aliene, in quest'ultimo caso con scritte in misteriose lingue extraterrestri. Il *lettering*, virtuosistico e compatto, è un altro punto di forza di Griffin, imitato da un'infinità di epigoni. Nel 1969, Rick si dedica per qualche tempo al fumetto, quindi attraversa una conversione religiosa che influenza in senso evangelico gran parte della sua ultima produzione. Ancora attivo con un suo studio grafico, Griffin ha firmato nel 1989 la copertina del disco *Dylan & The Dead*.



Alton Kelley e Stanley Miller, il secondo meglio conosciuto con lo pseudonimo di *Mouse*, hanno lavorato a lungo in tandem, pur vantando anche una ricca produzione individuale. Kelley proviene dal nord-est del paese e come Mouse, originario di Detroit, si è fatto le ossa illustrando magliette, auto da corsa e moto, di cui è un grande appassionato. Nei primi lavori in coppia, per la Family Dog, Kelley si occupa dei collages e dell'ideazione, Mouse delle parti disegnate. I lavori più noti sono quelli realizzati per i Grateful Dead, ad esempio la famosa immagine dello scheletro fra le rose, diventato il marchio di fabbrica dell'*acid band* per eccellenza. Mouse e Kelley hanno continuato a gravitare nell'ambiente musicale anche dopo il tramonto della psichedelia, firmando decine di copertine e occasionalmente anche manifesti (del 1986 è un ritratto di Siouxsie eseguito da Mouse).

Victor Moscoso, proveniente da New York, laureato a Yale e insegnante al San Francisco Art Institute, è il *poster artist* dalla più solida formazione accademica. Attivo anche come fumettista underground, i suoi manifesti sono spesso popolati di personaggi pseudo-disneyani, lune tridimensionali, donnine discinte, dinosauri, in una saga surreale che deve qualcosa alla poesia di Little Nemo e Krazy Cat. Oltre a lavorare per i due maggiori impresari, Moscoso stampa una serie di manifesti legati a spettacoli del club Matrix per la propria compagnia *Neon Rose*, a cui chiama a collaborare anche altri amici artisti, fra i più sofisticati e spettacolari prodotti del genere psichedelico.

A conferma dell'eccezionale clima di fervore artistico dell'epoca, molti poster sono nati da spontanee collaborazioni fra diversi autori (vedi la cartolina di Griffin e Moscoso qui inclusa). Il plagio è un concetto divenuto obsoleto nel laboratorio della grafica psichedelica dato che ogni nuova idea va istantaneamente a far parte di un patrimonio comune, così che certi personaggi o motivi grafici rimbalzano letteralmente da un autore all'altro. Occorre considerare inoltre, per comprendere la frenesia creativa che sta dietro alla realizzazione dei manifesti, i tempi ridottissimi di progettazione ed esecuzione della maggior parte di questi lavori. Per ogni poster, gli artisti dispongono solo di cinque o sei giorni di tempo, a cui va aggiunto il fatto che spesso questi lavorano contemporaneamente a più di una commissione.

DAL COFANETTO... AL GIOCO

Indicazioni per la costruzione

SEPARARE, seguendo la puntinatura preesistente nel cofanetto, le tre parti (fig. 1). Le parti A B C vanno collegate insieme. Guardando la facciata stampata, a destra, sono presenti due linguette. Cospargere di colla (usando una colla forte) le linguette della parte A e della B sul lato stampato.

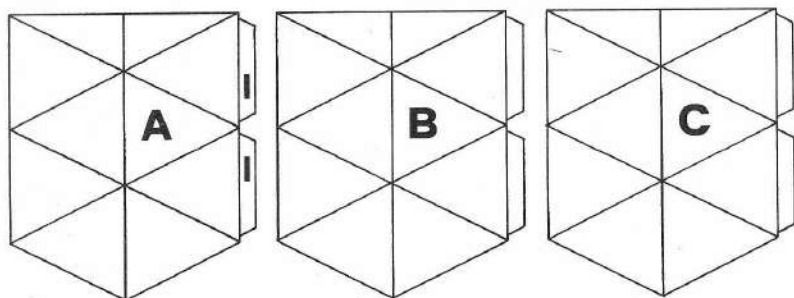


fig. 1

UNIRE le linguette della parte A sovrapponendo alle linguette il dorso bianco della parte B e le linguette della parte B con il dorso della parte C sovrapponendola alle linguette. Unendo fare attenzione, nei margini, alla precisione del disegno così ricomposto.

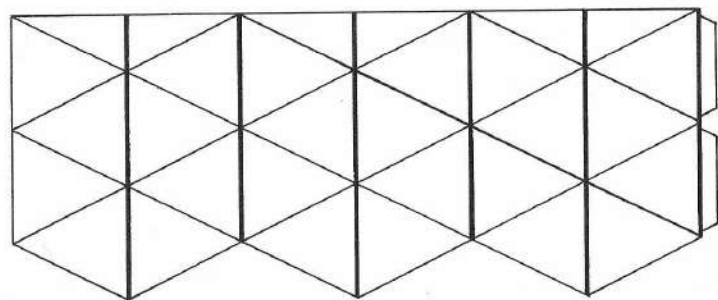


fig. 2

PIEGARE verso l'interno le linee verticali (linee evidenziate fig. 2), tenendo la parte stampata a vista. Piegare le linee diagonali (linee sottili (fig. 2)). L'operazione va eseguita tenendo a vista la parte non stampata, piegando la parte stampata lungo le linee già predisposte per la piegatura.

AVVICINARE, facendo un lavoro di torsione dell'immagine, tenendo a vista la parte stampata, le tre punte alla base verso il margine opposto sovrapponendole alle scritte stampate. Fig 3.

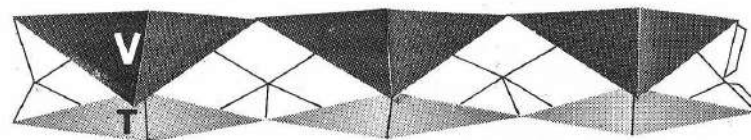


fig. 3

OGNUNO dei tre vertici (V) dell'immagine dove è stampato l'occhio, va sovrapposto perfettamente ai margini dei triangoli (T); nei triangoli compare stampata la metà inferiore della scritta. Cospargere di colla i tre triangoli ed attaccare attentamente, facendo coincidere i margini, il dorso bianco dei vertici. Si avrà una catena di tetraedri (fig. 4).



fig. 4

Ad una estremità della catena dei tetraedri compaiono delle linguette. Cospargerle di colla nel lato stampato. Inserirle facendo un lavoro di torsione dei tetraedri nella fessura predisposta sull'altro margine, facendo attenzione alla perfetta riproduzione del disegno (fig. 5).

Attendere la coesione della colla e... il gioco è fatto, un ciclo continuo di "movimenti" può iniziare. Spingi i lati dei tetraedri verso il centro. Buon divertimento!

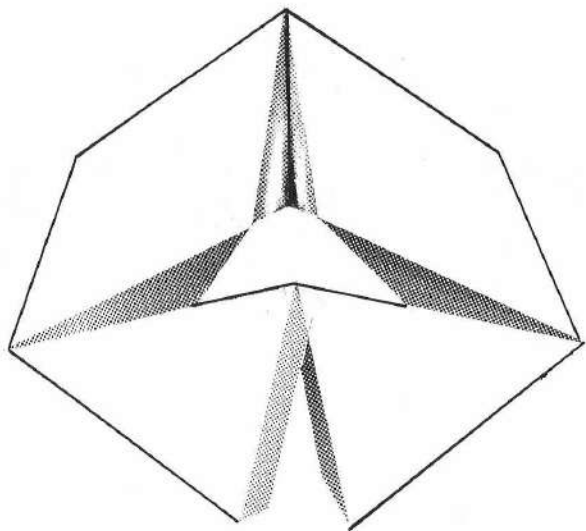
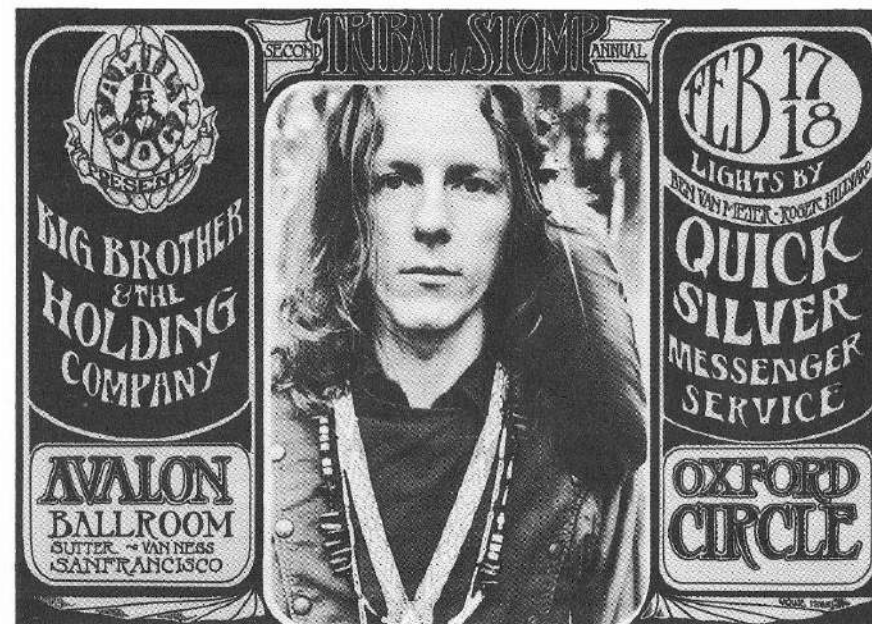


fig. 5

Ai cinque veterani di cui abbiamo detto, si aggiunge ben presto una seconda generazione di artisti, forse meno sfrenati nel grado di innovazione grafica (anche su richiesta degli impresari, che pretendono una più facile leggibilità dei dati sui concerti), ma non per questo meno validi e originali. *Bob Fried*, originario di New York con una discreta esperienza in ambito di grafica commerciale, si rifà sia al Liberty che agli esperimenti dei *light show* psichedelici, evocati mediante sovrapposizioni fotografiche. È scomparso nel 1975. *Bonnie MacLean*, segretaria e poi moglie di Bill Graham, ha in principio il compito di disegnare con gessetti colorati i nomi dei gruppi su una grande lavagna posta nell'atrio del Fillmore, una sorta di poster "temporaneo" molto apprezzato dal pubblico. Quando Wes Wilson lascia Graham, Bonnie lo sostituisce, realizzando una corposa serie di soggetti che denotano una fertile immaginazione fantastica. *Greg Irons*, dallo spigliato segno caricaturale, escogita situazioni molto affini al *cartoon* umoristico, passando difatti al fumetto underground sul finire dei '60, per dedicarsi quindi all'arte del tatuaggio (oggi è un maestro riconosciuto del settore). *Lee Conklin*, forse il più attivo e personale della seconda ondata di *poster artists*, è dotato di una sorprendente inventiva grafica e di un raffinato segno visionariamente grottesco. Per ogni manifesto riesce a sviluppare un'idea completamente diversa, col disegno che spesso si frammenta in una moltitudine "Boschiana" di personaggi da incubo. C'è quindi una quantità di autori che realizzano un numero meno rilevante di poster, quali



Stanley Mouse, 1967



da: Dana W. Johnson, 1968



Jack Hatfield, Paul Kagan, David Smith, Jaxon, Randy Tuten, Wess Weisser, Mari Tepper, ecc. David Singer firma la maggior parte dei poster del Fillmore West nel 1970-71, ma i suoi pur notevoli collages fotografici hanno un rigore e una pulizia formale "da galleria" che li colloca ormai oltre i confini stilistici della vera psichedelia. Da non dimenticare, fra i protagonisti del rinascimento grafico di San Francisco, lo stampatore *Levon Mosgofian*, che nella sua bottega litografica *Tea Lautrec Litho* ha curato la stampa di gran parte dei manifesti del periodo, mettendo la sua pluriennale esperienza al servizio dei giovani artisti ancora non smaliziati nei trucchi del mestiere.

Stimolati da quanto succede nella Bay Area, anche in altre città americane si affermano sale per concerti rock, con produzione locale di poster e nuovi artisti che si impongono alla ribalta: ad esempio *Gary Grimshaw* e *Carl Lundgren* a Detroit, o *John Van Hamersveld* a Los Angeles (che resterà legato al mondo del rock anche a psichedelia scaduta, firmando oltre trecento copertine di album). Il fenomeno si amplia poi a diverse scene nazionali, Italia inclusa, fra cui merita una citazione perlomeno la compagine britannica: *Martin Sharp* (di origine australiana, sua la copertina di *Wheels of Fire* dei Cream), *Mike McInnerney*, *Jon Goodchild*, *Michael English* e *Nigel Weymouth* (noti anche come musicisti col loro gruppo Hapshash and the Coloured Coat).

BILL GRAHAM PRESENTS IN SAN FRANCISCO

FILMORE WEST

JOHNNY WINTER | ERIC BURDON AND HIS BAND
 LONNIE MACK • ROCKIN' | IT'S A BEAUTIFUL DAY • CAT MOTHER
 TUES • WED • THURS • JULY 1-2-3 | FRI • SAT • SUN • JULY 4-5-6
 BROTHERHOOD OF LIGHT
 TICKETS

David Singer, 1969

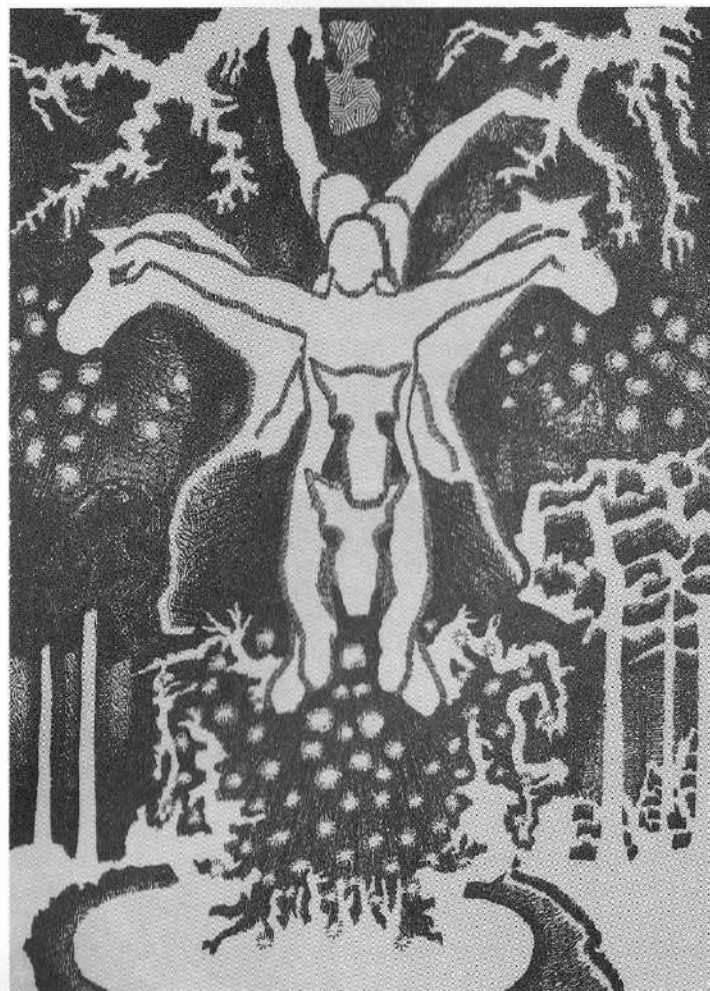
THE LYSERGIC CASH IN

Nei primi mesi di programmazione del Fillmore e dell'Avalon, i manifesti psichedelici, oltre che regolarmente affissi (e regolarmente "rubati" dai muri da collezionisti), vengono distribuiti gratuitamente, al termine dei concerti o in appositi punti di smistamento. Il fatto che i giovani amino tappezzare la loro stanza di manifesti è visto dagli impresari come una forma spontanea e poco costosa di propaganda: più persone hanno occasione di venire a contatto coi poster, anche nel chiuso delle case, e più persone potranno interessarsi dei concerti. Ben Friedman, proprietario di un negozietto di abiti usati a San Francisco, vede invece nella poster-mania una ottima occasione per rinsaldare la propria posizione finanziaria. Quando Bill Graham si trasferisce al Fillmore West, Friedman acquista in blocco le giacenze di vecchi manifesti e crea il *Poster-mat*, che assieme allo *Psychedelic Shop* e a *Print Mint* in Haight Street diventa uno dei principali canali di distribuzione dell'arte psichedelica. Resosi conto del potenziale di vendita dei manifesti, Graham aumenta vertiginosamente le tirature (arriva a stampare 60.000 copie per poster) e apre un suo negozio a fianco del Winterland, che si specializza comunque nel commercio di *T-shirts*. Gli impegni gravosi nell'organizzazione dei concerti non consentono a Graham di sfruttare a fondo le pressanti richieste di grafiche psichedeliche, che arrivano da ogni parte del mondo. Nel concitato accavallarsi di eventi, succede perfino che alcuni manifesti vengono stampati *dopo* che il relativo concerto ha avuto luogo.

Il prezzo iniziale dei manifesti è di un dollaro o cinquanta centesimi. Gli artisti, all'epoca, vengono pagati in media cento dollari a manifesto, senza alcuna percentuale sulle vendite. Molti di loro arrotondano lo stipendio stampando e commercializzando in proprie edizioni di grafica psichedelica, dedicandosi altrimenti a copertine per dischi rock o ad altre commissioni esterne. Come spesso succede, gli autori non sono stati quelli che hanno goduto i maggiori vantaggi del successo commerciale del loro lavoro. Ben Friedman, con una accorta politica di "razionamento" delle ingenti scorte di magazzino, è ancora oggi in grado di vendere molti esemplari originali, a prezzi oscillanti dai dieci ad alcune centinaia di dollari, secondo il grado di rarità dei manifesti. I soggetti più noti sono stati ristampati più volte, in edizioni autorizzate e più spesso pirata. Nati da un'applicazione certosina, frutto di una passione per l'espressione grafica che va ben oltre i puri doveri di ufficio, i poster psichedelici sono diventati reliquie da incorniciare e conservare con cura religiosa, dalle quotazioni in continua ascesa nelle aste di memorabilia rock. È con l'arrivo del punk e delle nuove locandine usa-e-getta in fotocopia, che il fenomeno del poster rock completa il ciclo, tornando nella strada dove si era generato.

Il mercato del poster psichedelico entra in crisi a San Francisco nel 1968, quando la macchina commerciale inizia a impadronirsi del *flower power*. Molti editori estranei alla scena californiana inondano i negozi di tutto il mondo con migliaia di poster di gusto lisergico, i più noti firmati da Peter Max, che diluiscono e sviscerano i caratteri dell'originaria *poster art*. La commercializzazione

della psichedelia marcia di pari passo con lo sgretolamento del senso di comunità che aveva unito idealmente musicisti, artisti e pubblico. Tutte le più note *bands* di San Francisco firmano per majors del disco, termina l'epoca dei party-concerto nelle grandi sale da ballo e inizia quella delle mega-star proposte negli stadi, in situazioni dove i rapporti interpersonali diventano sempre più alienanti. Il manifesto a questo punto non è più un veicolo pubblicitario funzionale e redditizio, viene quindi soppiantato dalle inserzioni sulla stampa e dagli annunci radiofonici. Il vecchio ruolo dei *poster artists*, che hanno fornito di un volto il suono di una generazione, è occupato oggi dai registi di *video-clips*, le cui creazioni più originali verranno probabilmente ricordate in un prossimo futuro con la stessa reverenza creditata oggi a Griffin e soci.

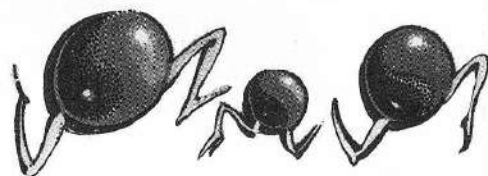


da: Jack Matfield, 1967

La stampa sotterranea nasce da una necessità comune e diffusa di pubblicare l'impubblicabile, di far circolare idee e materiali troppo scottanti per la stampa ufficiale. È il poeta-musicista *Ed Sanders*, appartenente al gruppo newyorkese dei Fugs, a smuovere le acque nel 1965 con la sua rivistina duplicata a mano *Fuck - A Magazine of the Arts*, irriverente fin dal nome. L'*Oracle* di San Francisco, fondato nel 1966 da *Allen Cohen*, è il primo e più influente foglio *underground* della costa occidentale: si incarica di diffondere la filosofia della nuova cultura giovanile e contemporaneamente inventa un'appropriata impaginazione libera da schemi, con collages e grafiche multicolori che si sovrappongono alla parola scritta. Una concezione tipografica nuova e fantasiosa, in sintonia con quanto avviene nel campo della *poster art*.

Verso il 1969, quando inizia a scemare l'interesse per i manifesti, alcuni dei più noti grafici psichedelici si spostano sul settore del fumetto, stimolati dall'esempio di *Robert Crumb*. Questi, già nel 1967, fa uscire il primo numero della propria rivistina *Zap Comix*, fortunato prototipo di una vera e propria rivoluzione nel linguaggio dei *comics*. Attraverso le sue creazioni, quali il Gatto Fritz e il cinico *guru* Mr. Natural, Crumb analizza dall'interno pregi e difetti della cultura hippie, con autocritica feroce e al tempo stesso affettuosa, introducendo tematiche sessuali ed esistenziali mai affrontate prima nelle strisce disegnate. Altri personaggi popolarissimi del fumetto "alternativo" sono i Furry Freak Brothers di *Gilbert Shelton*, che come Crumb ha firmato occasionalmente anche qualche *rock poster*, mentre Griffin, Moscoso, Jaxon, B. Kliban (uno dei pochi autori di colore) introducono nei *comics* sotterranei il virtuosismo e la spericolatezza grafica dei loro manifesti. Del resto, sia Griffin che Moscoso hanno compiuto in più di una occasione anche l'operazione inversa, strutturando i loro poster come tavole di un racconto a fumetti.

Un film diretto fra grafica musicale e fumettistica è rimasto operante fino ai giorni nostri, grazie ad autori come Gary Panter, Shawn Kerri o Charles Burns, legati a gruppi punk e new wave. Di recente si è assistito inoltre al riemergere di una sensibilità artistica *sixties*, collegata alle copertine discografiche di gruppi neo-psichedelici quali Fuzztones, Unclaimed, Plan 9 (con grafici come R.K. Sloane, Savage Pencil, Harvey S. Williams) e al fenomeno sottoculturale della *skateboard art*, che recupera sulle tavole a rotelle dei giovanissimi *skaters* lo stile araldico e grottesco delle vecchie illustrazioni per moto e *hot-roads*.



È stato calcolato che, nel periodo aureo dell'acid rock, erano in attività nella sola baia di San Francisco quasi quattrocento gruppi musicali. Qualsiasi tentativo di fornire, in poche righe, una discografia rappresentativa anche solo dei principali filoni in cui si suddivide il caleidoscopico panorama musicale dell'epoca è perciò destinato al fallimento. Per dotare di un'adeguata colonna sonora le immagini contenute in questo cofanetto, è comunque indispensabile ascoltare almeno un album ciascuno per le formazioni che compongono la Sacra Triade del rock acido di Frisco, ovvero i Grateful Dead (consigliamo il doppio *Live Dead* del 1969), i Jefferson Airplane (*After Bathing at Baxter's* del 1967) e Quicksilver Messenger Service (*Happy Trails* del 1969). Utili per ricreare l'atmosfera dell'epoca anche lavori pre-1970 di gruppi cardine come Charlatans, Country Joe and The Fish, Big Brother & The Holding Company, Love, It's A Beautiful Day, Moby Grape, Kaleidoscope, Spirit, ecc. Per quanto riguarda le decine di garage bands minori, dall'intenso aroma psichedelico (Chocolate Watch Band, Magic Mushrooms, The Electric Prunes, ecc.), un'ottima introduzione è rappresentata dalla storica antologia *Nuggets* (1972, più volte ristampata) curata da Lenny Kaye.

Informazioni e discografie di gruppi grandi e piccoli dell'era psichedelica, con appendici sulla neo-psichedelia degli anni '80, si possono trovare nel volume *The Acid Trip* di Vernon Joynson (Babylon Books, 1984) e nell'*Enciclopedia del Rock Psichedelico* curata da Cesare Rizzi e Claudio Sorge (Arcana, 1986). Per una cronistoria più dettagliata degli eventi non solo musicali che hanno interessato la Bay Area nella seconda metà dei '60, si vedano inoltre *San Francisco Nights* di Gene Sculatti e Davin Seay (St. Martin's Press, 1985) e *San Francisco Rock* di Jack McDonough (Chronicle Books, 1985), mentre un brillante reportage fotografico di quegli stessi eventi è contenuto in *The Summer of Love* di Gene Anthony (Celestial Arts, 1980).

Per un repertorio iconografico della *poster art* psichedelica, il volume più comprensivo, oltre 500 pagine con migliaia di illustrazioni, è il già menzionato *The Art of Rock* di Paul D. Grushkin (Abbeville Press, 1987), integrabile con *Get On Down: a Decade of Rock and Roll Posters* di Mick Farren (Big O Publishing, 1976), più eventualmente le monografie *Rick Griffin* di Gordon McClelland (Perigee 1980) e *Mouse & Kelley* a cura degli stessi artisti (Dell, 1979). Per quanto riguarda la situazione italiana, si veda infine *1968-1988 Arte Psichedelica e Controcultura in Italia*, a cura di Matteo Guarnaccia (Stampa Alternativa, 1988).

Vittore Baroni, Ottobre 1989





Stanley Mouse, 1968

DO YOU BELIEVE IN MAGIC?

“Do you believe in magic?” cantavano ingenuamente i Lovin’ Spoonful e quello che il Cristianesimo aveva cacciato dalla porta (svariati milioni di eretici, dissidenti e streghe eliminati nei modi piú creativi) rientrava fragorosamente dalla finestra con ordor di patchouli/misto a erba... “October 6, 66” (666, il numero della Bestia, l’Anticristo) giorno in cui l’LSD diventava illegale negli Stati Uniti è la data scelta per il primo “Human Be In” la riunione delle tribú tenutasi a San Francisco per celebrare “la conoscenza trascendentale, la bellezza dell’universo, la bellezza dell’essere”... Sí, l’Estate dei Fiori non fu altro che l’ultima grande fiammata insurrezionale pagana contro la Chiesa Monoteista paranoica e intollerante.

Un ritorno sciamanico folgorante e straordinario che ebbe nella prodigiosa scoperta di Albert Hofmann il suo detonatore, cosí come un altro allucinogeno, l’Amanita Muscaria (il fungo rosso a pois bianchi usato dalla notte dei tempi in differenti culture per i viaggi sciamanici) lo era stato nei secoli delle “streghe”. Quello che nei piani della CIA doveva diventare l’arma totale per un’eventuale guerra psicochimica (il chimerico controllo mentale della popolazione a portata di mano!) grazie ad una pattuglia di scienziati rinnegati dell’American Dream si trasformò in un tonico spirituale, nel lassativo curativo di anime per una generazione intera orfana di sacro e di estasi. Una generazione di apprendisti stregoni intenti a pasticciare e saltabeccare, senza cintura di sicurezza, nei territori del magico, tra poetiche azioni eretiche, surreali matrimoni chimici e arsenali della creazione. San Francisco divenne la Stone Hange psichedelica di una comunità piena di amore, di meraviglia e di solidarietà. Le sacre icone di quel viaggio negli spazi interiori furono i posters, moderna versione dei glifi delle cattedrali gotiche, delle vetrate medievali, delle tankas tibetane o delle figure canoniche dei tarocchi.

Macchine per produrre visioni con i loro complessi sistemi di archetipi che sanciscono la fine della brutale supremazia della veglia. Difficile separarli dal tepore delle notti di San Francisco e dalle dolci ragazze coi lunghi capelli sciolti che offrivano un fiore e un sorriso ai passati. Tutto finì con un grandioso spettacolo. 6 ottobre 1967, funerale dell'Hippy, "ucciso dai media". 21 ottobre dello stesso anno, marcia sul Pentagono: "esorcismo e dimostrazione di levitazione del Pentagono" sottotitolo: "un rito magico per esorcizzare gli spiriti dell'omicidio, della violenza e del raccapriccio del Pentagono".

Centomila persone che salmodiando lugubrememente Out Demons Out, riescono a far perdere la guerra del Vietnam alla più terrificante e potente macchina militare del pianeta. Naturalmente ci vorranno altri otto anni, ma la macumba era iniziata.

"Where are the flowers gone?" così risponde una delle menti più creative e allegre dell'Haight Ashbury, Ron Thal, gestore del mitico Psychedelic Shop: "C'era questa porta che venne spalancata da Dio, e la luce inondò il mondo, una impressionante quantità di luce, all'inizio accecante, quindi una visione di un mondo meraviglioso cominciò ad essere realizzata e per un anno e mezzo il mondo sentì che era veramente possibile.

Sgt. Pepper... hey sta veramente accadendo! Poi la paura, l'abitudine e l'inerzia e il dubbio chiusero la porta. E la tengono ancora chiusa. (...) Ma c'è ancora una luce sotto la porta. E un amico mi ha detto: "lo sai, una porta può essere sempre aperta". (*)

Matteo Guarnaccia, Milano, ottobre 1989

(*) Dall'altamente consigliato volume "It was 20 years ago today" di Derek Taylor - Bantam Press - 1987, London, £. 6,95.

Stampa Alternativa è: □ *Hesse* Acquarelli, L. 10.000; □ *Alexeieff* La caduta di casa Usher, L. 7.000; □ *Carroll* Alice nel paese delle meraviglie, L. 10.000; □ *Altan* Tra uomo e donna, L. 7.000; □ *Gallian* America, L. 1.000; □ *Accascina* Aquiloni, L. 20.000; □ *Andy Warhol*, L. 7.000; □ *Guarnaccia* Arte psichedelica e contro cultura in Italia, L. 14.000; □ *Bandinelli* Dipinti, L. 7.000; □ *Beardsley* Disegni, L. 6.000; □ *Bilibin* Fiaba dello Zar Saltan, L. 9.000; □ *Pradella* Dolce Vita L. 4.000; □ *Dali/Eluard* Cartoline surrealiste, L. 12.000; □ *f-Stop Fitzgerald* Coast to coast punk rock images, L. 13.000; □ *Dali* 1923/1979, L. 7.000; □ *Degas* Ballerine, L. 6.000; □ *Dulac* Il Regno della perla, L. 6.000; □ *Erté* Alfabeto, L. 12.000; □ *Erté* Numeri, L. 5.000; □ *Erté* Stagioni, L. 2.500; □ *Erté* Alfabeto, numeri stagioni, L. 19.500; □ *Hesse* Farfalle, L. 9.000; □ *Mosconi* Fast food vegetariano, L. 7.500; □ *Hesse* Favola d'amore, L. 6.000; □ *Stevenson* Favola crudele, L. 6.000; □ *Volpi* Felix Feles, L. 6.000; □ *Futuristi/Futurismo*, L. 12.000; □ *Amadei* Gatti, L. 7.000; □ *Stendhal* Guida ad uso di chi viaggia in Italia, L. 1.000; □ *Messina* Guida ragionata alle librerie antiquarie e d'occasione d'Italia, L. 16.000; □ *Pallottino* Gustavino, L. 7.000; □ *I colori del rock*, L. 15.000; □ *I grandi astrattisti* Klee/Kandinsky/Mondrian, L. 20.000; □ *Tolstoj* Il compagno Pinocchio, L. 6.000; □ *Principi* Il pane, L. 5.000; □ *Kokoscbka* I ragazzi sognanti, L. 6.000; □ *I surrealisti* Mirò/Dali/Magritte, L. 21.000; □ *Joy Division*, L. 13.000; □ *Jim Morrison* Lyrics and poems, L. 14.000; □ *Kay Nielsen* La fiaba dell'immagine, L. 7.000; □ *Kandinsky* 1934/44, L. 6.000; □ *Klee* 13 dipinti, L. 7.000; □ *Klimt* Disegni contro la morale, L. 7.000; □ *Rossetti* La casa della vita, L. 10.000; □ *Principi* Le erbe povere, L. 3.000; □ *Lindsay Kemp* Drawing and dancing, L. 12.000; □ *Hesse* L'infanzia del mago, L. 9.000; □ *Magritte* 1927/57, L. 7.000; □ *Manuale* di chitarra moderna, L. 7.000; □ *Von Ringoltingen* Melusina, L. 8.000; □ *Mirò* 1924/60, L. 7.000; □ *Mondrian* Composizioni, L. 7.000; □ *Nudi* d'autore Klimt/Schiele/Rodin, L. 19.000; □ *Parrish* Il fante di cuori, L. 10.000; □ *Bigliani* Pittura Zen, L. 10.000; □ *Depero* Prospettive fiabesche di macchine rare, L. 1.000; □ *Rackham* Rip Van Winkle, L. 9.000; □ *Peres* Rebus, L. 20.000; □ *Rodin* Nudi di donna, L. 7.000; □ *Paul Roland* L. 14.000 □ *Runa Simi* La bocca dell'uomo, L. 7.000; □ *Russell* Curculionidae, L. 7.000; □ *Schiele* Disegni erotici, L. 5.000; □ *Schmied* Libro come Universo, L. 10.000; □ *Syd Barrett*, L. 13.000; □ *Sisters of Mercy*, L. 13.000; □ *Chamisso* Storia meravigliosa, L. 6.000; □ *Beardsley* Storia di Venere, L. 10.000; □ *Prezzolini* Storia tascabile della letteratura italiana, L. 10.000; □ *Tessera* fotogiornalista, L. 20.000 (più due foto, una per rinnovo); □ *The Residents* L. 15.000 □ *The Smiths*, L. 12.000; □ *Tuxedomoon*, L. 12.000; □ *Velvet Underground*, L. 13.000; □ *Macke/Klee* Viaggio in Tunisia, L. 12.000; □ *Vinile* 2-3-4, ognuno L. 7.000; □ *Principi-Giacaglia* Vivere Bene, L. 10.000; □ *Robert Wyatt*, L. 10.000.

SPEDIRE A: STAMPA ALTERNATIVA - C.P. 741 - 00100 ROMA CENTRO

mi chiamo _____

abito in via _____ tel. _____

Cap / Città _____

richiedo quanto indicato sopra.

pagherò in contrassegno (spese postali a mio carico) al postino

ho versato la cifra sul ccp 15371008 intestato a Stampa Alternativa

