

Prefazione

di Massimo Locatelli

Forse dobbiamo prenderla alla lontana, partendo dal panorama contemporaneo: l'immaginario pop italiano, per come è andato a costituirsi a partire dal boom economico, non è mai stato tanto in salute come nell'epoca dei palinsesti digitali. Lo zapping televisivo raramente può evitare di incappare nella vecchia canzonetta di un tempo, ripulita, riarrangiata, rivestita, riciclata nelle forme più svariate e negli angoli più sperduti del palinsesto, e si potrebbe pensare che, senza il repertorio degli archivi pop, nella programmazione generalista del nostro paese non esisterebbe più lo spettacolo di varietà di prima serata. I telegiornali d'estate intervistano Edoardo Gullone, per farsi raccontare la genesi di *Abbronzatissima*, i talk show ospitano improbabili vegliardi che cantano i loro successi d'antan in duo con bambini vestiti di strass o in zampa d'elefante. Alla voce "1958", il buon senso collettivizzato di Wikipedia, nella versione italiana, riporta sedici eventi riguardanti il nostro paese scelti come particolarmente significativi; di questi ben due sono collegati all'evoluzione dell'industria dello spettacolo mediale e discografico, e ci rimandano direttamente al racconto che ce ne darà Mauro Buzzi in queste pagine: il 1 febbraio, «Domenico Modugno vince in coppia con Johnny Dorelli la ottava edizione del Festival di Sanremo con la canzone *Nel blu dipinto di blu* universalmente poi conosciuta e tradotta in tutto il mondo col titolo di *Volare*»; il 24 settembre, «Mina, cantante dilettante diciottenne, viene scoperta da Natalino Otto e Flo Sandon's»¹. Sempre in rete, le clip del dimenticato cinebox e la performance canore dei più curiosi musicarelli godono ora di quella popolarità che con poche eccezioni non hanno conosciuto in vita – si confrontino i più di 400.000 ascolti per *Con le pinne, i fucili e gli occhiali*, versione cinebox², e il

¹ <http://it.wikipedia.org/wiki/1958>, ultimo accesso a questo e ai siti seguenti 20 agosto 2013.

² <http://www.youtube.com/watch?v=7cXbcoD698M>.

milione sfiorato da un *In ginocchio da te* cinematografico³. In entrambi i casi si tratta di videoregistrazioni casalinghe da programmazioni Rai, a testimonianza di una circolazione ormai a tutti gli effetti rizomatica.

Fantasmî. Spettri di un passato che non si può cancellare, e che torna a tirarci le coperte nel sonno? O forse il segno più forte, alla distanza, di un passaggio epocale che dobbiamo ancora capire e interpretare? Quel che è certo è che – se davvero vogliamo dare un senso alle esperienze della contemporaneità, della mediatizzazione selvaggia, della rilocalizzazione dei consumi mediali – dobbiamo provare a rielaborare la nostra cultura pop, soprattutto nelle sue fasi fondative, e dunque ritornare agli oggetti della *popular culture* nostrana senza pregiudizi e con nuovi strumenti. Mauro Buzzi, in questo testo che prende le mosse da un serio percorso di ricerca dottorale compiuto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ci offre un contributo in questa direzione: un'operazione di precisione chirurgica in cui il caso di studio, l'uso che il cinema italiano fa della canzone pop nel quinquennio 1958-1963, oltre che riservarci piacevolzze e sorprese sue proprie e specificamente inerenti, diventa la parte che sta per il tutto, un modello di analisi che può permettere di confrontarsi con le più ampie questioni di fondo.

Quali sono gli snodi che il quinquennio 1958-1963 evidenzia, allora? Provo a schematizzarli, passando da un quadro più generale a uno più circoscritto, come in una sorta di grande matrioska. Per prima cosa ci troviamo a fare i conti con la grande avventura novecentesca, che ha portato alla costituzione di un sistema economico e industriale globale: la questione, che un tempo si sarebbe detta strutturale, è per molti versi riconducibile al controllo di nuovi e pervasivi mezzi di comunicazione, al conseguente sviluppo di una cultura *popular* riconoscibile al di là dei confini linguistici e nazionali e in stretto contatto con il diffondersi di una corrispondente cultura *liberal*. Segnatamente, un passaggio decisivo per ogni paese è l'imporsi di forme e prodotti di consumo mediale comuni e condivisi. Nel caso italiano, è notoriamente proprio il boom economico a permettere l'accesso reale a quella modernità dei consumi che il paese aveva inseguito per decenni, e non è un caso che il boom si accompagni alla diffusione della televisione, degli impianti stereo, delle radio a transistor, dei juke-box, in un crescendo che conosce in quegli anni anche buoni successi industriali: si pensi ai giradischi Lesa, ai registratori a nastro Geloso, alle radio Phonola e RadioMarelli, ai televisori Brionvega o ai più economici Mivar, ai proiettori cinematografici Cinemeccanica e Pion. Un tessuto produttivo fatto di dedizione artigiana e di piccole e medie industrie che permette di riprodurre e adattare localmente con discreto successo

³ <http://www.youtube.com/watch?v=cRTLSBlrj2A>.

i modelli produttivi delle nazioni ad alta industrializzazione, e per il quale la canzone costituisce un contenuto prezioso e richiesto, sino a rivelarsi, nel tempo, il *core business* della nostra industria mediale e culturale.

Come conseguenza, parte proprio dalle strutture della comunicazione, per quanto spesso fortemente debitorie di un retaggio alto-culturale, la ricerca di un contatto con i nuovi pubblici popolari attraverso un prodotto che mescoli l'intento pedagogico con forme di coinvolgimento emotivo secondo le forme di una – d'ora in avanti sempre più pervasiva – cultura “sottile”⁴. I produttori e registi di un cinema popolare in tutte le sue dimensioni, come racconta Buzzi, guardano con attenzione, seppure anche con resistenze e mediazioni, alle nuove produzioni della musica leggera, dell'audiovisivo commerciale, così come della moda e del design, ma lo stesso vale anche per i giovani autori in Rai, i discografici, i pubblicitari, i capitani d'impresa delle aziende di settore, fino ad arrivare a una contaminazione definitiva dei mezzi di comunicazione della consolidata opinione pubblica borghese.

In questo contesto emergono comportamenti di consumo ancora molto differenziati socialmente ma che assieme – è un momento di forti contraddizioni – iniziano ciò nonostante a definirsi come stili esperienziali⁵. Da un lato, allora, la nozione di alta fedeltà, e i corrispondenti impianti Hi-Fi lanciati alla fine degli anni Cinquanta, diventano il segno di pratiche spesso ancora altamente distintive per una classe borghese e tecnocratica, in cui rimangono ben riconoscibili un ceto benestante che possiede le tecnologie di consumo privato e i prodotti alto-culturali (la musica colta, l'Opera a teatro, i dibattiti intellettuali e le riviste critiche) e, un gradino più sotto, per un ceto tecnico che possiede i saperi ingegneristici (i kit di autocostruzione radiofonica, i circoli amatoriali, le riviste tecniche) e che in un certo senso “inventa” il boom, trasformandolo da mero fenomeno di crescita industriale in discorso sociale esteso e, appunto, condivisibile. Dall'altro lato, il cinema, le fonovaligie, il juke-box, costruiscono a partire da quelle stesse serie discorsive e tecnologiche occasioni di consumo partecipativo per un ceto popolare che ondeggia in spazi ancora monofonici o al massimo pseudo-stereofonici, e si prepara ad avventarsi sull'imminente produzione di massa, al ritmo dapprima di un cha-cha-cha, poi del rock'n'roll e del twist.

⁴ Fausto Colombo, *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'ottocento agli anni novanta*, Bompiani, Milano 1998.

⁵ Secondo i parametri descritti, tra gli altri, da Gerhard Schultze, mi riferisco qui a modelli in cui l'orientamento del fruitore nelle pratiche sociali (la sua *Lebensauffassung*) non è più eterodiretto, ma risponde ad aspettative proprie e si autodefinisce. G. Schultze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursociologie der Gegenwart*, Campus, Frankfurt a. M. 2000 (2), in particolare p. 54.

Il passaggio è anche dunque quello che va da regimi di ascolto, codificati secondo parametri collaudati e socialmente stabiliti, a esperienze di ascolto, mutevoli, negoziabili, dipendenti da un criterio nuovo e non giudicabile del gusto, addirittura effimere. È possibile pensare di ricostruire una storia delle situazioni di ascolto? Immaginiamo un ipotetico *focus group* dell'epoca, a seguito della visione di un bel *musicarello*: un gruppo di adolescenti avrebbe potuto facilmente riportare il loro gradimento nei termini di un sogno romantico giovanile, in cui la musica funge da enfasi emotiva, commento, addirittura esplicazione di sentimenti. Intervistati pochi anni dopo, gli stessi soggetti, non avendo quasi certamente potuto vivere nelle loro aule scolastiche l'emozione in rosa di una serenata pop, avrebbero infine scartato quel "vecchio" film, che avrebbe loro a questo punto ricordato quasi inevitabilmente frasi fatte, stereotipi inarrivabili, un *happy end* quasi fastidioso, in poche parole un americanismo spicciolo e posticcio⁶. Ma, per i destini incrociati delle canzoni e dei loro pubblici, oggi a quegli spettatori quel frammento, ricollocato dentro nuovi palinsesti televisivi o di rete, o nei titoli di testa di qualche film in rassegna a Venezia, tornerà a far risuonare le corde della nostalgia o del rimpianto, facendo inoltre passare strani brividi transmediali nella schiena dei più giovani internauti («mi sembra davvero di vedere la televisione in questo video e di pensare ke io viva ai tempi di mina», commenta pacciaAmorosina95 su Youtube; Mina, vada sé, minuscolo)⁷.

Certo, un repertorio di cui non si capiscono i testi ma i gusti è di difficile interpretazione. Per il musicologo la stagione del pop è fatta di fonti deboli, semplificate, in cui si abbandonano le competenze esecutive alte per una vocalità contenuta nella mera tecnologia di amplificazione, e se ne dilapidano l'originalità e l'autenticità in favore della diffusione a mezzo di cover, remake, parodie, remix, plagi e quant'altro. È chiaro che il *métissage* del pop con i media ha portato a un prodotto la cui complessità sta nella sua stratificazione audio-visiva e nella sua pragmatica, nel suo rapporto con il fruitore, e in questa misura occorre riprendere, anche con scrupolo filologico, a studiare i testi e le professionalità dei loro autori (i *songwriter* così come gli arrangiatori, i produttori, i registi del cinema e della televisione di intrattenimento, i pubblicitari, i disegnatori) per carpirne le strategie, le proposte, i percorsi anche

⁶ È quanto avviene comunemente oggi e per pubblici ormai internazionali con ogni commedia musicale adolescenziale; l'"innamoramento" proiettivo dei migliori anni è seguito da un rifiuto in nome di una diversa identità culturale raggiunta con la maturità. Si confronti: Lauren Anderson, *Dancing about architecture? Talking around popular music in film soundtracks*, «Participations. Journal of Audience & Reception Studies», Volume 8, 1, 2011, p. 162.

⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=AIx9CTD1-84&list=PLA7C1A40B872FA8B6>.

diversi e non necessariamente convergenti. Quali sono le funzioni della canzone nel film italiano di quegli anni, si chiede allora correttamente Buzzi? La promozione, la descrizione d'ambiente, la narrazione, la caratterizzazione dei personaggi... È con un massiccio ricorso alla canzone che il nostro cinema si gioca la carta della modernità pop, quella leggera e anti-retorica?

In questo quadro si va finalmente a inscrivere la storia sociale e culturale del paese, che ha potuto cavalcare l'onda lunga del pop e della mediatizzazione in un gioco complesso di rispecchiamenti, tradimenti e distorsioni. È questo forse l'aspetto più studiato e ricordato, ma che va ripensato continuamente nel suo rapporto con il contesto generale: a partire dalle fondative storie della canzone italiana di Gianni Borgna, passando naturalmente per le più recenti stagioni della sociologia della cultura, in molti hanno sottolineato il ruolo giocato dalla nuova cultura pop nei processi di costruzione dell'identità nazionale, nell'invenzione dei giovani come agente sociale, nella costruzione di nuove identità di genere (il maschile, il femminile, e oltre, come nella audace *Coccinelle* di Ghigo), e la sua capacità di raccontare il mutamento, sia pure spesso in forma di negoziazione, fino addirittura a dare vita alle grandi idealità di quegli anni – basti ricordare *en passant* che il quinquennio 1958-1963 corrisponde esattamente con gli anni di pontificato di papa Giovanni XXIII.

Alla voce "1963", Wikipedia italiana, insieme alla pubblicazione dell'enciclica *Pacem in Terris* e alla morte del pontefice, riporta un'altra, breve serie di eventi riguardanti anche il nostro paese e immaginati come significativi; di questi, di nuovo, ben due sono collegati all'evoluzione dell'industria dello spettacolo mediale e discografico, ma questa volta non sono legati ai nostri cantanti pop: 22 marzo, recita la *vox populi*, «esce il primo LP dei Beatles dal titolo: *Please Please Me*», e, ancora, 22 novembre (lo stesso giorno in cui viene ucciso Kennedy), «viene pubblicato il secondo LP dei Beatles dal titolo *With The Beatles*»⁸. L'onda beat tracima oltre Manica, il mercato italiano dello spettacolo è maturo ormai come tecnologia, modelli industriali, abitudini di consumo, diffusione dei gusti, e può definitivamente diventare parte integrante della cultura pop internazionale. E qui il cerchio (la nostra matrioska) si chiude.

⁸ <http://it.wikipedia.org/wiki/1963>.

Introduzione

La chiave burocratica alla base di tutto è la capacità di avere a che fare con la noia. Di operare efficacemente in un ambiente che preclude tutto quanto è vitale e umano. [...] La chiave è la capacità, innata o acquisita, di trovare l'altra faccia della ripetizione meccanica, dell'inezia, dell'insignificante, del ripetitivo, dell'inutilmente complesso. [...] È la chiave della vita moderna. Se sei immune alla noia, non c'è letteralmente nulla che tu non possa fare.

David Foster Wallace, *Il re pallido*¹

Il periodo del boom economico si configura come momento di radicale cambiamento per il paese. Il sistema mediale nazionale viene significativamente coinvolto, con il compito di accompagnare il cittadino in un cammino che lo vede godere di servizi straordinari rispetto alle aspettative di pochi anni prima², maturare interesse verso nuove e sempre più accessibili tecnologie, e desiderare status symbol appartenenti a classi superiori a quella d'origine³. Il profondo mutamento vede un progressivo abbandono dei valori ancorati a una comunità sostanzialmente contadina, per abbracciare in maniera al contempo entusiastica e disordinata stili di vita improntati a una dimensione prettamente consumistica, in un processo che porta con sé anche aspetti dolorosi, anzitutto rispetto ai costi umani e sociali molto alti, che il paese paga al banco del rinnovamento. Si pensi, a titolo d'esempio alle difficili condizioni lavorative in campo industriale e agricolo, e alla portata del fenomeno dell'emigrazione (sia verso l'estero che dal meridione al settentrione del paese)⁴. A questo contesto in rapida mutazione,

¹ David Foster Wallace, *Il Re Pallido*, tr. it. Einaudi, Torino, 2011.

² Cfr. Eric J. Hobsbawm, *Age of Extreme. The Short Twentieth Century 1914-1991*, Pantheon Books, New York, 1994 (tr. it. *Il secolo breve*, Rizzoli, Milano 1995).

³ Secondo le ricerche di Chauvel, nel 2006 un operaio dovrebbe lavorare 140 anni per giungere a ottenere un miglioramento della propria situazione, paragonabile a quello che il medesimo operaio poteva sperare di acquisire in 20 anni durante gli anni Sessanta. Louis Chauvel, *Les Classes moyennes à la dérive*, Éditions du Seuil, Paris, 2006.

⁴ Paul Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi. Società e politica 1943-1988*, Einaudi, Torino, 2004 (1989).

il sistema mediale italiano non può che rispondere con un altrettanto rapido tentativo di aggiornare la propria presenza. A essere coinvolte sono tutte le realtà che ne fanno parte a vario titolo. Di particolare rilevanza sono le formule attraverso le quali il cinema, che ancora possiamo identificare come collettore primario di tale sistema, attua pratiche di sensibile diversificazione delle proprie modalità di produzione⁵ e di fruizione⁶. Tra queste di vivo interesse vi è il mutamento di rapporto nei confronti del fenomeno della popular music. La mediazione che avviene tra i comparti della musica e del cinema, di grande importanza strategica negli equilibri dell'assetto mediale italiano, porta all'avvento di nuove soluzioni linguistiche, che il secondo adotta al fine di includere all'interno del proprio tessuto narrativo una presenza sempre più significativa di canzoni pop. Questo in quanto si accorge della necessità di adeguare tale presenza alle esigenze nuove di un immaginario, nel quale la popular music riveste un ruolo via via maggiore⁷. La sua forma ampiamente più attestata, la canzone, diviene *device* sociale e tecnologico centrale nella cultura italiana⁸, proiettandosi nella parte di medium, non più solo legato a spazi e tempi di fruizione propri ed esclusivi, ma presente su molteplici piattaforme. La canzone diviene l'esempio per eccellenza della possibilità di sfruttamento di un contenuto mediale come univoca codifica analogica che circola su differenti dispositivi.

Il presente testo ha l'obiettivo di riconoscere e descrivere la presenza della canzone all'interno del tessuto filmico e di comprendere quali linee guida ne hanno organizzato e predisposto l'incontro. Questo non solo da un punto di vista estetologico, ma anche come fenomeno di linguaggio in senso più ampio, considerando quindi l'unione di due oggetti mediali e due pratiche discorsive differenti come un incontro di ordine industriale, legato quindi a comparti economici distinti e desiderosi di mettere a frutto tutte le possibilità produttive e commerciali che ne scaturiscono. Per questo motivo i lungometraggi e le canzoni dell'epoca costituiscono solo una parte (indispensabile ovviamente) dei materiali di lavoro utilizzati. A completare il quadro vi sono diverse altre fonti dal significativo valore documentale – come le riviste dell'epoca, i piani di lavorazione delle pellicole, i loro consuntivi di spesa e i documenti ministe-

⁵ Lino Micciché, *Il cinema italiano degli anni '60*, Marsilio, Venezia, 1979 (1975).

⁶ Mariagrazia Fanchi, *La trasformazione del consumo cinematografico*, in Giorgio De Vincenti (a cura di), *Storia del cinema italiano, vol. X, 1960-1964*, Marsilio, Venezia, Fondazione Scuola Nazionale di Cinema, Roma, 2001, pp. 344-357.

⁷ Lucio Spaziant, *Dai beat alla generazione dell'iPpod. Le culture musicali giovanili*, Carocci, Roma, 2010.

⁸ Peppino Ortoleva, *Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie*, Il Saggiatore, Milano, 2009.

riali relativi alla censura⁹ –, dall'incrocio delle quali si è tentato di ricostruire il complesso sistema di intrecci tra il mondo del cinema e quello della canzone. La necessità sottesa all'intero lavoro è quella di fornire un tassello di un più ampio mosaico storiografico che riconsideri il cinema all'interno di una fitta serie di relazioni con il sistema complessivo dei media, e in particolare con le componenti della radio-televisione e dell'industria musicale, avvalendosi del prezioso apporto che la costituzione di una tradizione di studi vicina alle tematiche dei cosiddetti *Sound Studies* è in grado di offrire¹⁰.

Il luogo di maggior evidenza del riconfigurarsi delle interazioni tra cinema e canzone è rappresentato dal cinema musicale, che nel periodo di nostro interesse si attesta pressoché univocamente attorno alla struttura del cosiddetto *musicarello*, del quale ripercorremo la genesi e le modalità di costituzione quale genere¹¹ forte e ben riconosciuto, con particolare attenzione verso i legami che intesse con la situazione produttiva dell'industria cinematografica e con i ponti di grande importanza economica, che vengono gettati tra questa e il comparto industriale musicale. Di fatto il suo successo determina la prima esperienza italiana di cinema generazionale, costruito e pensato anzitutto per il pubblico giovane. Categoria che viene proprio in questo periodo riconosciuta in quanto tale, e che attraverso il consumo (in primo luogo di prodotti mediali) ricerca chiavi d'accesso per la costituzione di una propria riconoscibile identità. Sarebbe però un errore pensare il *musicarello* esclusivamente come un prodotto per giovani, in quanto il suo pubblico di riferi-

⁹ Il riferimento è alla facoltà che al produttore viene concessa di sottoporre la sceneggiatura a una revisione preventiva da parte dell'Ufficio centrale per la cinematografia. Tali documenti (dei quali solo una parte della loro interezza è tuttora conservata) a breve diverranno veicolo di una prassi che si consolida come una sorta di passaggio censorio obbligatorio aggiuntivo, in quanto pochi produttori si sentivano in grado di rischiare i propri capitali senza aver compiuto tale passo. I criteri adottati durante le revisioni preventive in questione sono di due ordini: di tipo direttamente censorio rivolto ai contenuti del film, e di tipo industriale, riportando le garanzie (posto si possa, nella stragrande maggioranza delle produzioni italiane del tempo, definirle tali) di capitale, i teatri di posa prescelti, ecc. Nel testo saranno citati come «Archivi di Stato, Sezione del Ministero del Turismo e dello Spettacolo», Roma (d'ora in poi A. d. S.).

¹⁰ Rimandando a una disamina puntuale del tema, ci permettiamo di citare in questo passaggio almeno Paola Valentini, *Il suono nel cinema. Storia, teoria e tecniche*, Marsilio, Venezia, 2006; *Presenze sonore*, Le Lettere, Firenze, 2007; Roberto Calabretto, *Lo schermo sonoro. La musica per film*, Marsilio, Venezia, 2010; Massimo Locatelli, *Paesaggi sonori. Cinema, media e tecnologia in Italia dalla rivoluzione sonora al boom economico*, in Luigi Luca Cavalli Sforza (a cura di), *La Cultura italiana*, vol. XI a cura di Ugo Volli, UTET, Torino, 2009.

¹¹ Rick Altman, *Film/Genre*, BFI, London, 1998 (tr. it. *Film/Genere*, Vita e Pensiero, Milano, 2004).

mento rimane comunque generalista. In quest'ottica si comprende meglio la sua natura profondamente compromissoria. I contenuti narrativi sono infatti sempre volti a presentare le nuove generazioni come innovatrici, ma non intenzionate a sovvertire violentemente l'ordine della società nella quale vivono. Gli scontri che avvengono tra queste e gli adulti sono infatti ogni volta sanati da un finale accordo che vede soddisfatte entrambe le parti, sulla linea di un sostanzialmente moderato riformismo dei costumi. In realtà, come si avrà modo di illustrare, la dimensione compromissoria del genere non si limita al solo sviluppo delle trame, ma coinvolge l'intero modo di produzione del film, che si propone come formula in grado di far dialogare il cinema nazionale e la nuova realtà del panorama musicale, che nel giro di pochi anni ha radicalmente rinnovato volti e registri d'espressione.

I momenti più importanti dell'uso della canzone nel cinema italiano del periodo non si esauriscono però alla sola realtà del cinema musicale. Verranno riconosciute le funzioni che questa assume in altri generi cinematografici e che saranno necessarie al fine di affrontare il tema del suo valore come artificio retorico linguistico e come prassi di produzione. Il fine che il cinema si prospetta di raggiungere è quello di una relazione con la canzone che non sia più casuale o occasionale. Bensì consente la formazione di una *configurazione di stile* che accompagna una nuova consuetudine nelle pratiche di linguaggio del cinema del periodo. L'uso della canzone nella produzione italiana di tali anni diviene così una forma di *automatismo*, inteso come un insieme di processi, sia tecnici che linguistici, che componendosi in una serie, evidenziano caratteri di regolarità, i quali fanno sì che si possa ipotizzare una norma ricorrente e riconosciuta, che ne regola e illustra il funzionamento, sottraendoli alla dimensione esclusivamente occasionale da un lato, e dall'altro slegandoli dal totale asservimento all'intenzionalità dei soggetti che chiamano in causa. Se abbiamo però scomodato il termine di *stile*¹², è soprattutto a ragione di due volontà. In primo luogo, riprendendo il concetto di *sistema stilistico* utilizzato da Buccheri in *Stile Cines*¹³, per ammorbidire la componente di rigida normatività, che risulta molto viva nella definizione appena fornita del termine *automatismo*.

Qui intendiamo l'idea di 'sistema stilistico' in un senso più vicino a quello di *norma estetica* di Mukarovsky¹⁴: un insieme coerente di posizioni lin-

¹² Vincenzo Buccheri, *Lo stile cinematografico*, Carocci, Roma, 2010.

¹³ Vincenzo Buccheri, *Stile Cines. Studi sul cinema italiano 1930-1934*, Vita & Pensiero, Milano, 2004.

¹⁴ Il riferimento è a Jan Mukarovsky (1936), *Estetická funkce, norma a hodnota jako sociální fakty*, Odeon, Praha, 1966 (tr. it. *La funzione, la norma e il valore estetico come fatti sociali. Semiologia e sociologia dell'arte*, Einaudi, Torino, 1971).

guistiche, narrative e comunicative che, in un dato momento storico, risultano più praticabili di altre. Più che un repertorio di regole da rispettare, insomma, si tratta di un orizzonte da cui un regista non può prescindere nella costruzione di un film in un determinato contesto storico (e quindi in presenza di determinate condizioni culturali, tecnologiche ecc.)¹⁵.

Inoltre il ricorso alla categoria di stile permette di mantenere distinti i livelli sui quali la canzone impatta. Infatti uno dei grandi motivi di modernità che l'ingresso della canzone pop nel cinema italiano del periodo pone in essere è la sua capacità di agire su tutte le "altezze" della produzione, ovvero dal cinema popolare di più immediata fruizione, all'elaborazione che i grandi autori ne forniscono. Se è vero che tutti fanno ricorso alla canzone, non possiamo pensare che ognuno lo faccia allo stesso modo indipendentemente dalla tipologia, dal genere e dal livello del testo in questione. I risultati saranno infatti differenti a seconda della volontà del tipo di film che si vuole costruire. Vorremo quindi mostrare come un canone distinto di pellicole, che evidenzieremo nelle specifiche occorrenze, attraverso un uso particolarmente innovativo e complesso della canzone, alla quale delegano importanti funzioni di costruzioni di senso e affetto, formano un'aggregazione particolare di quella realtà che possiamo definire come il *film medio* nazionale considerato come la risultante di una presenza congiunta di *configurazioni di stile*.

Queste ultime, intese come serie coerente di posizioni narrative ed estetiche, che si vogliono in un dato periodo più praticabili di altre, sono i mattoni con i quali è possibile costruire un oggetto filmico ascrivibile e riconoscibile quale *film medio*. Ogni periodo storico e culturale presenta, in termini generali, plurime configurazioni di stile. Il nostro scopo nell'ultimo capitolo è stato quello di illustrare il funzionamento e l'emersione della singola e specifica che si edifica attorno alla presenza in forma complessa della canzone pop all'interno del film. Tale figura si costituisce come pratica linguistica, con medesime ricadute di ordine estetico, come di ordine industriale e il cui obiettivo consiste nel divenire una relazione non più occasionale e casuale. Nel primo caso il valore che ottiene è quello di ampliare la gamma di possibilità di significazione del film e di rafforzare alcuni concetti già espressi dallo stesso altrove (o altrimenti). Inoltre agisce non solo sul senso, ma anche sulla costruzione degli affetti, fornendo opzione di realizzazione di discorsi e pratiche emozionali di grande impatto. Nel secondo caso a configurarsi è una prassi di produzione, cioè una consuetudine (tale sia per chi realizza che per chi fruisce le opere) che permette (o almeno agevola) alcune conquiste

¹⁵ Vincenzo Buccheri, *Stile Cines*, cit., pp. 144-145.

importanti per il cinema del periodo¹⁶. Anzitutto lo lega in maniera forte e strategica con un altro importante comparto dell'industria mediale, quello della discografia. Inoltre attraverso questo legame il cinema riesce a compiere una fuoriuscita del film dalla sala, molto significativa sia per quanto riguarda il mercato, che per motivi di ordine simbolico. Le canzoni rendono più labili i confini del mezzo cinematografico con gli altri media e favoriscono in maniera decisiva la continua migrazione di oggetti, figure e testi, innescando quindi processi in grado di innovare profondamente la prassi del cinema.

Il presente libro è la rielaborazione di una tesi di dottorato, realizzata grazie alla generosa e preziosa opera di coordinamento e guida di Ruggero Eugeni, Elena Mosconi e Massimo Locatelli, ai quali va il mio più sentito ringraziamento.

Sono grato ai numerosi studiosi e ricercatori del Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo dell'Università Cattolica di Milano, che in diverse occasioni mi hanno fornito validi strumenti e consiglio per orientare e supportare il mio lavoro. Un particolare ringraziamento a Francesco Casetti, Chiara Giaccardi e Mariagrazia Fanchi.

Ricordo con doveroso obbligo e piacere il contributo di Alice Cati, Roberto Della Torre, Glenda Franchin, Luca Malavasi, Francesca Piredda, Matteo Tarantino, Deborah Toschi.

Devo significative occasioni e spunti di confronto ai miei compagni di dottorato e formazione, Adriano D'Aloia, Miriam De Rosa, Sara Sampietro, Giacomo Coggiola, Mauro Salvador, Giorgio Avezzi.

La presente opera è certamente debitrice del supporto di tutte le persone sinora citate. Mi si concedano le ultime parole di questi ringraziamenti per Vincenzo Buccheri nei confronti del quale è vivo in me un profondo debito intellettuale. Del suo insegnamento spero nel presente testo risuoni eco per mia modesta voce. Che ogni pagina conservi il veleno della sua assenza e l'ammirazione del suo ricordo.

¹⁶ Agendo, in questi termini, in concordia con il *musicarello* e altre forme di cinema popolare, anche se con strutture e modalità differenti.