

Claudio Bioni

*Il cinema musicale italiano degli anni Sessanta
e l'identità delle nuove generazioni tra nazionale e globale*

Introduzione

Il cinema musicale italiano degli anni Cinquanta/Sessanta è diventato un oggetto d'attenzione nei *film studies* nazionali di recente. Negli ultimi anni si è riconosciuto nel rapporto tra cinema e musica pop un terreno strategico per studiare l'identità delle nuove generazioni, le culture giovanili, lo sviluppo del cinema nel sistema mediale dell'intrattenimento in un periodo cruciale di evoluzione dell'industria culturale. Si sono studiati i rapporti tra tecnologie differenti (musicali e cinematografiche) con diverse parabole di sviluppo tecnologico, le dinamiche di consumo, le modalità produttive dei film musicali nell'ambito del basso costo¹.

Il presente contributo si propone di ricostruire il rapporto tra il cinema musicale come pratica produttiva *low budget* e le nuove identità giovanili che proprio nel corso degli anni Sessanta cominciano ad affacciarsi sulla scena sociale. Prima verranno affrontati brevemente i cambiamenti principali del mercato musicale degli anni Sessanta, isolando alcuni fenomeni specifici. In un secondo momento si osserverà come il cinema musicale, interagendo con la cultura del disco, possa funzionare da terreno per studiare i rapporti tra identità nazionale, media e culture l'intrattenimento.

¹ Cfr. M. LOCATELLI, E. MOSCONI (a cura di), *Cinema e sonoro in Italia (1945-1970)*, «Comunicazioni Sociali», n.1, gennaio-aprile 2011 (v. saggi di M. Locatelli, M.F. Piredda); M. BUZZI, *La canzone pop e il cinema italiano. Gli anni del boom economico (1958-1963)*, Kaplan, Torino 2013.

1. *Culture del disco*

In Italia, i gusti, i consumi e il concetto stesso di esperienza musicale nel campo della musica pop cambiano radicalmente nel passaggio tra anni Cinquanta e Sessanta. In sintesi, questi cambiamenti possono essere riportati a tre macro-fattori:

- 1) l'affacciarsi di una prima generazione di consumatori definita in termini anagrafici, che porta avanti gusti distintivi rispetto ai consumatori di musica delle coorti precedenti: si tratta di quella «prima generazione» di cui parla Piccone Stella in un suo saggio fortunato²;
- 2) la ridefinizione dei rapporti di forza tra editoria musicale e mercato discografico: verso la fine degli anni Cinquanta, i rapporti tra editoria e discografia si invertono di segno, dove prima era l'editore la figura capace di raccogliere profitti sul piano internazionale, i processi di integrazione industriale nel campo del disco, in un'industria che da sempre e ora più che mai rappresenta un vettore di globalizzazione, portano a una centralità della discografia a cui gli editori musicali devono adeguarsi³;
- 3) lo sviluppo delle tecnologie di registrazione/riproduzione che permettono da un lato – con il registratore a nastro e poi con i multi traccia – di controllare o perfezionare esecuzioni e rese timbriche, e dall'altro – con il microsolco, con i formati del 33 e del 45 giri, con la diffusione dei juke-box – di catturare e poi riprodurre/diffondere/magnificare il potere del suono, le gamme sonore.

Da queste premesse discendono diversi fenomeni specifici relativi al sound e al gusto musicale nel periodo considerato. La figura centrale diventa l'interprete della canzone, non la canzone in quanto tale. Anche dal punto di vista produttivo e commerciale. Il prodotto da supportare non è più la canzone ma il disco. Il disco di *quella* performance musicale, legata a *quel* performer e non a un altro. Il disco come supporto diventa quindi la sede dell'*autenticità* dell'esperienza musicale e il performer l'elemento di riconoscimento al consumo più forte e unificante di tale autenticità. Questa nuova attenzione sull'interpretazione originale di una

² Cfr. S. PICCONE STELLA, *La prima generazione. Ragazze e ragazzi nel miracolo economico*, Franco Angeli, Milano 1993.

³ Cfr. BUZZI, *La canzone pop e il cinema italiano*, cit.

canzone ha un rapporto diretto con un altro fenomeno interessante. Che chiamerei il fenomeno dell' *autorialità industriale*.

Nello stesso periodo in cui nel campo del cinema si tenta, senza grande successo, ad opera soprattutto di Goffredo Lombardo, l'«operazione Titanus», cioè il tentativo di dare vita a una filiera dell'industria culturale ispirata ai valori di una qualità *author driven* ma a partire dal comparto della produzione⁴, nel campo della musica pop prende piede, va detto con maggiore successo, la prima fase dell'operazione cantautori. Jacopo Tomatis ha ricostruito nel dettaglio la genesi del termine cantautore nelle riviste musicali dell'epoca⁵. Qui sottolineo solo un elemento di rilievo: prima della legittimazione culturale che lo status di cantautore conquisterà dalla seconda parte degli anni Sessanta in avanti, attraverso processi di politicizzazione specifici in tandem con la diffusione di format adeguati (il 33 giri) su cui si è soffermato Marco Santoro⁶, il concetto di cantautore ha una definizione più sfumata a cui corrispondono soprattutto funzioni di affidabilità produttiva. Come ha notato Franco Fabbri, se nel nuovo scenario tecnologico-industriale e mediale della canzone pop a un certo punto i discografici sono abbastanza potenti da essere in grado di razionalizzare direttamente l'offerta musicale gestendo la vendita di una versione di una canzone di successo in diversi mercati, ci sono figure professionali che sembrano capaci più di altre di assecondare questi processi di razionalizzazione del comparto discografico nei suoi rapporti con l'editoria musicale. Una di queste è la figura del cantautore: un soggetto che al momento giusto si trova nella posizione di essere l'autore e al contempo l'interprete di una canzone: una sorta di garanzia d'autenticità della creazione e dell'esecuzione vincolabile singolarmente attraverso opportuno contratto. Nessuno meglio di un cantautore istituisce e garantisce la corrispondenza tra una canzone e la sua singola o autentica versione incisa. Ma c'è dell'altro. Ancora Fabbri:

al privilegio immateriale dell'autorevolezza [...] si aggiunge quello assolutamente concreto che l'autore-interprete può essere indotto a

⁴ L'operazione, durata grossomodo dal 1961 al 1963, è consistita in una sorta di conversione del listino delle produzioni a basso costo della Titanus in produzione di film di autori esordienti. Cfr., C. COSULICH, *L'operazione Titanus*, in *Storia del cinema italiano – 1960/1964*, X, a cura di G. De Vincenti, Marsilio, Bianco & Nero, Venezia-Roma 2001, pp. 144-145.

⁵ Cfr. J. TOMATIS, «Vorrei trovar parole nuove». *Il neologismo «cantautore» e l'ideologia dei generi musicali nella canzone italiana degli anni Sessanta*, in «Journal of the International Association for the Study of Popular Music», vol. 1, n. 2, 2010, pp. 1-23.

⁶ Cfr. M. SANTORO, *Effetto Tenco. Genealogia della canzone d'autore*, il Mulino, Bologna 2010.

firmare per una società editoriale con la quale esistono rapporti di collaborazione, se non di partecipazione azionaria. Collaudato con Paul Anka e Neil Sedaka, il principio può essere applicato con spregiudicatezza a qualsiasi cantante/autore realizzando una convergenza tutt'altro che curiosa tra gli interessi dei nascenti monopolisti dei media e quelli di sofisticati e/o arrabbiati intellettuali anticapitalisti⁷.

Il richiamo a Paul Anka e Sedaka è utile. Infatti dalla ricostruzione fatta fino a ora è restato fuori un fenomeno determinante che ora va messo in gioco e osservato nella sua interazione con gli altri elementi in campo: l'internazionalizzazione del mercato musicale.

L'affermazione dei gusti musicali giovanili corrisponde a un graduale e inesorabile processo di internazionalizzazione del mercato discografico, con un'accelerazione consistente a partire dalla stagione 1964-65 e la *British Invasion*, come testimoniato dal successo di una trasmissione radiofonica come "Bandiera gialla", oltre che dall'analisi delle *top chart* dell'epoca. Sono del resto fenomeni assai noti nella storia della musica pop italiana su cui non è possibile soffermarsi nel dettaglio. Piuttosto preferisco portare l'attenzione su un fenomeno fino a ora piuttosto trascurato dai *pop music studies* italiani: la cover. Gli anni Sessanta sono anche un periodo di esplosione del fenomeno della cover. Apparentemente la cover va in una direzione opposta a quella dell'autorialità industriale di cui ho appena parlato. Non abbiamo la logica della «canzone come testo inciso originale»⁸ né una concentrazione funzionale in una sola figura controllabile ma *multitasking* rispetto all'insieme dei processi di composizione/esecuzione musicale. Abbiamo un fenomeno opposto: la logica del testo destinato a interpretazioni plurime e una autorialità parcellizzata, frammentata lungo la filiera creativa che si allunga ulteriormente grazie alla presenza di nuovi intermediari: agli arrangiatori, tecnici del suono, produttori, performer della versione originale si sommano le corrispondenti figure nei singoli contesti nazionali, tra le quali hanno un ruolo prioritario i parolieri, veri e propri nuovi autori del testo⁹. Per inciso ricordiamo che alcuni dei grandi parolieri che hanno definito l'identità della musica pop italiana sono stati

⁷ F. FABBRI, *Il suono in cui viviamo. Saggi sulla popular music*, Il saggiatore, Milano 2008, pp. 41-42.

⁸ S. FACCI, P. SODDU, *Il festival di Sanremo. Parole e suoni raccontano la nazione*, Carocci, Roma 2011, p. 53.

⁹ Per maggiori approfondimenti sul sistema delle interpretazioni plurime come condizione dominante della *exploitation* commerciale della canzone nel corso degli anni Cinquanta e primi Sessanta, cfr., *Ivi*, pp 51-59.

anche adattatori seriali, prolifici costruttori di cover: Calabrese, Mogol, Bardotti e tanti altri.

D'altra parte la cover è anche un laboratorio privilegiato per vedere come il consumo musicale giovanile degli anni Sessanta sia un terreno di negoziazioni relative all'identità nazionale o transazionale dei prodotti culturali. Si tratta di un campo di ricerca consolidato nei *cultural studies* e nei *media studies*: si pensi ai lavori che si sono occupati delle strategie di adattamento dei programmi e format tv nei contesti nazionali¹⁰. La cover è il risultato di un insieme di processi di mediazione di un testo da una cultura a un'altra, un atto di appropriazione nazionale che prevede, come nel caso di altri prodotti mediali, diverse fasi: adattamento, produzione, circolazione. Attraverso le sue varie fasi la cover testimonia di una circolazione attiva di valori musicali transnazionali e al contempo mitiga i timori di colonizzazione dell'immaginario da parte del *sound* soprattutto anglosassone in Italia. In altri termini, la cover è un'occasione in cui, proprio quando le sonorità e le melodie internazionali conquistano l'ascolto italiano, l'entertainment locale resiste, ri-afferma se stesso e controlla/ri-media la risorsa spettacolare straniera, facendola circolare tramite un nuovo oggetto d'ascolto che è rivolto a una comunità nazionale specifica e che permette, più o meno sottotraccia, di cogliere la natura flessibile e adattabile dell'industria culturale che lo ha confezionato.

2. *Il ruolo del cinema musicale*

Se la cover quindi funziona come terreno di armonizzazione tra la vocazione cosmopolita dei prodotti mediali e il loro radicamento identitario in specifiche comunità nazionali, mi chiedo ora come il cinema musicale italiano degli anni Sessanta interagisca con questi processi osservabili nel comparto mediale della musica pop.

La mia ipotesi è che il cinema musicale funzioni a livello intermediale in modo simile, anche se su un altro piano, a come funzionano le cover: adatta a una tradizione spettacolare nazionale spinte al nuovo e nuovi *player* nel consumo culturale di massa. Il fenomeno di adattamento della nuova canzone anni Sessanta alla tradizione dell'entertainment italiano può essere osservato su diversi livelli: sul piano industriale, sul piano delle regole di genere,

¹⁰ Per una precisa ricognizione sulla letteratura riguardo all'argomento, cfr. L. BARRA, *Risate in scatola. Storia, mediazioni e percorsi distributivi della situation comedy americana in Italia*, V&P, Milano 2012 (v. parte I).

sul piano della rappresentazione del pubblico giovanile e del suo consumo musicale e non solo. Dirò qualcosa solo sul secondo e il terzo di questi aspetti.

In merito alle regole di genere, mi interessa sottolineare due punti principali. In primo luogo, il film musicale italiano è un filone del cinema popolare nazionale in cui le componenti autoctone sono in primo piano. Ma non sono le uniche. Si è spesso detto infatti che non è mai esistita una tradizione del musical nazionale se non per qualche raro caso (per esempio, *Carosello Napoletano*). In realtà i modelli del film musicale giovanile degli anni Sessanta sono sia nazionali sia internazionali. Sul fronte nazionale, il film-canzone degli anni Cinquanta rappresenta un punto di riferimento in termini di convenzioni di genere oltre che in termini produttivi. Sul fronte internazionale, sono evidenti i legami di debito e ispirazione nei confronti di pellicole nord-americane dei tardi anni Cinquanta come *Rock Around the Clock* (Fred Sears, 1956) o *Love me tender* (*Fratelli rivali*, Robert Web, 1956) studiati di recente da David James che li chiama *jukebox musicals*. James però stabilisce in modo plausibile forti correlazioni tra il *jukebox musical* e il musical classico, permettendoci di vedere legami indiretti anche tra il musicarello nazionale e uno dei generi per eccellenza dell'identità cinematografica nord-americana, a partire dalle trame spesso ambientate nel mondo della musica e dell'entertainment secondo una lezione canonizzata nel *backstage musical*, passando per le dinamiche sentimentali di avvicinamento/allontanamento tra eroe maschile ed eroina¹¹.

In secondo luogo, il film musicale italiano da un lato ha per protagonisti giovani performer che spesso vanno oltre la tradizione del bel canto nazionale, interpretando cover, caratterizzandosi musicalmente come inseriti in quel contesto di internazionalizzazione della musica pop di cui abbiamo parlato. Ma dall'altro, i numeri musicali sono affiancati, con funzione riempitiva e connettiva, da scene comiche che hanno per protagonisti gli attori delle filiere più consolidate dell'entertainment nazionale: professionisti come Nino Taranto, Mario Carotenuto, Peppino De Filippo, spesso caratterizzati da una forte impronta regionalistica, capaci di guidare processi di aggiustamento reciproco tra tradizione e innovazione e di garantire la persistenza di un'autenticità specificamente nazionale al film musicale stesso nel suo insieme.

Per quanto riguarda la messa in scena dei gusti musicali e gli stili di consumo più in generale delle nuove generazioni, è evidente che il cinema musicale italiano degli anni Sessanta mette in scena dei giovani che, per i

¹¹ Cfr. D.E. JAMES, *Rock'n Film: Cinema's Dance with Popular Music*, Oxford University, New York 2016.

riti sociali che affrontano, gli oggetti di cui si circondano, le pratiche del tempo libero che sviluppano e i consumi culturali in cui sono immersi, sono un chiaro segno di una americanizzazione del quotidiano. La musica, la televisione, il cinema sono presenti nelle storie dei musicarelli e sono presentati come media in grado di diffondere grandi dosi di abitudini nord-americane presso le nuove generazioni. Per quel che riguarda la canzone, ciò è evidente se si considerano i gusti musicali di cui il musicarello si fa agente di rappresentazione e di messa in forma. Nel campo del consumo di musica pop, come è noto, i primi anni Sessanta presentano una frattura nei gusti degli ascoltatori. Riviste come «Sorrisi e canzoni» inaugurano referendum ed elezioni per catalogare i cantanti come appartenenti a diversi generi per diversi pubblici e gusti corrispondenti. Juke-boxisti, poi urlatori, rockers, melodici, sono alcune delle etichette a cui corrispondono comunità di ascolto spesso differenziate in termini anagrafici. Ecco quindi che Morandi, Pavone, Mina e Celentano, pur non appartenendo a un genere musicale omogeneo, sono accomunati dall'appartenere alla categoria meta-generica della musica per le nuove generazioni. Mentre altri cantanti sono «per i matusa»; sopra tutti Claudio Villa e Nilla Pizzi. Però quando entrano in gioco le dinamiche di internazionalizzazione, i gusti e i meccanismi di distinzione generazionale a essi connessi subiscono strane perturbazioni. Facciamo un solo esempio. Nel 1966, quando ormai i Beatles sono a un anno dal ritiro dalla scena dei concerti dal vivo e hanno conquistato il mondo in termini di vendita di dischi, in testa alla classifica italiana dei 45 giri non ci sono singoli del gruppo inglese né altri successi della svolta beat: c'è *Strangers in the Night* interpretata da Frank Sinatra, canzone per altro di un autore di origini tedesche (Bert Kaemfer). Non si tratta di un caso solo italiano. Il pezzo è un hit mondiale e solo due anni prima, il sodale di Sinatra, Dean Martin, all'apice della propria carriera di presentatore televisivo a livello nazionale, scalava le *chart* di *Billboard* scalzando *A Hard Day's Night* con *Everybody Loves Somebody* (una canzone scritta nel 1947, cover italiana di Claudio Lippi). L'aspetto interessante è che in Italia, Sinatra viene celebrato sulle riviste giovanili come «uno di noi». Conseguentemente può essere un modello per alcuni protagonisti del musicarello: si vedano *Io bacio, tu baci*, (Vivarelli, 1961) e *In ginocchio da te* (Fizarotti, 1964), dove Morandi canta in incipit «che me ne faccio del latino no no no», cita la musica internazionale e Sinatra. Ricapitoliamo: Villa, che è nato nel 1925, è un Matusa. Sinatra, che è nato nel 1915, no. Un caso piuttosto curioso.

D'altra parte è altrettanto vero che il terreno di rappresentazione delle culture giovanili nel film musicale è anche esso un terreno di negoziazioni tra tradizione e modernità, identità nazionale e spinte globalizzanti. In

Urlatori alla sbarra (Lucio Fulci, 1960) il successo che ottengono i giovani urlatori del titolo a livello nazionale si accompagna all'aumento di vendita di blue jeans. Ma contemporaneamente le performance canore che puntellano questo successo avvengono sullo sfondo di un paesaggio geografico e urbano subito riconoscibile come nazionale. Se è vero che i giovani protagonisti del film musicale ascoltano e ballano il rock, si ispirano alle bande giovanili inglesi o, prima della diffusione del rock, prendono contatto con le jazz band di New Orleans (come avviene in *I teddy boys della canzone*, Paolella, 1960), adottano modi di dire e di fare che sono ripresi da espressioni anglo-americane, è altrettanto vero che rispettano alcuni stereotipi dell'identità nazionale (adesione ai valori della famiglia), conservano caratterizzazioni regionali nel modo di parlare e agire, girano in Lambretta o in Vespa (un'icona del design industriale italiano), e soprattutto consumano il proprio tempo libero in spazi fin troppo didascalicamente leggibili come icone dell'identità turistica nazionale.

Si potrebbero fare diversi esempi di come il film musicale presenta processi di mediazione tra caratterizzazioni nazionali-locali e spinte all'internazionalizzazione dei consumi mediali¹². Qui ci limitiamo a un solo caso piuttosto significativo. Nel film *L'immensità* (P.V. Oscar De Finna, 1967), Don Backy interpreta un giovane dai gusti tradizionali: ama la musica d'arte e rifiuta il pop, al quale però, a un certo punto si piega per amore della fidanzata. Il segno della sua resa è dato dal fatto che si reca presso il negozio di sartoria di un'amica dove chiede una divisa da beat. Ma a questo punto egli interpreta una canzone in netto contrasto con l'avvicinamento al mondo della pop music internazionale e delle mode e del costume dell'epoca. Il testo della canzone accosta un parodico «oh jeahhh» (che dovrebbe essere un significante emblematico dell'americanizzazione musicale imperante) ad altre frasi piuttosto 'reazionarie' in cui si attaccano i capelloni, il pacifismo e le mode internazionali, il tutto in nome della rivendicazione del patrimonio musicale autoctono come segmento irrinunciabile dell'*heritage* culturale nazionale («si può suonare bene senza avere i capelloni fino ai piè [...] cercate di creare qualche stile che nessun ha fatto già / vedrete che saremo ancora i primi come nell'antichità / inglesi, francesi, normanni ci han dato qualcosa / cappelli [...] in Italia

¹² In questo senso sono utili oggetti di studio i film musicali con un'ambientazione internazionale come *La battaglia dei mods* (Montemurro, 1966), pellicola già infusa di un'atmosfera pre-sessantottina, in cui sono rappresentate diverse tribù giovanili in un quadro di forte internazionalizzazione dei comportamenti e dei costumi.

la musica è nata da noi ... smettiamo di seguire quelle impronte che non sono adatte a noi /tagliatevi i capelli e da seguaci diverrete i primi voi»).

Conclusioni

In conclusione riprendo i due aspetti che mi paiono più importanti. In primo luogo il cinema musicale risulta capace di integrare al proprio interno risorse spettacolari sia nuove e pensate per il pubblico giovanile (i giovani cantanti del periodo con i loro numeri musicali) sia 'tradizionali' perché legate a repertori della tradizione dell'intrattenimento nazionale, rivolti a un pubblico intergenerazionale, in una tensione negoziale tra vecchio e nuovo che mira a rivisitare la vocazione generalista e popolare del consumo cinematografico.

In secondo luogo il cinema musicale è un comparto dell'entertainment italiano dove si possono osservare processi di negoziazione tra diversi aspetti dell'identità nazionale soprattutto presso le nuove generazioni. I consumi giovanili, e soprattutto quelli musicali (attraverso il cinema e non solo), si collocano subito al centro di pratiche di mediazione sull'asse nazionale/globale. Il cinema musicale si dimostra capace di dar vita a forme di divismo, a pratiche di consumo, alla costruzione di diete mediali composite che sembrano nate all'incrocio tra processi di adattamento/riciclo di modelli stranieri e peculiarità nazionali ancora forti.

In questo senso, il cinema musicale italiano sembra confermare una caratteristica saliente che recentemente Austin Fisher ha individuato nel cinema popolare italiano e, più in generale, nei filoni che lo compongono: sono proprio la diversità o marginalità rispetto al canone della cinematografia nazionale e le dinamiche transnazionali dei generi cinematografici popolari a renderli anche e soprattutto documenti di un certo tipo di italianità¹³.

¹³ Cfr. A. FISHER, *Italian Popular Genres*, in F. BURKE (a cura di), *A companion to Italian Cinema*, Wiley Blackwell, Chichester-Malden 2017, pp. 250-264.

