

Rossella Catanese
Vespa, Lambretta e Geghegé. Beat e Mods all'italiana

Vediamo un mondo vecchio che
ci sta crollando addosso ormai...
ma che colpa abbiamo noi?

The Rokes

Introduzione

Questo saggio intende proporre una riflessione su alcuni modelli culturali italiani che hanno determinato l'assetto del panorama musicale e cinematografico attraverso l'emergere delle sottoculture giovanili, all'insegna di un'identità dai margini permeabili e multiformi.

I temi principali del genere 'musicarello' si concentrano sulle esigenze e l'estetica delle nuove generazioni, tra musica rock e pop e il ballo; questi film includono numerosi riferimenti ai beni di consumo e ai prodotti del *boom economico* degli anni Sessanta, come i jukebox, i famosi scooter *made in Italy* e la moda.

La gioventù che fa da protagonista in questi film era largamente ispirata ad una cultura anglo-americana contaminata; allo stesso tempo, la risposta autoctona all'influenza globale della musica statunitense e britannica era un'entità culturale ibrida, che combinava sonorità melodiche con la rivoluzione delle nuove abitudini culturali di una società transnazionale. Dunque, non si tratta solo di una 'traduzione' all'italiana del rock and roll e della cultura popolare anglosassone e statunitense: il cinema partecipa alla costruzione della gioventù come identità collettiva in un immaginario mediale che ne intercetta il potere di agente sociale e politico nell'Italia degli anni Sessanta.

Il cinema musicale di questi anni non si limita ad una versione 'addomesticata' dell'originale; semmai il rock italiano «emerged from a context that was different in musical, ethnic, political, linguistic and religious terms»¹. In termini di cultura musicale, ciò ha significato una relazione

¹ S. GUNDLE, *Adriano Celentano and the Origins of Rock and Roll in Italy*, in «Journal of Modern Italian Studies», Vol. 11, n. 3, 2006, p. 367.

differente con la tradizione nazionale, con il rock americano e con le sue radici folk e blues; in sua vece, i riferimenti italiani sono la tradizione melodica della canzone popolare e le ritmiche del jazz, mutuato dal repertorio straniero ma già permeato presso diversi ambiti della cultura europea.

La presenza di un giovane cantante emergente, di una serie di brani estratti dal suo ultimo lavoro discografico; il film intitolato come la traccia 'hit'; un cast spesso composto da caratteristi e comici noti al grande pubblico; la costante rappresentazione di conflitti generazionali: sono tutti motivi ricorrenti nel genere. In questi film i giovani, trascinati dall'irruenza degli 'urlatori', usano la musica per scardinare schemi sociali sull'onda del divertimento. L'affrancamento dei ragazzi da costrizioni ambientali ritenute ormai obsolete ed incarnate dai cosiddetti 'matusa' (genitori, insegnanti, funzionari: tutti coloro che, superata l'adolescenza, rivestono il ruolo di moderatori) si esprime attraverso la musica e il ballo.

1. *I musicarelli e i giovani*

In Italia sono stati prodotti molti film in cui la componente musicale ha un ruolo centrale o importante; parimenti sono stati creati generi come il 'film opera' e il 'musicarello', ma non si è mai avuto un musical sul modello hollywoodiano, dove lo sviluppo narrativo è basato su numeri musicali in cui coreografie, canzoni, set e costumi hanno un solo coerente obiettivo estetico². I film definiti 'musicarelli' erano caratterizzati da uno stile vocale più immediato e spontaneo, senza i cliché e l'esibizione di virtuosismo tipici della tradizione melodica italiana; nei testi moderni e anticonformisti si trovava un nuovo modo di esprimere le potenzialità espressive corporali in modalità diverse dai cantanti melodici del passato³.

In *Urlatori alla sbarra* (1960) del regista Lucio Fulci (anche paroliere di Adriano Celentano), la trama scritta da Piero Vivarelli, descrive degli scatenati e giovani musicisti rock che tentano di far conoscere il nuovo stile musicale a platee di benpensanti che, dopo un iniziale rifiuto, finiscono per accettare la novità. Tale conflitto attraversa tutto l'universo diegetico: le canzoni dei cosiddetti urlatori entusiasmano i giovani, ma non incontrano i favori dei più bacchettoni organizzatori di concerti. È originale

² Cfr. S. ARCAgni, *Dopo Carosello. Il musical cinematografico italiano*, Falsopiano, Alessandria 2006, p. 5.

³ Cfr. S. DELLA CASA, P. MANERA, *Segno Speciale: I musicarelli*, in «Segnocinema» n. 310, dicembre 1991, p. 27.

come tra Mina e Adriano Celentano vi sia anche il trombettista e cantante americano di *cool jazz* Chet Baker nei panni di se stesso. Consapevoli del potere di promozione garantito dal piccolo schermo, i giovani tentano allora con la televisione. Sebbene l'austero professor Giommarelli, direttore generale della RAI, sia contrario, dalla parte dei giovani c'è sua figlia Giulia, che fa intervenire il nonno senatore siciliano, il quale promuove la giovane combriccola e l'uso dei blue jeans.

Con la diffusione del rock and roll, anche l'Italia venne raggiunta da alcune pellicole in cui recitavano divi musicali statunitensi, come Elvis Presley (*Fratelli rivali*, 1956), Bill Haley (*Senza tregua il rock and roll*, 1956)⁴. Sono anni di grande successo dell'industria discografica; anni in cui le innovazioni musicali sono frequenti e molteplici. Pochi anni dopo, si comincia a produrre anche in Italia film influenzati dal rock, in cui la relazione con il modello anglo-americano è forte, ma consente la configurazione di una peculiare autonomia, particolarmente soggetta alle dinamiche delle sottoculture giovanili; in Italia il cinema d'intrattenimento trovava cifre stilistiche autonome e grande successo popolare, oltre ad interpretare tendenze riformiste:

The *musicarello* and the emergent Italian youth culture provided a number of directors with left-wing or anti-conformist beliefs - above all, Fulci and Vivarelli - with a platform for their ideals [...]. Later *musicarelli* downplayed the more radical aspects of young culture and aimed at the kind of reconciliation depicted in the closing scenes of *Urlatori alla sbarra* [...]. The desire to generate greater profits - *Se non avessi più te* grossed six times as much as *Urlatori alla sbarra* - thus diluted the 'revolutionary', non conformist impulses of the *musicarello*⁵.

La panoramica iniziale di *I ragazzi del juke box* (Lucio Fulci, 1959) mostra una sala giochi deserta, con la macchina da presa che si sposta da un juke box ad un flipper in funzione su cui scorrono i titoli di testa e poi torna al juke box introducendolo come narratore riflessivo attraverso una voce fuori campo, in cui si auto-declama «padre putativo di tutta la gioventù bruciata, arrostita e tostata di tutta l'età moderna»⁶. Si rileva

⁴ Cfr. T. DOHERTY, *Teenagers and Teenpics: The Juvenilization of American Movies in the 1950s*, Temple University, Philadelphia 1988.

⁵ A. MARLOW-MANN, *Italy*, in *The International Film Musical*, a cura di C.K. Creekmur, L. Y. Mokdad, Oxford University, Oxford 2012, p. 80-81.

⁶ C. BISONI, *Cinema a 45 giri*, in *L'arte del risparmio: stile e tecnologia. Il cinema a basso costo in Italia negli anni Sessanta*, a cura di G. Manzoli, G. Pescatore, Carocci, Roma 2005, p. 54.

dunque la centralità dei nuovi spazi sociali dei gruppi giovanili, ovvero le sale giochi, templi dell'intrattenimento a gettoni, in cui il *juke-box* registra con ironia gli allarmismi e le accuse del dibattito sulle nuove forme di conflitto generazionale.

2. *Sottoculture: Beat, Mods e Yè-yè*

Che nesso c'è tra Beat e Mods delle comunità delle sottoculture e i 'musicarelli' italiani degli anni Sessanta? Innanzitutto, la rappresentazione dei modelli che configurano, attivando un meccanismo di promozione e d'autoreferenzialità che è parte integrante della struttura delle sottoculture⁷. Un'autoreferenzialità che costruisce sistemi di identificazione a partire da un canone estetico: è infatti la contraddizione tra successo e consumo che risponde al progressivo venir meno delle tradizionali forme di costruzione identitaria; ci si comincia a emancipare dai modelli parentali⁸ che avevano attraversato le epoche precedenti e che ne avevano costituito la base delle strutture culturali. In questi film, infatti, avviene spesso lo scardinamento dalle funzioni autoritarie della famiglia e l'affermazione di un'identità antagonista a quella dei 'matusa'. Negli anni del *boom economico*, un'epoca di benessere e di cambiamento di riferimenti sociali, la forma primaria di identificazione si esplicita nelle scelte relative all'abbigliamento⁹ e agli oggetti di consumo, in funzione di scelte peculiari su stili di vita, visione del mondo e, in primis, gusti musicali.

Emerge dunque una scena della musica popolare italiana sull'impulso delle sottoculture dei paesi anglosassoni (in particolare la cosiddetta '*British invasion*'), con una formula che mescolava il rock and roll con influenze *swing*, *rhythm and blues*, *skiffle* e *doo-wop*. Per quanto riguarda i riferimenti culturali, il legame principale del beat italiano, dal punto di vista culturale, è quello con la *Beat Generation*, grazie soprattutto ai cantautori: tra di essi Gian Pieretti entra in contatto con Jack Kerouac attraverso Donovan e sarà coinvolto dallo scrittore in un breve ciclo di conferenze-happening tenute a Milano, Roma e Napoli nell'ottobre del

⁷ Cfr. E. CAPUSSOTTI, *Gioventù perduta. Gli anni Cinquanta dei giovani e del cinema in Italia*, Giunti, Firenze 2004.

⁸ Cfr. T. POLHEMUS, *Streetstyle: From Sidewalk To Catwalk*, Thames & Hudson, New York, 1994, p. 14.

⁹ Cfr. D. HEDDIGE, *La lambretta e il videoclip. Cose e consumi dell'immaginario contemporaneo*, EDT, Torino 1991, p. 28.

1966¹⁰. Se in Inghilterra il movimento degli *Angry Young Men* identifica nelle pratiche linguistiche *slang* parte della propria carica trasgressiva, è con la *Beat Generation* che si determina un cambiamento nella coscienza collettiva, nelle tematiche, nelle prospettive culturali ed ideologiche di una società ancora scossa dalla seconda guerra mondiale. Molte opere degli autori beat in Italia sono tradotte dalla scrittrice Fernanda Pivano¹¹; il termine beat è coniato da Kerouac nel 1947, ma l'atto di nascita ufficiale del movimento è il 1952, anno di pubblicazione del racconto *Go*, di John Clellon Holmes e dall'articolo del «New York Times» *This is the Beat Generation* (novembre 1952)¹². Beat sta per ribellione, ma anche per battito, ritmo¹³; dalla musica *jazz be-bop*, dai versi delle poesie libere, l'idea di un flusso vitale concitato e intenso determina una rivoluzione culturale, dalla coscienza collettiva alla moda. Se abbiamo visto che le molteplici influenze del rock anglo-americano si contaminano in Italia con una tradizione ancorata nella canzone melodica, è anche vero che tali istanze identitarie coesistono con le pratiche della *cover* (versione tradotta in italiano dei grandi successi mondiali, statunitensi o britannici) e dell'imitazione. Complessi come I Camaleonti, I Corvi, Equipe 84, I Giganti, I Quelli, e più avanti I tubi lungimiranti o I ragazzi dai capelli verdi sono solo alcuni tra i numerosi gruppi in voga in quegli anni; saranno celebri anche solisti (come Adriano Celentano, Riki Maiocchi, Rita Pavone, Patty Pravo, Caterina Caselli) e case discografiche specializzate. Intorno a questa scena musicale, descritta e raccontata da riviste musicali e di costume nate espressamente per i giovani («Ciao amici» nel 1963, «Big» nel 1965, «Giovani» nel 1966), emergono una serie di ulteriori agenti e risorse culturali: è il caso dei locali dedicati espressamente alla musica *beat* (il *Piper Club* di Roma, inaugurato nel 1965 dall'avvocato Alberigo Crocetta, era il più noto) e dei concorsi musicali, come il Rapallo Davoli. Così ha cominciato a diffondersi la pratica delle zone di aggregazione per i capelloni e beat in alcune tra le principali piazze d'Italia, tra cui, ad esempio, piazza di Spagna a Roma o piazza Castello a Torino. Tra il 1965 e il 1966 il beat italiano diviene il genere musicale più venduto e più ascoltato nei programmi televisivi in Italia: ciò determinerà l'incisione di brani e singoli in lingua italiana dedicati al mercato italiano da parte di nuovi gruppi stranieri (The

¹⁰ Cfr. C. SCARPA, *Intervista a Gian Pieretti*, in *Al di qua, al di là del Beat*, a cura di U. Bultrighini, C. Scarpa, G. Guglielmi, Carabba, Lanciano 2011, p. 221.

¹¹ Cfr. F. PIVANO, *Beat hippie yippie*, Giunti-Bompiani, Firenze-Milano 2017.

¹² Cfr. J. CAMPBELL, *This is the Beat Generation: New York, San Francisco, Paris*, University of California, Berkeley-Los Angeles-London 2001.

¹³ Cfr. *Ivi*, p. 80.

Primitives, Renegades, The Rokes, The Sorrows, ecc.). Siamo negli stessi anni del fenomeno tutto italiano delle *messe beat*, a cui si dedicano gruppi come Gli Amici, Angel and the Brains e i sardi Barritas; si tratta della risposta giovanile alla grande trasformazione sociale della religione cattolica attuata dal Concilio Vaticano II, che avrà a sua volta forti influenze sul rock internazionale (solo dopo, nel 1968, la band *garage* americana The Electric Prunes inciderà *Mass in F Minor*) e che aprirà all'approccio estatico e mistico caratteristico dell'esperienza psichedelica di band come Le Stelle di Mario Schifano, Le Orme, I Girasoli.

In questo ricco contesto musicale, la sottocultura mod è il primo fenomeno giovanile a darsi regole molto rigide. In Inghilterra, intorno al 1962, i teenager della classe lavoratrice si ribellano all'ipocrisia dei benpensanti e ai loro valori retrogradi: mirano a un'innovazione 'moderna' o 'modernista' (il termine mod è infatti abbreviativo di *modernist*, coniato inizialmente per definire i fan del *modern jazz*). I mods avevano sviluppato uno stile nel vestire sobrio, molto elegante fino all'ultimo dettaglio, ispirato all'*Ivy League look*, ovvero al modo di vestire nelle più prestigiose università americane: camicie *bottom-down*, giacche tre bottoni con *revers* stretti, pantaloni senza *pences*, cravattini sottili, mocassini o *brogues*. Questo stile era adattato ed influenzato dalle nuove mode del continente Europeo, soprattutto dall'Italia e dalla Francia: elemento che ne determinerà il successo e la diffusione in questi paesi. L'aggregazione sociale avviene prevalentemente sulla pista da ballo, ai cosiddetti *all-nighters*, feste della durata di una notte intera, tenute in locali o case private, in cui si danza sui ritmi del *modern jazz*, del *northern soul*, del *rhythm and blues*, del *boogaloo* (variante newyorchese-portoricana del *rhythm'n'blues*), del *rocksteady* e dello ska giamaicano. Dal 1965, dopo l'uscita del singolo *My generation*, la band inglese The Who diventerà il gruppo di culto dei mods, ma anche in Italia diversi complessi interpretano quel tipo di sonorità: Patrick Samson Set, gli Uragani, i Jaguars, i primi New Dada, per citarne alcuni. I nemici dei mods sono i rockers, centauri motociclisti dalle giacche di pelle, eredi dei *Teddy-boys*, fan del rock and roll di Elvis Presley e Gene Vincent; sono celebri gli episodi degli scontri e delle risse, descritti dalla stampa inglese, tra cui quello del 26 marzo 1964 a Clacton, località di mare vicina a Londra e successivi episodi a Brighton e in altre città costiere, i cui echi giungono in Italia come avvenimenti epici, sebbene i raduni nostrani risultino invece pacifici, almeno in quegli anni. Lo scontro è citato anche nel celebre *Fumo di Londra* (Alberto Sordi, 1966).

Nel film *La battaglia dei Mods* (Franco Montemurro, 1966), l'egiziano di origine libanese Ricky Shayne canta il celebre brano *Uno dei Mods*, primo inno alla sottocultura, di cui faranno una cover famosa anche i

Nabat, gruppo *street punk* Oi! bolognese degli anni Ottanta. Per molti mods il film e il suo protagonista sono quasi uno sberleffo, viste le idee confuse sull'estetica mod: Shayne porta una capigliatura quasi leonina e le giacche di cuoio che indossa e che cita nel brano somigliano molto di più al look dei motociclisti rockers rivali che allo stile 'modernista'¹⁴. Il film però è costruito sul senso di appartenenza ad un gruppo sottoculturale ben definito, sull'idea di 'bande' contrapposte non in senso criminale, bensì esclusivamente identitario. Nonostante le approssimazioni, il film è interessante per comprendere la risposta italiana alle sottoculture d'oltralpe, le varianti estetico-musicali e i temi di amore, amicizia e scontro che caratterizzano facilmente le narrazioni dedicate a sottoculture e specifici gruppi sociali.

Yè-yè è una generale definizione francese per la musica degli anni Sessanta rivolta ai teenagers, riecheggiando i tipici cori «yeah yeah» dei brani rock anglo-americani. Con tale termine in Italia si cominciava a chiamare tutti i ragazzi che vestivano in modo anticonformista e soprattutto le ragazze dal comportamento disinvolto ed estroverso; il film americano *The swinger* (George Sydney, 1966), in cui una ragazza finge di organizzare un'orgia per farsi notare dagli editori che rifiutavano di pubblicarle dei racconti, è tradotto in italiano come *La ragazza yè-yè*, per indicare una ragazza spregiudicata e promiscua¹⁵. L'interprete più celebre delle ragazze *yè-yè* italiane sarà Rita Pavone: onnipresente sulle pagine delle citate riviste giovanili, la Pavone sembra sempre sprigionare una spensieratezza ribelle, un cambiamento radicale nell'immaginario femminile delle celebrità: una sorta di Lolita torinese che, nonostante una certa androginia infantile¹⁶, non si preclude l'eccentricità di minigonne e balli scatenati, testi di canzone connotati da passione e seduzione esplicita, nonché analoghi ruoli cinematografici. Il brano *Il Geghegé* (1966), interpretato dalla Pavone e scritto da Bruno Canfora, corrisponde a una concezione del ballo in linea con le nuove tendenze coreografiche. Il suo testo, scritto da Lina Wertmüller, che invita i giovani a usare l'espressione «geghegeghegeghe» per «dire quello che vuoi, ma che dire non sai». Una frase senza senso, e al contempo una sorta di linguaggio in codice, ulteriore elemento di consolidazione identitaria all'interno della comunità giovanile.

¹⁴ Cfr. F. DONADIO, M. GIANNOTTI, *Teddy-boys roccettari e cyberpunk. Tipi, mode e manie del teenager italiano dagli anni Cinquanta ad oggi*, Editori Riuniti, Roma 1996. p. 62.

¹⁵ Cfr. *Ivi*, p. 50.

¹⁶ Cfr. G. MUGGIO, *Il caso di Rita Pavone. Un'attrice intermediale e intergenerazionale nel cinema musicale italiano degli anni Sessanta*, «Arabeschi» n. 9, settembre 2017 <<http://www.arabeschi.it/83-il-caso-di-rita-pavone-unattrice-intermediale-e-intergenerazionale-nel-cinema-musicale-italiano-degli-anni-sessanta/>> (ultimo accesso 25.08.2018).

3. *Vespe e Lambrette*

Vespe e Lambrette, i mezzi di locomozione preferiti dai Mods, erano state create rispettivamente nel 1946 e nel 1947 dalle due aziende concorrenti Piaggio (su progetto dell'ingegnere aeronautico Corradino D'Ascanio) e Innocenti (design di Pier Luigi Torre e Cesare Pallavicino, anch'essi entrambi ingegneri aeronautici). Se in passato questi scooter erano appannaggio esclusivo dei rampolli delle famiglie più facoltose, negli anni Sessanta, a seguito del *boom economico*, divengono i mezzi 'giovani' per eccellenza, tanto che le case produttrici iniziano a pubblicizzarle ammiccando appositamente ai teenagers, con slogan come «Chi va in Lambretta è giovane». Se già la Vespa era stata consacrata al cinema da *Vacanze romane* (William Wyler, 1953), dieci anni dopo Catherine Spaak appare nel calendario Piaggio del 1963 in posa accanto ad una Vespa e Gianni Morandi dal 1966 sarà coinvolto in una serie di Caroselli televisivi che affiancano i successi del cantante bolognese agli scooter pubblicizzati.

La Vespa e la Lambretta diventano in questi anni icone del progresso, sinonimi di un'eleganza nuova, moderna, al contempo insolente in quanto simbolo dell'appropriazione giovanile delle strade. In *Urlatori alla sbarra* la Vespa è il mezzo di locomozione che usa il personaggio interpretato da Adriano Celentano. È il mezzo dei giovani, rapido e agile, più accessibile rispetto all'utilitaria e a tutti gli automezzi dedicati alle famiglie medio borghesi. «Debitamente cromate e provviste di una grande varietà di specchietti e accessori, le due *motoscooter* sono mostrate con orgoglio e *nonchalance* per le vie più *cool* di Londra o davanti ai club notturni, luoghi simbolo dei *mod*»¹⁷. Anche le aziende Piaggio e Innocenti colgono il potenziale di marketing nel coinvolgimento delle nuove generazioni, ed è proprio ad esse che si rivolgono gli slogan della campagna pubblicitaria «Chi "Vespa" mangia le mele, chi non "Vespa" no» o i jingle, in questo caso incarnati dal brano «Lambret-Twist» del Quartetto Cetra (1962). Vespa e Lambretta, come altri protagonisti del design italiano, sono state testimoni dei cambiamenti che hanno segnato la storia italiana fin dalla ricostruzione post-bellica. Il design italiano degli anni Sessanta ha il valore storico di un'attitudine unica verso l'approccio estetico:

sismografo sensibile delle trasformazioni che hanno determinato la crescita culturale, economica e sociale del Paese dal secondo dopoguerra,

¹⁷ R. SCIARRONE, *La Beat generation. Musica, abiti, trasgressione*, in *La Moda contiene la Storia e ce la racconta puntualmente*, a cura di Giovanna Motta, Nuova Cultura, Roma 2015, p. 265.

il design italiano si è nutrito di reciprocità con l'attualità dell'arte, della moda, della grafica, della musica, del cinema e della letteratura, eliminando i confini disciplinari e integrandosi con le abitudini e i desideri di una società in corso di rinnovamento¹⁸.

4. *Il ballo*

Fondamentale sia nella costruzione visuale dei film che nell'ambito delle sottoculture coinvolte è l'elemento del ballo. I nuovi stili del ballo sono ampiamente descritti nelle riviste di costume dell'epoca. Già nella seconda metà degli anni Cinquanta, con il rock and roll, la rapidità e la frenesia dei movimenti erano descritti dalla stampa con epiteti che rimandano ad una forma di malattia¹⁹. Fin dai secoli precedenti il ballo era sede di aggregazione sociale e motore delle dinamiche di seduzione per l'occasione di promiscuità fisica, normalmente inibita dalle convenzioni sociali di un paese cattolico; però il 1961 diviene l'anno della svolta: grazie a Chubby Checker, da Filadelfia, per ballare non era più necessario destreggiarsi tra passi complicati e movenze impegnative, come previsto da valzer e balli sudamericani. Il successo di *Let's twist again* (1961), seguito di *The Twist* (1959), permetterà anche ai danzatori meno talentuosi di muoversi con inclinazione ritmica e in maggiore autonomia, senza la necessità del coordinamento dei balli di coppia. Contemporaneamente Peppino di Capri incide una sua versione del brano, riscuotendo successo immediato. Con il *twist* si evidenzia un nuovo protagonismo femminile, una differente libertà della donna che «non viene più presa, gettata, passata fra le gambe [...] come nel rock classico [...], è più libera nei suoi movimenti e più protagonista del ballo»²⁰. Tanto che diviene motivo frequente nella

¹⁸ E. LAGHEZZA, F. LUCCHESI, *Il design italiano attraverso moda, arte, cinema, grafica e musica dal Secondo Dopoguerra al 1969*, in «Dada Rivista di Antropologia post-globale» n. 1, giugno 2016, p. 145.

¹⁹ «L'effetto che il suo ritmo [del rock and roll] produce è simile a quello di un uomo morso dalla tarantola, o "in preda a crisi epilettica"». *Scuotiti e fremi*, «Sorrisi e canzoni», n. 39, 23 settembre 1956, ora in J. TOMATIS, *Il ballo flagello. Il sistema dei media italiani e la ricezione del rock and roll (1955-1956)*, in «La valle dell'Eden», n. 30, 2017, pp. 69-75. Il riferimento al morso della tarantola mira a costruire un parallelo con la frenesia e l'ossessività ritmica dei balli popolari tradizionali.

²⁰ G. MANFREDI, *Quelli che cantano dentro nei dischi. Battisti, Mina, Celentano, Jannacci, Milva, Vanoni e altre storie...*, Coniglio, Roma 2004, p. 68, ora in C. BISONI, «Il problema più importante per noi / è di avere una ragazza di sera». *Percorsi della sessualità e identità di gender nel cinema musicale italiano degli anni Sessanta*, in «Cinergie» n. 5, marzo 2014, p. 74.

narrazione di questi film la figura del fidanzato geloso che guarda la propria ragazza danzare vicina ad altri ballerini:

il ballo manda potenzialmente in crisi l'idea di seduzione a due [...] - Con il rock, e soprattutto con i balli successivi, l'aspetto piu' appariscente per lo sguardo scandalizzato degli adulti di allora è l'abbandono del corpo ai fremiti, alle ripetizioni ritmiche, alle convulsioni che richiamano qualcosa di incontrollabile, oscuro e primitivo nel cuore stesso della modernità industriale appena conquistata²¹.

Diventeranno popolari il *Ballo del mattone* di Rita Pavone, il *Go-Kart Twist* di Gianni Morandi, il *Tango-twist* di Adriano Celentano, ma a promuovere il ballo tout court sarà soprattutto il romano Edoardo Vianello, con successi come *Guarda come dondolo*, *I Watussi* o *La tremarella*. Per le sequenze di ballo piu' scatenato ne *I ragazzi del juke box* e *Urlatori alla sbarra*, Fulci ha utilizzato i carrelli vicini ai corpi dei ballerini, in piani ravvicinati, in *plongée* o *contre-plongée*, sui danzatori in movimento. Tali tecniche di ripresa contribuiscono ad un effetto visivo estremamente dinamico, che sottolinea l'entusiasmo elettrico della danza.

I legami tra cinema e identità delle sottoculture tra musica, moda e beni di consumo, possano essere esplorati e compresi solo interpretando il genere 'musicarello' nella sua complessa natura di «dispositivo intermediale»²², che attraverso una rete di relazioni e dialoghi tra diversi sistemi mediali innesca anche una riflessione sull'identità e la storia italiana. Si rivendica così l'emergenza di una cultura giovanile e di un suo microcosmo sottoculturale, che riflette la complessità dell'ibridazione fra la dimensione autoctona dell'italianità e l'imitazione dei forti modelli anglo-americani.

²¹ *Ibid.*

²² Cfr. F. ZECCA, *Cinema e intermedialità. Modelli di traduzione*, Forum, Udine 2013.