

«NOSTALGIA, ROMANTICISMO E CAFONATE TERIBBILI»: LA MUSICA DA CINEPANETTONE

Jacopo Tomatis (Università degli Studi di Torino)

The so-called “cinepanettone” has been one of the most typical genres of Italian popular cinema since 1983. Compiled soundtracks made up of the latest pop hits and commercial house music are unquestionably among the most prominent conventions defining such movies. The goal of the article is to examine how such music became typically associated with the “cinepanettone”, in relation with the wider context of popular music and media in 1980s and 1990s Italy; and (following O’Leary’s suggestions) to discuss the “phenomenology” of such repertoire, in order to criticize the notion of “cinepanettoni” music as the quintessential “bad music”.

KEYWORDS

Italian cinema; cinepanettone; film music

DOI

10.13130/2532-2486/12708

I. INTRODUZIONE

Il video si apre su un paesaggio montano innevato, con l’indicazione dei produttori in un font stampatello maiuscolo bianco. «Anche quest’anno, a Natale, ci si ammazza dalle risate» pronuncia una voce *over*, maschile, molto impostata. Si alternano quindi rapidamente, in dissolvenza incrociata, le immagini di un hotel alpino, di alcuni abeti ripresi in movimento e infine dell’arrivo di un’auto decappottabile (forse una Porsche) guidata da un uomo con capelli lunghi, cappellino e look coatto, lo stesso che pochi secondi dopo rutterà rumorosamente in faccia a un cameriere vestito di bianco. Segue uno stacco brusco su un personaggio anziano in piedi a capotavola, vestito in giacca e cravatta, che stappa una bottiglia di spumante («Auguri!»); il tappo salta, *reaction shot* (con espressione buffa) di un altro uomo seduto al tavolo, che lo prende al volo con la bocca. Ritorna la voce *over*: «Il film più atteso dell’anno»¹.

Firmato dal regista e attore Maccio Capatonda (alias Marcello Macchia), *Natale al cesso* – di cui abbiamo qui descritto i primi 10 secondi – è probabilmente la più celebre e fortunata parodia del cinepanettone. Concepito per la stagione 2007-2008 di *Mai dire martedì*, in onda su Italia1, dove compariva con il com-

¹ youtu.be/CKeJhrtcKbl (ultima consultazione 25 maggio 2020).

mento della Gialappa's Band, il finto trailer (sia nella versione commentata sia in quella non commentata) è divenuto poi un piccolo classico di YouTube, in una forma di rimediazione² piuttosto tipica. Delle versioni disponibili al momento in cui scriviamo, una (caricata nel 2011) conta oltre un milione e centomila visualizzazioni; un'altra (del 2008) oltre trecentomila³; il suo status di cult per i fan del programma Mediaset e di Marcello Macchia è confermato dalle numerose parodie e rifacimenti caricati sulla piattaforma⁴.

La fortuna di *Natale al cesso* risiede di certo nella sua capacità di sintetizzare in un minuto e 27 secondi una grande quantità di situazioni e stilemi tipici del cinepanettone, dallo stile di recitazione alla «supposta “volgarità” del filone: parolacce, peti, goffaggini e grottesche situazioni sessuali⁵, tra cani di peluche, amanti nell'armadio e tormentoni romaneschi («mortacci vostra!»). Non c'è dubbio tuttavia che il meccanismo attraverso cui il trailer rivela l'oggetto della sua parodia fin dal primo secondo sia anche e soprattutto la musica: nello specifico, il brano *Scatman (Ski-Ba-Bop-Ba-Dop-Bop)*, primo singolo di Scatman John pubblicato nel 1994, *hit eurodance* caratterizzata dal testo *nonsense* cantato in stile *scat*.

Rispetto al *radio mix* del brano, il montaggio di *Natale al cesso* sceglie di tagliare l'introduzione “a cappella” e la prima ripetizione del tema della strofa (corrispondente alle “parole” «ski-bi dibby dib yo da dub dub / yo da dub dub»), facendo così partire il brano *in medias res* (la strofa, in effetti, si trova ad avere un numero dispari di ripetizioni). L'obiettivo è probabilmente quello di far coincidere l'arrivo del ritornello con il salto del tappo di spumante, rivelando tanto la scarsa raffinatezza con cui si è proceduto al montaggio del suono quanto alcune delle modalità tipiche di sincronizzazione della musica nei cinepanettoni (e dei loro trailer), in cui brani musicali preesistenti sono mixati sotto le scene senza particolare collegamento semantico né cura, «per il loro potere di connotare piuttosto che di denotare»⁶. Una scelta stilistica, ma anche una ragionevole conseguenza del ritmo forzato imposto alla lavorazione di questi film, il cui montaggio è sovente realizzato in parallelo alle riprese, visti i tempi contingentati imposti dall'uscita natalizia. Nello specifico di *Natale al cesso* – ed è un dato da rimarcare – la canzone prosegue senza ulteriori editing per l'intera durata del video, con le battute dei personaggi e la voce fuori campo che vi si “appoggiano” senza che la base sfumi mai in secondo piano. In una dialettica sfondo-figura, *Scatman* è cioè figura tanto quanto lo sono i dialoghi e gli effetti sonori.

Si ricorda almeno un altro caso di parodia di cinepanettone: *Boris - Il film* (2011) di Giacomo Ciarrapico, Mattia Torre e Luca Vendruscolo, dove compaiono ben due finti film di Natale (*Natale al Polo Nord* e *Natale con la casta*) che, per far ridere, ricorrono a strategie molto simili a quelle di *Natale al cesso*. In particolare,

² Bolter; Grusin, 1999.

³ youtu.be/glDlBbACGbw (ultima consultazione 25 maggio 2020).

⁴ A titolo esemplificativo si vedano youtu.be/aYWEIaad9N8 e youtu.be/NXV4Vv1x660 (ultime consultazioni 25 maggio 2020).

⁵ O'Leary, 2013: 29. O'Leary, tuttavia, è probabilmente troppo *tranchant* quando, in relazione a *Natale al cesso*, si limita a rilevare l'elemento di critica snob, riassunta nel *disclaimer* «Il genere di film che tutto il mondo ci invidia», che compare alla fine; in realtà, il finto trailer dovrebbe essere letto in relazione ai molti trailer prodotti da Maccio Capatonda, spesso surreali variazioni da cinefilo sui singoli generi cinematografici e sulle loro norme.

⁶ O'Leary, 2013: 40.

il secondo caso è un ri-montaggio del film nel film *La casta*, le cui riprese sono al centro della trama di *Boris*. È certo significativo che, per trasformare un film d'autore «alla *Gomorra*» (tratto dal libro di Gian Antonio Stella e Sergio Rizzo *La casta*) in un cinepanettone, il regista René Ferretti (interpretato da Francesco Pannofino) si limiti a intervallare le scene già girate con *reaction shots* sopra le righe (compreso il tormentone romanesco «e 'sti cazzi»), conferendo ritmo al tutto con un brano *pop-dance* preesistente, che si ferma e riparte a ogni risata del pubblico in sala. Si tratta in questo caso di *Kiss Kiss*, grande successo del 2002 di Holly Valance, cover di un brano del repertorio del cantante turco Tarkan. Il riff di archi-synth iniziale – che rivela un forte carattere mediorientale (turco, appunto) – è qui associato a immagini di indiani in costumi tipici (in una risemantizzazione ironica del termine “casta”), che ballano sullo sfondo di vedute di Roma e Milano: una ricerca dell'esotico, inteso come cliché, che pure dice molto delle strategie con cui vengono compilate le colonne sonore dei cinepanettoni; e che, nello specifico, è ancora più rivelatrice della parodia, perché “significa” India attraverso un pezzo turco, evocando l'uso che in *Natale in India* (2003) di Neri Parenti veniva fatto di *Mundian To Bach Ke* del *producer* inglese Panjabi MC.

La parodia, intesa in termini bachtiniani e formalisti come dispositivo che «evidenzia la modalità stessa di funzionamento del fatto letterario» (ma non solo letterario, ovviamente), per funzionare necessita che il fruitore del testo sia consapevole del «procedimento che si meccanizza»⁷. Nel caso di un genere – letterario, musicale o cinematografico che sia – devono essere note le convenzioni che lo regolano: come afferma Menarini (in particolare in relazione alla parodia nel cinema italiano), il «comico» è cioè «prodotto principalmente dal confronto tra film e film»⁸. In una prospettiva pragmatica (attenta cioè agli usi reali dei fruitori), l'esistenza sociale di un genere presuppone un insieme di convenzioni accettate da una comunità⁹. In questo quadro teorico la parodia è un eccellente dispositivo per comprendere il grado di codificazione delle norme di un genere in un dato momento, ovvero la sua «ideologia»¹⁰. Tanto l'esempio di *Natale al cesso* quanto quello di *Natale con la casta* confermano come la presenza di un certo tipo di brani *pop/dance* nella colonna sonora sia una delle norme di genere più vincolanti del cinepanettone, al punto che su di essa può fondarsi il meccanismo parodico. Si tratta di un dato particolarmente rilevante, dal momento che il cinepanettone è un filone cinematografico in sé profondamente stilizzato (ancora in termini bachtiniani), basato com'è sulla costante riproposizione di diversi tipi di elementi testuali, visivi, narrativi, ecc.

Questi casi di parodia – che, almeno nel caso di *Natale al cesso*, godono ormai di una popolarità tale da competere con quella degli stessi film che prendono in giro – sono un utile punto di partenza per l'obiettivo che si pone questo articolo. Ovvero, riflettere sul modo in cui un certo tipo di musica si sia codificato come distintivo del filone del cinepanettone, e in particolare dei film a tema natalizio della serie, in relazione alla più ampia circolazione intermediale del repertorio in questione nell'Italia degli anni Ottanta e Novanta, tra cinema, radio, dischi e

⁷ Olivieri, 2011: 35-36.

⁸ Menarini, 2002: 3; cfr. anche Menarini, 2003.

⁹ Sulla teoria dei generi in cinema e musica cfr. in particolare: Altman, 1999; Fabbri, 2012.

¹⁰ Fabbri, 2008: 84.

televisione. Per fare ciò si osserveranno le dinamiche economiche e culturali dietro la compilazione della colonna sonora del primo *Vacanze di Natale* (1983) di Carlo Vanzina, capostipite del filone e modello per i cinepanettoni successivi e – sinteticamente – dei successivi titoli fino alla fine del XX secolo. Si tenterà poi una “fenomenologia” della musica di questi film, sulla scorta di quanto proposto da Alan O’Leary nel suo ampio lavoro di ricerca sul cinepanettone¹¹, anche con l’obiettivo di comprendere meglio l’oggetto-cinepanettone e, con esso, le pratiche musicali e le estetiche della musica connesse con un certo tipo di cinema “popolare”¹².

II. VACANZE DI NATALE (1983): IL FILM-COMPILATION

L’idea del primo *Vacanze di Natale*, diretto da Carlo Vanzina nel 1983 per la Filmauro e scritto insieme al fratello Enrico, deriva dall’immediato precedente di *Sapore di mare*. Girato nel 1982 dallo stesso Carlo Vanzina e uscito il 17 febbraio dell’anno seguente (dunque, dieci mesi prima di quello che è considerato il primo cinepanettone)¹³, *Sapore di mare* rappresenta l’apertura di un «filone “giovanilista-nostalgico”» nel cinema italiano degli anni Ottanta, un vero «tentativo di revival delle commedie balneari a cavallo tra anni Cinquanta e Sessanta»¹⁴; un «retro-film», nella classificazione proposta da Drake, in cui un periodo del passato è «selettivamente ri-ricordato nel presente»¹⁵. La musica gioca un ruolo centrale in questo processo, con una colonna sonora vintage di successi d’epoca.

La stessa formula è ripetuta dai fratelli Vanzina in *Vacanze di Natale* ampliando ulteriormente la presenza del commento musicale, ma rivolgendosi al paesaggio sonoro contemporaneo del 1983. Uno degli elementi che più si fanno ricordare nel film è in effetti l’onnipresenza delle canzoni, che spesso fungono da «*sound bridge* (allaccio sonoro) per ammorbidire il passaggio da una scena all’altra»¹⁶; in diversi casi esse sono sincronizzate con immagini di sci e altri sport sulla neve, sorta di interludi funzionali a collegare tra loro le diverse sottotrame. Queste sequenze, che diventeranno tipiche della sintassi del cinepanettone, sembrano già rivelare l’influsso di un’estetica derivata dal videoclip, tipica del film hollywoodiano del periodo¹⁷. Le canzoni, tuttavia, non si limitano a questi momenti di raccordo ma rimangono presenti spesso anche sotto i dialoghi, con una pervasività che non sarà replicata. Nonostante vi sia un compositore accreditato (Giorgio Calabrese), la musica originale è riconoscibile in appena un paio di situazioni, peraltro in sottofondo: per il resto, l’intera colonna sonora è composta da canzoni, tutte di recente pubblicazione.

Delle 21 canzoni citate nei titoli di coda di *Vacanze di Natale*, in effetti, 14 risultano pubblicate nello stesso 1983. Fra le restanti, cinque sono del 1981, una del 1982 e una del 1979: ben quattro di esse sono evidentemente intradiegetiche, cantate al pianobar da Jerry Calà. Si tratta di *Al piano bar di Susy* di Eduardo De

¹¹ In particolare, si farà qui riferimento a O’Leary, 2013.

¹² Sul concetto cfr. Manzoli, 2012.

¹³ Qui e oltre mi rifaccio al canone proposto in O’Leary, 2013: 17.

¹⁴ Morreale, 2009: 171.

¹⁵ Drake, 2003: 188.

¹⁶ O’Leary, 2013: 40-41.

¹⁷ Tincknell, 2006: 134.

Crescenzo e *Musica musica* di Ornella Vanoni (1981), *Aumm aumm* di Teresa De Sio (1982) e *L'anno che verrà* di Lucio Dalla (1979); quest'ultima, unico brano pubblicato negli anni Settanta, accompagna la festa di capodanno. L'onnipresenza della musica è garantita anche dal fatto che, occasionalmente, i personaggi cantano o citano canzoni: oltre a Calà (che già cantava e citava spesso in *Sapore di mare* e che fuori dal locale intona *Aria di casa* di Sammy Barbot, del 1981) compare anche, ad esempio, *Vamos a la playa* dei Righeira (ancora del 1983). I restanti tre brani "vecchi" della colonna sonora sono *Teorema* di Marco Ferradini, *Ancora* di Luciano De Crescenzo (motivata con la scena d'amore tra Stefania Sandrelli e Calà) e *Maracaibo*, che accompagna i titoli di coda, anticipata al pianoforte da Calà. Nonostante vi siano alcune canzoni che compaiono più di una volta, esse – con poche eccezioni – non sono «scelte per l'appropriatezza del loro contenuto lirico alla scena»¹⁸. La logica della *compilation soundtrack* appare dunque diversa da quella identificata da Rodman come tipica del film hollywoodiano tra anni Ottanta e Novanta, in cui le canzoni pop rimpiazzerebbero molte delle funzioni assolute dalla musica da film composta¹⁹. Tra i (pochi) brani che hanno una qualche relazione semantica con la scena in cui compaiono vi sono, peraltro, le canzoni più vecchie: è un dato che fa risaltare per contrasto l'onnipresenza delle novità discografiche poste in sottofondo o nei raccordi tra una scena e l'altra.

Quasi tutte le canzoni del 1983 incluse in *Vacanze di Natale* sono state o sono in quel momento in classifica. Sfogliando la *hit parade* dei singoli dell'anno²⁰ si ritrovano *Vamos a la playa* (#3), *Amore disperato* di Nada (#21), *Vita spericolata* di Vasco Rossi (#28), *Nell'aria* di Marcella Bella (#32), *Senza di me* di Anna Oxa (#62), alle quali si possono aggiungere alcune canzoni straniere, su tutte *Moonlight Shadow* di Mike Oldfield, con la voce di Maggie Reilly (#6), che compare nei titoli di testa. Un ruolo preminente hanno però brani riconducibili all'*italo-disco* o comunque al repertorio da discoteca: la stessa *Maracaibo* «fino all'estate 1981 e oltre» fu «il pezzo più ballato e richiesto in tutte le discoteche italiane»²¹. Tra i brani "italiani" vi sono poi *I Like Chopin* di Gazebo (al secolo Paul Mazzolini, #2 dell'anno), *Dolce vita* di Ryan Paris (Fabio Roscioli, #67), *Dance All Night*, ancora di Lu Colombo, *I Want You* di Gary Low (Luis Romano Peris Belmonte) e gli stranieri Nathalie con *My Love Won't Let You Down* (#34), Bandolero con *Paris Latino* (#11) e Laid Back con *Sunshine Reggae*.

La massiccia presenza di canzoni di successo, e *dance* in particolare, è anche parte integrante della strategia commerciale dietro *Vacanze di Natale*. Il trailer, per esempio, annuncia in sovrapposizione «Una valanga di risate», «Una valanga di musica pazzesca», «L'unico appuntamento per voi giovani»²², mentre in sottofondo si ascoltano i brani della colonna sonora mixati senza soluzione di continuità. Il produttore Luigi De Laurentiis, commentando la scelta, ha parlato esplicitamente di «film-compilation», pensato come «prodotto che parlasse ai giovani»²³. La peculiarità della *compilation soundtrack* di *Vacanze di Natale* non

¹⁸ O'Leary, 2013: 40-41.

¹⁹ Rodman, 2006: 123.

²⁰ Per le classifiche cfr. www.hitparadeitalia.it.

²¹ Verrina, 2018.

²² Il trailer è disponibile su YouTube: www.youtube.com/watch?v=8DlbOPx55X8 (ultima consultazione 25 maggio 2020).

²³ Luigi De Laurentiis in O'Leary, 2013: 128.

può dunque essere compresa se non in relazione al sistema dei media italiano della metà degli anni Ottanta, e in particolare alla musica giovanile e da ballo. Il passaggio tra anni Settanta e anni Ottanta del Novecento è decisivo nelle vicende produttive ed estetiche della *popular music* nazionale. A livello economico, si assiste alla rapida decadenza delle strutture alternative sviluppate negli anni del “lungo Sessantotto”, che per l’intero decennio avevano sostenuto una fetta importante del mercato musicale (etichette, festival, feste dell’Unità...), sullo sfondo della crisi della nuova sinistra e del cosiddetto “riflusso nel privato”. Il sistema dei media è pure attraversato da radicali cambiamenti. La fine del monopolio RAI apre dapprima allo sviluppo di una galassia di radio private, che nei primi anni Ottanta cominciano a costituirsi in grandi network commerciali (di fatto, quelli che ancora oggi dominano la radiofonia nazionale); e, poco dopo, allo sviluppo di una televisione commerciale²⁴.

Tanto le nuove televisioni private quanto i network radiofonici mirano a differenziarsi dall’offerta della RAI puntando decisamente sul mercato dei bambini (con i cartoni animati) e degli adolescenti, varando contenitori musicali appositi e anche sfruttando la diffusione internazionale del videoclip. La televisione pubblica non tarda a inseguire il trend: non a caso, dopo una lunga fase di appannamento, dai primi anni Ottanta il Festival di Sanremo ritorna al centro del palinsesto, imponendosi come spettacolo televisivo più che come concorso di canzoni²⁵. Più di prima la televisione e la radio divengono medium centrale nelle strategie dell’industria musicale anche perché, come conseguenza della crisi energetica del 1979, la discografia appare in grave sofferenza; il comparto ricomincerà a crescere solo dopo la metà degli Ottanta, con la definitiva affermazione del CD. Si assiste, soprattutto dalla metà del decennio, a un ricambio generazionale alla guida dei grandi gruppi, anche in relazione a una crescente concentrazione e al rinforzarsi delle multinazionali a scapito delle società italiane²⁶.

L’anno più duro della crisi del disco è proprio quel 1983 che vede l’uscita di *Sapore di mare* e *Vacanze di Natale*, con un calo del 30% nel primo trimestre²⁷. Tra le soluzioni tentate viene introdotto il cosiddetto “ticket sui Tv Disc”, un «supplemento di mille lire sugli album che usufruiscono della pubblicità televisiva»²⁸, ideato dalla CGD e rapidamente copiato dalle altre etichette²⁹. Si tratta di una prerogativa tutta nazionale, che ben dimostra tanto lo strettissimo legame tra editoria musicale, discografia e televisione quanto le specificità che questo assume nell’Italia degli anni Ottanta. Gli stessi nuovi network privati stanno peraltro entrando sul mercato con le proprie società editoriali e le proprie etichette: è il caso di Siglaquattro (che appartiene per metà a Retequattro, all’epoca del gruppo Mondadori)³⁰, delle edizioni Canale 5 Music (fondate da Silvio Berlusconi nel 1981) o di Five Record (dal 1991 RTI Music), ugualmente legata a Fininvest. I settori più promettenti della discografia, gli unici a scampare alla crisi, sono quello delle sigle dei cartoni animati (controllato dalle nuove società editoriali

²⁴ Monteleone, 2003. Per un’analisi di questo passaggio nella *popular music* nazionale: Tomatis, 2019: 549-555 e 564-572.

²⁵ Tomatis, 2016.

²⁶ De Luigi, 2008: 43-57.

²⁷ De Luigi, 2008: 53.

²⁸ De Luigi, 2008: 54.

²⁹ Vita, 2019: 311.

³⁰ De Luigi, 2008: 54.

telesive) e quello della musica *dance*. Quest'ultimo emerge grazie all'attività di etichette come la Baby Records di Freddy Naggiar e la Discomagic Records di Severo Lombardoni, che nel 1983 mettono a segno due delle loro maggiori hit, le già citate *I Like Chopin* e *Dolce Vita*, entrambe incluse nel primo *Vacanze di Natale*. Singoli a parte, tanto le sigle quanto l'*italo-disco* sfruttano per la diffusione il formato compilation, in questi anni vero dominatore del mercato del 33 giri. Se fino al 1981 le compilation entrate in classifica erano state da un minimo di una (nel 1974, 1976 e 1977) a un massimo di quattro (nel 1970, 1971 e 1981), già nel 1982 diventano otto; saranno 30 nel solo 1983 e 41 l'anno seguente, rimanendo all'incirca su questi numeri fino almeno alla metà degli anni Novanta³¹. La Baby Records, in particolare, si impone come leader del nuovo comparto, specializzandosi nelle compilation mixate, ovvero dei *DJ mix* in cui i brani sfumano l'uno nell'altro senza interruzioni³². Nel 1983 debuttano le serie *Bimbo Mix* (dedicata all'infanzia) e, soprattutto, *Mixage*, che proseguirà fino al 1987 raggiungendo sovente la vetta della Top 10. *Mixage 1* arriva al primo posto il 9 agosto 1983 e vi rimane per 9 settimane, scalzata solo dalla colonna sonora di *Flashdance (Id., 1983)* di Adrian Lyne: è la prima volta che succede con una compilation, se si escludono le raccolte di brani di Sanremo (o, appunto, le colonne sonore). *Mixage 2*, uscita verso la fine dell'anno, apre il 1984 in testa alla classifica e vi rimane per tutto gennaio (4 settimane)³³. Già nell'autunno del 1983, prima dell'uscita di *Mixage 2*, le compilation occupano «il 25% del totale» della classifica, e la percentuale sale al 35% se si considerano le «collections di artisti singoli»³⁴. Tutte le raccolte citate sono TV Disc, e il loro successo è garantito anche dalla massiccia presenza in televisione degli spot dedicati. Secondo «Billboard», che si occupa del fenomeno in uno speciale dedicato all'Italia, tale meccanismo impatta profondamente sul fragile mercato nazionale: «in certe settimane sette album nella Top 10 erano TV Disc, il che significa, per la maggior parte, compilation»³⁵. La lavorazione di *Vacanze di Natale* si situa dunque nel pieno dell'esplosione del fenomeno compilation/TV Disc. Ben tre brani compresi nel film compaiono nel primo *Mixage (Sunshine Reggae)*, oltre alle citate *I Like Chopin* e *Dolce Vita*; *Paris Latino* è inserita, invece, in *Mixage 2*.

Nei primi anni Ottanta, le relazioni industriali tra musica, discografia, editoria musicale, cinema e radiotelevisione stanno diventando ancora più decisive che in passato, anche dopo il successo globale di *Saturday Night Fever (La febbre del sabato sera, 1977)* di John Badham³⁶. Al di là dei casi specifici, l'inclusione di una canzone in un film di ampia diffusione dovrebbe sempre essere letta anche dal punto di vista dell'industria musicale e, in particolare, da quello delle edizioni, per le quali la sincronizzazione diviene business centrale soprattutto nei momenti di crisi del mercato del disco. Tale è la situazione nel 1983 e tale sarà in altri momenti lungo tutto il periodo di popolarità del cinepanettone, fino a oggi. Così come il cinepanettone (analogamente ad altri esempi di cinema popolare a grande diffusione) utilizza strategie di *product placement*, così l'inclusione di determinati brani non dovrebbe essere intesa solo come costo per la produzio-

³¹ Spinetoli, 1997: 240-245.

³² Autori dei remix sono Massimo Noè e Pino Santapaga.

³³ I dati delle classifiche sono disponibili in Spinetoli, 1997: 251.

³⁴ [s.n.], 1983: 49.

³⁵ Castelli, 1984.

³⁶ Tincknell, 2006: 134.

ne, ma anche come ricavo per l'industria musicale in termini sia promozionali sia editoriali. Ciò è particolarmente vero per il 1983, momento in cui è davvero facile riconoscere i legami sistemici tra editoria, industria cinematografica e grandi network televisivi e radiofonici. Mario De Luigi, in relazione ai TV Disc, ha spiegato come per le case fonografiche legate a network televisivi il «pagamento cambio merce (in *royalties* sulle vendite) della pubblicità televisiva inerente a dischi di altre etichette»³⁷ (ad esempio, si può immaginare, le compilation Baby Records) fosse la prassi. È ragionevole ritenere che anche le compilazioni delle colonne sonore cinematografiche non prescindessero da logiche di questo tipo, pur nell'impossibilità di ricostruire le complesse dinamiche industriali del caso. Il legame tra le compilation e *Vacanze di Natale* si esercita però anche nell'altrettanto complesso ambito dell'immaginario. L'inedito successo di *Mixage* e della sua formula documenta, oltre al fondamentale ruolo che le reti televisive private giocano in questo snodo della *popular music* italiana, l'affermarsi della figura del DJ, che dalle discoteche diviene ora protagonista della radio e della televisione. Soprattutto, ricollega la musica a un contesto di *entertainment* che, figlio della disco dei tardi Settanta³⁸, sarà poi riconosciuto come tipico di un certo spirito degli anni Ottanta, rivendicato come nuovo e originale già a partire dai primi anni del decennio³⁹. Il successo delle compilation mixate implica un certo tipo di pratica musicale legata alla festa, al disimpegno, al ballo, all'uso nel tempo libero: non è un caso che *Mixage* pubblichi due titoli all'anno, uno invernale e uno estivo, con grafiche colorate che rimandano alle vacanze; molte pubblicità di mix di questo periodo sfruttano temi analoghi e un'analogia iconografia (fig. 1). È certo rilevante per i fini di questo articolo che la grafica di *Mixage 2* – la coloratissima illustrazione di una sciatrice (fig. 2) – sia stata sfruttata come *static image* per alcuni video su YouTube che raccolgono un remix della colonna sonora di *Vacanze di Natale*⁴⁰. Il legame appare evidente di per sé, e tale doveva essere anche per il pubblico giovanile dell'epoca.

Tuttavia, se *Vacanze di Natale* è a tutti gli effetti un film-compilation, e molto deve alla logica dei *DJ mix* reclamizzati in televisione, esso sembra rappresentare anche un *unicum*. Almeno nell'immediato, il modello non è replicato. Già l'anno seguente *Vacanze in America* (1984) di Carlo Vanzina adotta strategie molto diverse per la colonna sonora, riservando maggior spazio alla musica originale e scegliendo i brani in relazione alla loro carica semantica (anche in virtù della centralità del soggetto "americano" e di quell'immaginario, fortemente connotato musicalmente). In ogni caso, il modello della musica del futuro cinepanettone è ormai dato.

³⁷ De Luigi, 2008: 55.

³⁸ Bioni; Noto; Pescatore, 2016.

³⁹ Si pensi, ad esempio, a Claudio Cecchetto conduttore di Sanremo nel 1980.

Cfr. Tomatis, 2016: 83.

⁴⁰ Il mix è curato da DJ Miki Cino ed è disponibile sul suo sito personale www.mikicino.it e su Mixcloud, oltre che in alcuni video pubblicati su YouTube e poi parzialmente rimossi per violazione del copyright.

Fig. 1 – Pubblicità di compilation mixata, «Musica e dischi», luglio-agosto 1983.

QUESTO DISCO È STATO INTERPRETATO
DAI DISC JOCKEYS DI RETE 105
CHE VI AUGURANO BUONE...

DISCHI RICORDI S.p.A.
da sempre con la musica

PER ASCOLTARE I PROGRAMMI E LA MUSICA DI RETE 105
SINTONIZZATEVI SU QUESTE FREQUENZE:

LIGURIA: Milano 99.120 (105.400 Prox), Torino 98.800, Cuneo/Bergamo 99.000, Meda/Lecco 96.900, Genova/Imperia 100.000, Brescia 94.900-102.700, Pavia/Crema 98.800, Verona 94.900-98.800, Mantova 87.800-98.800 - PIEMONTE E VAL D'AOSTA: Torino 89.400, Novara 98.800, Ivrea/Alghero 91.200-91.000, Biella 98.800, Cuneo 101.200, In Val d'Aosta/Chiusella/Veruno 95.000, Aosta 98.000-98.700, Susa/Intra 100.800, Alessandria 99.400, Asti 98.800, Cuneo 98.800 - LOMBARDIA: Bergamo/Lecco 92.400-99.800-91.800, Imperia/San Marino 98.800-98.300, Vercelli 100.800, Saronno 92.400, S. Margherita/Peschiera/Trapani 98.700-98.800 - VENETO E FRIULI: Verona 87.800, Padova/Vicenza/Treviso 89.800, Padova 100.200-89.800, Venezia 99.000-100.200, Udine 98.800-100.100, Trieste 100.100, Fontanafredda 100.700-90.800, Treviso 88.800, Belluno/Mantova 100.100-89.800 - EMILIA ROMAGNA: Bologna 100.700, Parma 98.100, Reggio Emilia/Modena 99.200, Ferrara 87.700, Piacenza 96.800, Imola/Pesce 100.400, Modena/Piacenza/Asolo 98.400 - TOSCANA: Firenze 100.800, Grosseto/Pistoia 108.800, Livorno 97.400, Venezia/Pesce/Livorno 99.200, Siena/ Grosseto 100.800, Ancona/Asolo 98.000

- 1) PAOLO BOSELLO
- 2) ANGELO DE ROBERTIS
- 3) FEDERICO
- 4) LEOPARDO
- 5) LOREDANA
- 6) JOJO PASSATUTTO
- 7) ALEX PERONE
- 8) RENZO ROZZATO
- 9) GIANNI RISO
- 10) CLAUDIO SOTTILI
- 11) MAX VENEGONE

Fig. 2 – Copertina di "Mixage 2", Baby Records, 1983.



III. LA MUSICA DEL CINEPANETTONE DAGLI ANNI NOVANTA IN POI

Dopo il 1984 la produzione di film natalizi cessa fino al 1990. I due nuovi cinepanettoni che riaprono la serie – *Vacanze di Natale '90* (1990) e *Vacanze di Natale '91* (1991), entrambi di Enrico Oldoini – nascono fin dal titolo in diretta relazione con il predecessore del 1983, in forma di stilizzazione. Che il meccanismo di revival riguardi anche la formula del film-compilation è chiaro da subito: sia *Vacanze di Natale '90* sia *Vacanze di Natale '91* si aprono con l'attacco di un brano – rispettivamente *I Can't Stand It* e *Your Love Is Crazy* – che prosegue per tutti i titoli di testa, sincronizzato su immagini di sport invernali; gli stessi brani compaiono anche, insieme a immagini analoghe, nei rispettivi trailer. In entrambi i casi si tratta di un rifacimento del primo *Vacanze di Natale* (che si apriva con una sequenza analoga) virato però in una direzione più smaccatamente *dance*, e in cui è evidente il legame con il videoclip. *I Can't Stand It*, del duo olandese-americano Twenty 4 Seven, è tra i maggiori successi del 1990 (#6 nella *hit parade* annuale, primo titolo *dance* in classifica); *Your Love Is Crazy* è invece il singolo di debutto di Albertino (Sabino Alberto Di Molfetta), buon successo *italo-house* che «vendette intorno alle 40.000 copie e fu inserito in svariate compilation»⁴¹. In quel momento Albertino è già una delle voci di punta di Radio DeeJay, dove conduce *DeeJay Time*, programma di grande popolarità che contribuisce non poco alla diffusione del repertorio *dance* presso il pubblico giovanile. In entrambi i casi si tratta di prodotti che ben esemplificano le produzioni *house* dei primi Novanta al momento dell'emersione *mainstream* del genere, con l'uso massiccio di *sample* vocali e il tipico *house beat* elettronico.

La formula è ripetuta quasi uguale tre anni dopo, in *Vacanze di Natale '95* (1995) di Neri Parenti. La soluzione adottata per i titoli di testa è in questo caso differente: il brano scelto è *Last Christmas* degli Wham! (dunque, un brano “vecchio” a tema natalizio), associato con l'immagine statica di una palla di natale che, dopo il primo minuto, si allarga a comprendere l'intero albero e il sagrato di una chiesa (dove si svolgerà la prima scena). Tuttavia, l'accoppiata musica *dance* più immagini di sport invernali è replicata in diversi punti del film e nel trailer, il cui commento sonoro è affidato a *Me and You*, primo singolo di Alexia. Come per il primo *Vacanze di Natale*, anche in questo nuovo corso si possono riconoscere strategie economiche “di sistema”. Nei film del 1990 e del 1991, ad esempio, si ritrova 105 Network tra i partner della produzione. Il logo della radio compare anche nei trailer: si può dunque immaginare almeno una collaborazione a livello di promozione. In entrambi i casi la colonna sonora viene pubblicata anche su CD, rispettivamente da Discomagic e da Philips: a differenza del primo *Vacanze di Natale* si tratta in questi casi di *compilation soundtrack* molto più uniformi dal punto di vista stilistico, che vanno specializzando la “musica da cinepanettone” intorno a uno specifico *sound dance*.

Questa scelta si definisce ancora meglio nel 1995. La colonna sonora di *Vacanze di Natale '95* esce in un doppio CD e cassetta (*fig. 3*) con una selezione che, però, non raccoglie tutte le canzoni della *compilation soundtrack*: su tutte

⁴¹ Cfr. l'articolo di Giosuè Impellizzeri *Albertino Featuring David Syon - Your Love Is Crazy (X-Energy Records)*, pubblicato il 13 gennaio 2017 sul blog «Decadance - Musica elettronica a raggi x»: decadancebook.wordpress.com/2017/01/13/albertino-featuring-david-syon-your-love-is-crazy-x-energy-records (ultima consultazione 25 maggio 2020).

mancano *Last Christmas* e, ad esempio, *Scatman's World* di Scatman John, al centro di una delle sequenze più iconiche del cinepanettone in generale, la cosiddetta “discesa della morte” di Massimo Boldi ad Aspen (evocata in *Natale al cesso*). Vi sono inclusi, invece, altri titoli non presenti nel film, in forma di *DJ mix* («Compiled and supervised by Mauro Convertito – mixed by Favilli & Bresil»). La raccolta sta evidentemente già sfruttando un certo tipo di immaginario sonoro associato con i film di Natale ed è pubblicata da RTI Music. RTI già all’inizio del decennio (e prima ancora con la denominazione Five Record) aveva pubblicato numerose compilation di grande successo, ad esempio i primi titoli di *Hits on Five* o le serie *Danceteria* e *Discomania Mix*.

Il processo di associazione del *sound eurodance-house* al cinepanettone sembra dunque completarsi alla metà degli anni Novanta. Esso riguarda anche cinepanettoni a tema non natalizio, su tutti *Anni Novanta* (1992) e *Anni Novanta - Parte II* (1993) di Enrico Oldoini: il primo episodio in particolare si apre con una sequenza in discoteca su *Rhythm Is a Dancer* degli Snap! (presente anche nel trailer).



Fig. 3 – Cassetta 1 della compilation di “Vacanze di Natale ‘95”, RTI Music, 1995.

La sequenza di film a tema “vacanze di Natale” riparte nel 1999 con *Vacanze di Natale 2000* (1999) di Carlo Vanzina e – con un anno di salto, il 2000 in cui esce *Bodyguards - Guardie del corpo* di Neri Parenti – procede senza interruzioni fino al 2005 di *Natale a Miami* di Neri Parenti, che vede l’ultima apparizione della coppia Massimo Boldi-Christian De Sica; e ancora negli anni successivi, con la lunga serie dei *Natale a...* della Filmauro, con il solo De Sica, e i paralleli film con Boldi prodotti dalla Medusa. In questi titoli (sui quali non ci concentreremo) è evidente un uso della *compilation soundtrack* che riprende le medesime strategie dei cinepanettoni “classici” degli anni Ottanta e Novanta, anche in forma di un rifacimento nostalgico che diviene ora esplicito: in *Vacanze di Natale 2000* ricompare anche *Moonlight Shadow* di Mike Oldfield, incisa in una nuova versione (per ragioni di diritti); *Vacanze di Natale a Cortina* (2011) di Neri Parenti riprende invece *Maracaibo*, remixata da Bob Sinclair.

IV. TORMENTONI, DANCE E NOSTALGIA: LE “CANZONI DA CINEPANETTONE”

L’associazione semantica tra il cinepanettone e un certo tipo di musica *dance* appare – per il pubblico italiano degli ultimi trent’anni almeno – solidamente codificata, al punto che l’uno evoca inevitabilmente l’altra. Tale legame è ben riconoscibile, oltre che nelle parodie con cui si è aperto questo articolo, anche nelle più recenti riletture nostalgiche, che spesso rievocano il cinepanettone “classico” attraverso il medium della musica. Il già citato *DJ mix* omaggio a *Vacanze di Natale ’83*, che mixa le canzoni della colonna sonora insieme alle battute cult del film – prima di essere rimosso per violazione del copyright da Filmauro – aveva ormai superato il mezzo milione di visualizzazioni su YouTube. Ma, più in generale, è facile imbattersi in feste a tema *Eighties* o *Nineties* che del cinepanettone sfruttano l’immaginario, soprattutto da un punto di vista *trash*⁴²; così come non mancano CD dedicati che promettono «tutti i successi dei cinepanettoni da ballare»⁴³ (*fig. 4*) o *playlist* su Spotify che sovente raccolgono non solo i brani inclusi nelle colonne sonore, ma canzoni adatte

per le vacanze invernali e le feste da “cento barra centodieci invitati” (Cit. moglie dell’avv. Covelli)⁴⁴. Tre ore di ritmo, nostalgia, romanticismo e cafonate terribbili.⁴⁵

In effetti, la categoria “canzoni da cinepanettone” si può oggi estendere – da un punto di vista pragmatico – ben oltre il limite delle *compilation soundtracks* dei singoli film. Il che suggerisce come non si possa ridurre il tema della musica nel cinepanettone al solo «utilizzo di tormentoni musicali come colonna sonora»⁴⁶, ovvero allo sfruttamento di successi preesistenti, perlopiù scelti tra quelli della stagione passata.

⁴² Sul concetto di *trash* applicato agli anni Ottanta e Novanta cfr. Morreale, 2009: 187 e seguenti.

⁴³ *Cinepanettone Party*, Atlantis, 2012; www.discogs.com/it/Various-Cinepanettone-Party/release/10776384 (ultima consultazione 25 maggio 2020).

⁴⁴ Il riferimento è a *Vacanze di Natale* (1983) di Carlo Vanzina.

⁴⁵ *CinepanettonVacanze*, *playlist* creata da Giovanni Polselli su Spotify: open.spotify.com/playlist/0XwI2WSYYGpZIRYQ7qDsoj?p= (ultima consultazione 25 maggio 2020).

⁴⁶ Cucco, 2013: 475.

Fig. 4 – Copertina del CD
“Cinepanettone Party”,
Atlantis, 2012.



Di certo è vero che nel cinepanettone le canzoni «sono apprezzate non tanto per il loro significato, quanto per le esperienze che rievocano»: «l'importante non è che le canzoni siano particolarmente belle e appropriate, cosa conta è che siano state ascoltate da tutti»⁴⁷. Il meccanismo del tormentone sarebbe dunque sfruttato per costruire un paesaggio sonoro confortevole, che faccia leva sulle esperienze condivise del pubblico in sala, attraverso una forma di «nostalgia mediale» che è «individualizzazione del passato collettivo»⁴⁸. E che, nel caso del cinepanettone, è però «istantanea»⁴⁹, dato che si esercita verso oggetti recenti, appartenenti all'anno che sta finendo (trattandosi di film in sala a Natale). Allo stesso tempo, l'associazione con il cinepanettone è centrale – come abbiamo visto – anche nella circolazione intermediale dei brani della colonna sonora. Ciò è vero non solo a livello economico: è lo stesso brano legato al cinepanettone a divenire oggetto di nostalgia mediale in sé. In effetti, sembra esistere un canone di “canzoni da cinepanettone” particolarmente amate dai fan, che spesso – come ha sostenuto uno degli organizzatori del fan club di *Vacanze di Natale*⁵⁰ – vengono «identificat[e] esclusivamente con il film», indipendentemente dalla loro vasta diffusione. Una rapida ricerca su Google effettuata digitando “musica

⁴⁷ O'Leary, 2013: 40.

⁴⁸ Morreale, 2009: 8. Sul tema della nostalgia nei *soundtrack movies* cfr. anche Tincknell, 2006; Drake, 2003.

⁴⁹ O'Leary, 2013: 37.

⁵⁰ Pietro Di Nocera in O'Leary, 2013: 129.

cinapanettone” restituisce numerosi articoli che riportano gli elenchi dei brani inclusi nelle colonne sonore⁵¹; e, soprattutto se si circoscrive la ricerca all’epoca pre-Shazam, di *thread* su forum⁵² in cui gli utenti chiedono delucidazioni sul titolo di una singola canzone o sulla particolare versione utilizzata in un dato film:

[Domanda di Anonimo] come si chiama la canzone che si sente nel film VACANZE DI NATALE 95? parlo della canzone storica che si sente in sottofondo quando la figlia di massimo boldi incontra dylan (luke perry)... la canzone fa tipo ThP-ThP th-th-th o-ooh.

[Migliore risposta di Anonimo] Annie Lennox- No More “I Love You’s”.⁵³

Tuttavia, più che singole canzoni o tormentoni pop, è piuttosto una tipologia di brani e di *sound* a essere più frequentemente accostata al cinapanettone nel senso comune. Essa corrisponde – a volerla descrivere empiricamente – a quel repertorio *eurodance-house* che abbiamo riconosciuto come tipico degli anni Novanta e che ha evidentemente le sue radici nell’*italo-disco* anni Ottanta delle compilation *Mixage* e dintorni. E che a posteriori, nella percezione nostalgica di molti ascoltatori, è divenuto sineddoche⁵⁴ di “anni Novanta”, esattamente come l’*italo-disco* lo è di “anni Ottanta”. In alcuni cinapanettoni più tardi tale associazione è anche sfruttata attraverso i remix, e i tormentoni pop dell’anno non vengono inclusi in “originale” ma in versione *dance*. È il caso ad esempio di *Genie in a Bottle* di Christina Aguilera (del 1999), che compare in *Vacanze di Natale 2000* nel *remix house* firmato da Genius (alias Wim Daans) e che, a giudicare dalle reazioni al video postato su YouTube, è divenuto un piccolo oggetto di culto da parte dei fan.

[Utente Renato Fiore] GRANDE!!!!!!!!!!!! SONO ANNI, ANNI E ANNI CHE CERCO QUESTA VERSIONE!! UN GRAZIE GRANDE QUANTO UN PIANETA!!

[Utente Giauz] “Ma che è sta cafonata?” AHAHAHAH grande... questo remix è molto meglio della canzone originale

[Utente riden] finalmente la versione del film...⁵⁵

⁵¹ Cfr. ad esempio l’articolo di Nicola Calocero *Le canzoni che hanno fatto la storia del cinapanettone* pubblicato sul sito «Radio Nowhere» il 17 dicembre 2017: www.radiowhere.it/2017/12/17/le-canzone-che-hanno-fatto-la-storia-del-cinapanettone-di-nicola-calocero (ultima consultazione 25 maggio 2020).

⁵² Cfr. a titolo esemplificativo un post di esquisito89 pubblicato il 10 luglio 2007 sul sito «danceanni90.com»: www.danceanni90.com/forum/index.php?topic=2499 (ultima consultazione 25 maggio 2020).

⁵³ <https://it.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090304082241AAyrMix>.

⁵⁴ Sul concetto di “sineddoche” nella costruzione di senso della *popular music* cfr. Tagg, 2012: 524.

⁵⁵ Commenti al video *Genie in a Bottle - radio edit*, <https://youtu.be/K3clRdf5erU>.

Nel 2017 *Super vacanze di Natale* di Paolo Ruffini riporta nei cinema il meglio dei cinepanettoni in versione “compilation”, montando insieme le gag migliori di tutti i titoli della serie e dimostrando come tali film siano ormai divenuti oggetto di culto nostalgico (allo stesso tempo, l’operazione sembra suggerire come il filone si sia ormai esaurito). Ed è emblematico che i titoli di testa si aprano con la riproposizione di *Moonlight Shadow* nella versione originale del 1983, che quasi subito sfuma, in parallelo alle immagini, con un effetto di pellicola rovinata, per lasciare posto a un remix *techno* della stessa canzone.

V. «UNA COLONNA SONORA FATTA DI SPOT TIM E VODAFONE»: BRUTTA MUSICA PER BRUTTI FILM

Molti ascoltatori dunque intrattengono un profondo legame emotivo con le canzoni dei cinepanettoni, spesso associato a un sentimento nostalgico. Nonostante l’evidente importanza che queste musiche ricoprono per queste persone (o, forse, proprio a causa di essa), tale repertorio e, in senso lato, il *sound house-commerciale* tipico di questi film vengono identificati da molti come la “musica brutta” per eccellenza. Si tratta di un’associazione che prescinde dal legame con il cinepanettone, ma che rivela nella sua costruzione numerose affinità con il disprezzo che la critica ha sempre nutrito nei confronti dei film natalizi targati Vanzina e Neri Parenti, e che è stato oggetto di un’ampia decostruzione da parte di Alan O’Leary.

O’Leary sceglie di occuparsi del cinepanettone attraverso la «fenomenologia» (termine che ai lettori italiani certo evoca, in primis, la *Fenomenologia di Mike Bongiorno* di Umberto Eco⁵⁶) non con la volontà di essere «pungente, ironico e sarcastico» e di «distinguersi dall’oggetto in esame»⁵⁷ e dal suo pubblico, trattandolo (come farebbe Eco nel saggio in questione) come «altro» da sé. Piuttosto, l’approccio fenomenologico dovrebbe rimandare al senso che la parola ha negli studi religiosi: lo studioso irlandese, in effetti, usa il termine, oltre che con il più ovvio significato di «analisi e classificazione», anche con quello di «empatia», riconoscendo come tale sentimento sia «quasi impossibile da ottenere quando si parla di cinepanettone e del suo pubblico»⁵⁸. Insomma, come sosteneva lo stesso Eco nel 1964 (dando poco seguito all’intuizione, almeno in ambito musicale): l’intellettuale non deve disprezzare la massa, perché «in molti momenti della giornata ciascuno di noi è [massa], senza eccezioni»⁵⁹. Lo studio di oggetti complessi come il cinema popolare – o la *popular music* in generale – non può che partire dalla messa in discussione di un certo tipo di interpretazione snobistica, che rivela sempre e comunque una forma di distinzione socioculturale e di classe, tipica di certe comunità di ascolto più «competenti»⁶⁰ e istruite, che si identificano con le posizioni egemoni nella cultura in cui agiscono. Molte delle risposte delle interviste raccolte da O’Leary sulla natura del cinepanettone contengono pregiudizi di questo tipo, che in alcuni casi si estendono alla musica. Come sostiene uno degli intervistati, quella del cinepanettone è «una colonna

⁵⁶ Eco, 1963: 30-36.

⁵⁷ O’Leary, 2013: 13.

⁵⁸ O’Leary, 2013: 14.

⁵⁹ Eco, 1964: 277.

⁶⁰ Stefani, 1982.

sonora fatta di spot Tim e Vodafone»⁶¹, a sottintendere il riuso di melodie di facile presa, commerciali, non destinate a durare, compromesse con il mercato e aliene da una dimensione “artistica”, esattamente come lo sono i cinepanettoni. Insomma, brutta musica per brutti film.

Il sociologo Simon Frith ha sostenuto come il concetto di “musica brutta” («bad music»⁶²) assuma un valore solo «in un contesto valutativo, come parte di una discussione»⁶³. In effetti, tra i “discorsi” che nella nostra cultura più comunemente sono impiegati per delineare il campo della “musica brutta”, molti sono facilmente applicabili al repertorio pop da cinepanettone: musica “standardizzata” (in una prospettiva riconducibile al pensiero di Adorno) che suona tutta uguale, in opposizione all’imperativo romantico dell’originalità; musica “commerciale” (cioè eterodiretta dagli obblighi del mercato o, in una prospettiva marxista, dal «capitale»); musica “effimera”, non concepita per durare nella Storia ma per assolvere funzioni immediate e contingenti; musica “derivativa” (contro l’imperativo modernista del «make it new»); musica, insomma, “inautentica”, laddove è attiva nella nostra cultura una ideologia dell’autenticità che «anteponi l’innovazione alla tradizione, la creazione alla riproduzione, l’espressione personale alle abitudini correnti»⁶⁴.

A queste posizioni sono ovviamente collegati modelli di *sound*, di vocalità, di prossemica (tanto del *performer* quanto del pubblico) definitisi nel corso del lento processo di “artisticizzazione” della *popular music* avviatosi a partire soprattutto dagli anni Sessanta del Novecento⁶⁵. Se, come ha sostenuto altrove Frith, l’ingresso del rock nel campo dell’arte segue il percorso di un lento passaggio «dalle sale da ballo alle sale da concerto»⁶⁶, allora la costruzione del valore estetico non può prescindere anche da un’opposizione tra una musica da ascoltare e una da ballare, tra una musica per la testa (sul modello della “musica assoluta” di wagneriana memoria)⁶⁷ e una per il corpo, anche declinata in un’opposizione tra “alto” e “basso”. Ci sono pochi dubbi che la musica da cinepanettone appartenga alla seconda categoria. Tale relazione, in effetti, dovrebbe essere compresa in rapporto anche alla dimensione “carnevolesca” dei film natalizi, ben riconosciuta ancora da O’Leary, e al tema dell’*entertainment*, del *leisure*, della centralità del corpo.

Se pure è la musica a essere oggetto di giudizio di valore, secondo Frith «la spiegazione non è tanto musicale quanto sociologica»⁶⁸. In questo quadro concettuale, la brutta musica è sempre quella “degli altri”. In una prospettiva di classe, perlopiù implicita o mascherata da presunti dati oggettivi, essa coincide inevitabilmente con la musica di grande diffusione, che piace alle classi popolari (“la massa”) e che segue logiche diverse da quelle dei repertori “d’arte”. Anche in questo caso il parallelismo con il cinepanettone è evidente e non si limita all’aspetto del gusto (che, è bene ricordarlo, è sempre e comunque socialmente e culturalmente situato). Come suggerisce la polisemia intrinseca nell’espressio-

⁶¹ O’Leary, 2013: 81.

⁶² Frith, 2004: 14.

⁶³ Frith, 2004: 14.

⁶⁴ Cook, 2000: 16.

⁶⁵ Tomatis, 2019: 206-209.

⁶⁶ Frith, 1981: 52.

⁶⁷ Cfr. Dahlhaus, 1977.

⁶⁸ Frith, 2004: 15.

ne inglese *bad music*, il passaggio da “brutto” a “cattivo” (ovvero da dimensione “estetica” a dimensione “etica”) è comune ai discorsi sulla musica e a quelli sul cinema. Scrive a proposito O’Leary:

Infatti il discorso su questi film è prima di tutto un costante riferimento alla loro “volgarità” [...] e poi alla supposta indifferenza dei [loro] autori verso criteri artistici, come alla supposta celebrazione della condotta immorale dei suoi grotteschi protagonisti. Questi aspetti sono percepiti come una riflessione acritica e addirittura glorificante dei peggiori aspetti della società italiana. Per questo il cinepanettone viene considerato come il sintomo evidente, e in parte anche la causa, di quel presunto (e pasoliniano) “cambiamento antropologico” che ha portato alla vittoria della Destra in Italia.⁶⁹

Nell’ambito del cinema italiano tale passaggio è stato ad esempio discusso da Gian Piero Brunetta, che a proposito dell’arrivo degli anni Ottanta parla di «vera e propria regressione», e di «lunga agonia dell’*homo cinematograficus*»⁷⁰. Il riferimento cronologico è particolarmente rivelatore se viene esteso all’ambito musicale. La costruzione di una estetica “alta” della *popular music* nel nostro Paese, avviata nel corso degli anni Sessanta, attraversa effettivamente una fase di generale crisi tra la fine degli anni Settanta e l’inizio degli anni Ottanta⁷¹, in corrispondenza con l’emergere di quel nuovo sistema dei media che abbiamo qui descritto in relazione al primo *Vacanze di Natale* del 1983 e delle nuove pratiche musicali a esso connesse.

VI. CONCLUSIONE: UN «INVITO AD APPARTENERE»

Richard Dyer ha riconosciuto una delle peculiarità del cinema italiano dall’avvento del sonoro agli anni Sessanta nel ruolo che vi gioca la canzone, ricollegandone la stupefacente «pervasività» alla sopravvivenza di una «estetica della rivista»⁷². La logica del cinepanettone è certo differente: non si tratta di numeri musicali, né (con alcune eccezioni) di personaggi che cantano, quanto piuttosto della ineliminabile presenza di un commento sonoro *pop-dance* che sovente si prende la scena. E tuttavia, pure in un contesto mediale diversissimo, i punti di contatto ci sono, e riguardano una peculiare dimensione del medium-cinema che è quella della fruizione collettiva, in gruppo, nello spazio della sala cinematografica. Non a caso la “ritualità” del cinepanettone, da vedere (e sentire) insieme alla famiglia o agli amici durante le festività, è stata a più riprese riconosciuta. Ai film di Natale sembrerebbero essere connaturate (in assenza di effettivi rilievi empirici) modalità di fruizione molto diverse da quelle, spesso implicite in come pensiamo e analizziamo i film, che prevedono lo spettatore in silenzio al centro della sala, sorta di correlativo cinematografico dell’ascoltatore

⁶⁹ O’Leary, 2013: 14.

⁷⁰ Brunetta, 2007: 516, 506.

⁷¹ Tomatis, 2019: 518-529.

⁷² Dyer, 2013: 73.

«esperto» di Adorno, quello al quale «di norma non sfugge nulla e che in pari tempo sa rendersi conto in ogni istante di quello che ha ascoltato»⁷³.

È impossibile non ricollegare le scelte musicali del cinepanettone, e in senso lato del cinema popolare, al contesto in cui esso “esiste”. Se «più di tutto, la commedia è un invito ad appartenere»⁷⁴, lo stesso vale per la *popular music*, la musica che per eccellenza è “condivisa” da molte persone. La *compilation soundtrack* del cinepanettone è un dispositivo che evoca pratiche comunitarie: l’ascolto collettivo, il ballo, la discoteca, le vacanze, la dimensione della festa. Che poi quella particolare musica sia – per molte comunità di ascoltatori – la “brutta musica” *par excellence* è tema di un dibattito tanto cruciale quanto mai veramente risolto all’interno della musicologia: se il compito della stessa sia studiare il suono in relazione alle diverse comunità, ai loro rapporti con esso e alle diverse pratiche; oppure la “musica come arte” – qualunque cosa siano tanto “la musica” quanto “l’arte”. Nello specifico del caso italiano, una disamina delle pratiche musicali legate al cinepanettone non fa che confermare come uno degli snodi più decisivi sia proprio quello dei primi anni Ottanta, l’«inizio di ciò che siamo oggi»⁷⁵ anche nel cinema e nella musica, nel modo in cui li vediamo, ascoltiamo e valutiamo.

⁷³ Adorno, 1962: 7.

⁷⁴ Andy Medhurst, citato in O’Leary, 2013: 73.

⁷⁵ Gervasoni, 2012: 55.

**Tavola
delle sigle**

CD: Compact Disc
 CGD: Compagnia Generale del Disco
 DJ: Disc Jockey
 RAI: Radiotelevisione Italiana
 RTI: Reti Televisive Italiane

**Riferimenti
bibliografici****Adorno, Theodor W.**

1962, *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. M.; trad. it. *Introduzione alla sociologia della musica*, Einaudi, Torino 1971.

Altman, Rick

1999, *Film/Genre*, British Film Institute, London; trad. it. *Film/Genere, Vita e Pensiero*, Milano 2004.

Bisoni, Claudio; Noto, Paolo; Pescatore, Guglielmo

2016, *Total Entertainment. Rivedere la disco music*, «Cinergie», vol. 9, aprile.

Bolter, Jay David; Grusin, Richard

1999, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge (Massachusetts).

Brunetta, Gian Piero

2007, *Il cinema italiano da "La dolce vita" a "Cento chiodi"*, Laterza, Roma/Bari.

Castelli, Vittorio

1984, *Planning Now for Better Tomorrows*, «Billboard», vol. 96, n. 51, 22 December.

Cook, Nicholas

2000, *Music: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Oxford; trad. it. *Musica. Una breve introduzione*, EDT, Torino 2005.

Cucco, Marco

2013, *Il cinepanettone nell'economia del cinema italiano*, «Economia della cultura», a. XXIII, n. 4, dicembre.

Dahlhaus, Carl

1977, *Grundlagen der Musikgeschichte*, Gerig, Köln; trad. it. *Fondamenti di storiografia musicale*, Discanto, Fiesole 1980.

De Luigi, Mario

2008, *Storia dell'industria fonografica in Italia*, Musica e Dischi, Milano.

Drake, Philip

2003, *"Mortgaged to Music": New Retro Movies in 1990s Hollywood Cinema*, in Paul Grainge (ed.), *Memory and Popular Film*, Manchester University Press, Manchester 2003.

Dyer, Richard

2013, *The Pervasiveness of Song in Italian Cinema*, in Louis Bayman, Sergio Rigoletto (eds.), *Popular Italian Cinema*, Palgrave Macmillan, New York 2013.

Eco, Umberto

1963, *Diario Minimo*, Bompiani, Milano.
 1964, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano; ed. 2008.

Fabbri, Franco

2008, *Il suono in cui viviamo. Saggi sulla popular music*, il Saggiatore, Milano.
 2012, *How Genres Are Born, Change, Die: Conventions, Communities and Diachronic Processes*, in Stan Hawkins (ed.), *Critical Musicological Reflections: Essays in Honour of Derek B. Scott*, Ashgate, Aldershot 2012.

Frith, Simon

1981, *Sound Effects. Youth, Leisure, and the Politics of Rock'n'Roll*, Pantheon Books, New York.

2004, *What Is Bad Music?*, in Derno, Maiken, Washburn, Christopher J. (eds.), *Bad Music: The Music We Love to Hate*, Routledge, London/New York 2004.

Gervasoni, Marco

2012, *Lo spirito di un decennio. Gli anni Ottanta, il cinema, la storia*, «Cinema e storia. Rivista di studi interdisciplinari», a. I, n. 1.

Manzoli, Giacomo

2012, *Da Ercole a Fantozzi. Cinema popolare e società italiana dal boom economico alla neotelevisione (1958-1976)*, Carocci, Roma.

Menarini, Roy

2002, *La parodia nel cinema italiano. Intertestualità, parodia e comico nel cinema italiano*, Airplane, Bologna.

2003, *Il sosia ridicolo: lo spettatore e la parodia cinematografica*, in Anna Antonini (a cura di), *I film e i suoi multipli - Film and Its Multiples*, Atti del IX Convegno Internazionale di Studi sul Cinema, Forum, Udine 2003.

Monteleone, Franco

2003, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia.

Morreale, Emiliano

2009, *L'invenzione della nostalgia. Il vintage nel cinema italiano e dintorni*, Donzelli, Roma.

O'Leary, Alan

2013, *Fenomenologia del cinepanettone*, Rubbettino, Soveria Mannelli.

Olivieri, Ugo M.

2011, *Lo specchio e il manufatto: la parodia letteraria in M. Bachtin, "Tel Quel" e H.R. Jauss*, Franco Angeli, Milano.

Rizzo, Sergio; Stella, Gian Antonio

2007, *La casta*, Rizzoli, Milano.

Rodman, Ronald

2006, *The Popular Song as Leitmotif in 1990s Film*, in Phil Powrie, Robynn J. Stilwell (eds.), *Changing Tunes: The Use of Pre-existing Music in Film*, Ashgate, Aldershot 2006.

[s.n.]

1983, *Laboratorio - Reggono le compilations*, «Musica e Dischi», a. XXXIX, n. 446, ottobre.

Spinetoli, John Joseph

1997, *Artisti in classifica (album) 1970-1996*, Musica e Dischi, Milano.

Stefani, Gino

1982, *La competenza musicale*, Clueb, Bologna.

Tagg, Philip

2012, *Music's Meanings: A Modern Musicology for Non-musos*, The Mass Media Music Scholars' Press, New York/Huddersfield.

Tincknell, Estella

2006, *The Soundtrack Movie: Nostalgia and Consumption*, in Ian Conrich, Estella Tincknell (eds.), *Film's Musical Moments*, Edinburgh University Press, Edinburgh 2006.

Tomatis, Jacopo

2016, *I ragazzi di oggi e la nostalgia canaglia. Il Festival di Sanremo, i media e la canzone italiana*, «Bianco e Nero», n. 585, novembre.

2019, *Storia culturale della canzone italiana*, il Saggiatore, Milano.

Verrina, Francesco Cataldo

2018, *Italo Disco Story 3: il dominio italiano sulla dance culture anni '80*, Edizioni Kriterius [on-line edition].

Vita, Vito

2019, *Musica solida. Storia dell'industria del vinile in Italia*, Miraggi Edizioni, Torino.

