

imago 14

studi di cinema e media



Dossier:

Ears Wide Open

Il paesaggio sonoro negli studi di cinema e media

a cura di

Tiziano Bonini e Marta Perrotta



Hanno collaborato all'editing di questo numero:

??

In copertina:

??

grafica: Anna Bulzoni

ISSN 2038-5536

ISBN 978-88-6897-???-?

© 2017 by Bulzoni editore

È vietata la traduzione, la memorizzazione elettronica,
la riproduzione totale o parziale, con qualsiasi mezzo,
compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico.

L'illecito sarà penalmente perseguibile
a norma dell'art. 171 della Legge n. 633 del 22/04/1941

<http://www.bulzoni.it>
e-mail: bulzoni@bulzoni.it

Sommario

Dossier. Ears Wide Open. Il paesaggio sonoro negli studi di cinema e media

a cura di Tiziano Bonini e Marta Perrotta

Nota dei curatori

Peter Lewis, *Ricordando la radio*

Anne Karpf, *Speaking Sex to Power? The Female Voice as a Dangerous Instrument*

Gaia Varon, *Strategie visive per un ascolto immersivo. Herbert von Karajan e la regia televisiva dei concerti sinfonici*

Anna Bisogno, *Suoni e rumori della televisione generalista: lo schermo come spazio di ascolto*

Daniela Cardini, Gianni Sibilla, *Soglie sonore. La canzone nelle scene e nelle sigle delle serie tv*

Enrico Menduni, *La voce intercambiabile. Il suono negli anni Venti e Trenta tra film, cinegiornali e radio*

Andrea Rabbito, *La dimensione sonora dell'“immagine silenziosa”*

Diletta Cultrera, *Il soundscape in Fuocoammare di Gianfranco Rosi*

Valerio Sbravatti, *Bagni sonori. Nuove frontiere del suono immersivo tra cinema e altri media*

Tian Jiyuan, *Cause or Source: Refining the Concept of “Acousmatic” in Michel Chion’s Film Sound Theory*

Mauro Di Donato, *Estetica e prassi del suono multicanale nel cinema contemporaneo*

Luca Bandirali, *La trilogia dei banchi di suono. Riccardo Giagni e la musica per il cinema di Marco Bellocchio*

Simone Dotto, Francesco Federici, *Riascoltare la guerra. Archeologie sonore nell'arte contemporanea*

Leandro Pisano, *Traslazioni sonore: muoversi negli spazi acustici della contemporaneità post-digitale*

Raffaele Pavoni, *Dai videoclip ai paesaggi sonori. Nuove audience digitali e music video portability*

Claudia Attimonelli, *Linguaggio ed estetica della musica elettronica attraverso i paesaggi sonori e le opere audiovisive di Jeff Mills*

Saggi

Laura Leuzzi, *Sulla re-installazione e l'esposizione di film e video d'artista degli anni Settanta e Ottanta: alcuni spunti su un dibattito critico aperto tra pratica e teoria*

Camila Dutervil, *Dal cinema antropologico condiviso al cinema indigeno*

Recensioni

Francesco Casetti, *La Galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene* (Bompiani, Milano 2015), di Damiano Garofalo

Paolo Bertetto, *Il cinema e l'estetica dell'intensità* (Mimesis, Milano-Udine 2016) di Silvio Alovio

Thomas Elsaesser, *Film History as Media Archaeology: Tracking Digital Cinema* (Amsterdam University Press, Amsterdam 2016) di Giuseppe Gatti

Vittorio Gallese e Michele Guerra, *Lo schermo empatico. Cinema e neuroscienze* (Raffaello Cortina, Milano 2016), di Dario Cecchi

Nota dei curatori

Questo numero di «Imago» si propone di mettere in relazione studiosi di cinema, televisione, radio e altri media sul comune terreno epistemologico del suono inteso come forma di comunicazione, intrattenimento, pratica creativa e partecipativa attraverso i vari linguaggi, dal film alla televisione, dal web al videogioco, dalla radio alle arti visuali.

Dal Duemila a oggi infatti, il territorio degli studi sul suono si è popolato di pubblicazioni che incrociano le competenze di varie discipline – estetica, semiotica, sociologia, antropologia, media e *cultural studies*, e al loro interno in particolare i *radio studies* – e ci offre riflessioni elaborate sulla rilevanza della dimensione sonora nelle forme espressive contemporanee e sul ruolo della sfera uditiva e delle culture di ascolto nella vita quotidiana. Di recente poi, la bibliografia sul tema ha subito una crescita tale che si può parlare di una vera e propria ‘svolta sonora’ nei media studies, un risveglio dell’attenzione verso l’audio, anticipato da un evento unico nel mondo dell’arte contemporanea: la vittoria di una installazione sonora realizzata da Susan Philipsz al *Turner Prize for Contemporary Art* nel 2010.

Seguendo questa traccia, negli ultimi anni la ricerca ha prodotto il volume antologico di Michael Bull e Les Back (2003) *The Auditory Culture Reader*, tradotto da Il Saggiatore con il titolo *Paesaggi Sonori*, riprendendo ed estendendo le suggestioni di Murray Schafer; il lavoro di Veit Erlmann (2004) *Hearing Cultures. Essays on Sound, Listening and Modernity*; il libro di Brandon La Belle *Acoustic Territories. Sound Culture and Everyday Life*, del 2010; il lavoro di Salomé Voegelin (2010), *Listening to Noise and Silence: Toward a Philosophy of Sound Art* e i più recenti libri curati da Jonathan Sterne (*The Sound Studies Reader*, 2012) e da Michael Bull (*Sound Studies: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, 2013), fino all’affascinante studio di David Hendy *Noise. A Human History*, sempre del 2013, e al contemporaneo lavoro di Kate Lacey, *Listening Publics*.

Attraverso casi di studio dedicati ai mezzi, ai luoghi di ascolto e produzione sonora, alle forme espressive fino alle tecnologie che pongono il suono al centro della produzione creativa nel cinema e negli altri media – pensiamo al podcasting –, questa letteratura stimola riflessioni che indagano uno spazio intellettuale vasto e densamente popolato, in cui è possibile focalizzarsi sui modi diversi in cui il suono interagisce con l’immagine, con lo spazio pubblico e con quello privato, aprendosi a

prospettive storiche ed epistemologiche in grado di arricchire un ambito di studi ampio ed eterogeneo, che ancora probabilmente difetta di metodologie condivise.

Pertanto, questo volume vuole porsi come strumento per una ricognizione del modo in cui gli studi sul suono 'riecheggiano' nella ricerca sul cinema e sui media oggi in Italia.

Peter Lewis, uno dei fondatori dei *radio studies* britannici, apre questo numero con un saggio di stampo etnografico sull'ascolto radiofonico pre-televisivo. La sua è un'auto-etnografia che si dà come obiettivo quello di riflettere, come uno specchio deformato dai ricordi, la sua biografia di giovane ascoltatore radiofonico, all'interno di un contesto familiare in cui tutti ascoltavano la radio. È forse il saggio che incarna meglio il titolo di questo numero speciale – *Ears Wide Open* – perché restituisce al lettore un'immagine di quel mondo in cui lo spazio domestico era ancora dominato dal suono mediatizzato e il senso dell'udito più sollecitato ed esteso di quanto lo sarebbe stato dopo l'arrivo dei primi televisori nelle case. Il saggio di Lewis, sebbene sia concentrato nel riesumare, attraverso un processo di archeologia della memoria personale, un ambiente sonoro molto lontano dai nostri giorni, ci è utile per capire le differenze tra i contesti domestici iper-mediatizzati dei nostri giorni con i tempi in cui la radio era l'unica, e certamente la più significativa, fonte di suono mediatizzato.

L'articolo di Anne Karpf, che pubblichiamo in inglese, ricostruisce anche da un punto di vista teorico la storia della discriminazione della voce femminile nelle sue manifestazioni pubbliche e in particolare nel broadcasting radiofonico: tra pregiudizi e tentativi di riappropriazione di un ruolo più centrale, si affronta il paradossale confronto tra voci maschili disincarnate e voci femminili percepite in associazione al corpo che le esprime e dunque associate a un potere erotico e seduttivo considerato pericoloso.

Gaia Varon si concentra sulla regia televisiva dei concerti sinfonici diretti da Herbert Von Karajan, un'esperienza che, sebbene lontana cronologicamente dagli sviluppi tecnologici che hanno portato oggi all'ascolto immersivo, può essere riletta in una chiave inedita, data la sua straordinaria rottura rispetto ai paradigmi registici più classici, che prevedevano il percorso visivo esclusivamente come ausilio didascalico.

L'articolo di Anna Bisogno propone una ricognizione degli studi sul suono televisivo, richiamando l'attenzione su un campo poco praticato, nonostante la sua importanza nell'esperienza del consumo mediale, e situando le riflessioni teoriche specifiche sul medium domestico per eccellenza tra gli studi sulla radio e quelli sul sonoro del cinema, a cui sempre più spesso la televisione tende nel processo di digitalizzazione che la vede protagonista.

Il contributo di Daniela Cardini e Gianni Sibilla mette a fuoco il tema dell'inserimento della *popular music* nella narrazione delle serie tv americane contemporanee, e in particolare il ruolo che la canzone pop può rivestire nella sigla e nel tessuto narrativo di specifiche scene. La scelta di canzoni, artisti, generi da privilegiare nel testo seriale rientra nella definizione dell'identità di un prodotto, prefigu-

randone il target e allargandone la portata economica, culturale e simbolica.

Gli anni Trenta sono il focus della ricerca di Enrico Menduni, che mette insieme le riflessioni sull'affermazione del doppiaggio nell'industria cinematografica italiana, nel passaggio dal cinema muto a quello sonoro, e riscopre la figura di Guido Notari, una grande voce del periodo, attivo tra giornali radio dell'Eiar, cinegiornali e film, come attore e doppiatore, e poi anche nel dopoguerra alla Rai e alla Settimana Incom.

Andrea Rabbito propone una chiave di lettura originale delle «immagini silenziose» nel cinema e ne mette in evidenza la loro dimensione “sonora”, analizzando, tra le altre cose, quei film che hanno recuperato le immagini silenziose del passato con l'intento di rendere sensibilmente percepibile quella loro dimensione sonora che era in queste suggerita. In questo modo l'immagine silenziosa, sostiene Rabbito, grazie al cinema che la recupera e la ripropone mediante le specificità del suo linguaggio, si riappropria, o meglio rende esplicito il possesso tutto illusoriamente in potenza, della sua sfera acustica.

Realismo documentario e cinema di poesia sono i confini entro cui si muove il lavoro di Francesco Rosi *Fuocoammare*, oggetto del saggio di Diletta Cultrera, che affronta le forme di costruzione del soundscape della pellicola vincitrice dell'Orso d'oro a Berlino (2016) attraverso tre livelli di analisi: la presa diretta come scelta registica principale, il montaggio sonoro in post-produzione per dare intensità al paesaggio sonoro, e le implicazioni estetiche, poetiche e documentarie delle canzoni utilizzate nella diegesi.

Il saggio di Valerio Sbravatti indaga sulle potenzialità, le analogie e le differenze nell'uso delle tecnologie sonore immersive da parte dell'industria dell'audiovisivo, rilevando la presenza di almeno due modelli di costruzione dello spazio sonoro, e riflette sulla questione del realismo, che negli studi sul cinema riemerge prepotentemente pressoché a ogni introduzione di nuovi sistemi sonori.

Tian Jiyuan, giovane ricercatore della Columbia University, propone un'originale rilettura e riformulazione del concetto di suono acusmatico di Michel Chion. Il suo articolo non è una critica alla teoria di Chion ma un tentativo di sviluppare ulteriormente il concetto di suono acusmatico. Secondo Jiyuan, questo concetto in Chion rimane ancora un po' vago e l'autore propone quindi di risolvere questa natura ancora “rarefatta” del concetto distinguendo tra la causa e la fonte del suono nel cinema ed elabora una nuova tassonomia dei processi di de-acusmatizzazione. Inoltre, l'autore applica la nuova matrice teorica sviluppata nell'articolo allo studio dello spazio filmico, contribuendo a sviluppare il concetto di Chion dell'«offscreen sound».

Mauro Di Donato esplora invece l'estetica e la prassi del suono multicanale nel cinema contemporaneo, attraverso una dettagliata analisi di sequenze filmiche di recente produzione in cui è stato fatto ampio uso di questo tipo di missaggio. Il cinema multicanale tende a stabilire un equilibrio tra esigenze narrative e spettacolari attraverso un criterio di distribuzione delle informazioni sonore relativamente sta-

bile. Canale centrale (ascolto monoaurale): dialoghi e principali informazioni narrative, musica, effetti speciali e ambiente; canali destro/sinistro (fronte stereofonico): musica, effetti speciali e ambiente; canali surround (stereofonici): musica, effetti speciali e ambiente; canale per le basse frequenze: effetti speciali e musica.

Luca Bandirali si concentra invece su un trittico di film del regista Marco Bellocchio (*L'ora di religione*, *Buongiorno, notte* e *Il regista di matrimoni*) e sul lavoro di Riccardo Giagni, che riveste i ruoli del compositore, del consulente musicale e del sound designer, costituendo a tutti gli effetti un polo dialettico per Marco Bellocchio nell'intera fase di produzione, dalla scrittura fino al montaggio e al missaggio. Il suono, in questi tre film, sostiene Bandirali, non occupa più una posizione ancillare rispetto al campo visivo, ma si propone di offrire all'opera audiovisiva un contributo analogamente strutturale in qualità di campo sonoro e rappresenta quindi un esempio di ricerca specifica e innovativa sul suono cinematografico.

Mettendo a fuoco alcune pratiche estetiche legate al suono in contesti urbani che si intersecano con la radio arte e la *sound art*, Leandro Pisano affronta il tema dell'esperienza d'ascolto negli ambienti acustici aumentati dell'epoca post-digitale, cogliendo la dimensione della mobilità come condizione attiva dell'ascolto e traslando la nozione tradizionale, elaborata negli studi storici del *soundscape* da Murray Schaefer, di paesaggio sonoro come ambiente sonoro specifico.

Il lavoro di Simone Dotto e Francesco Federici prende in esame l'arte sonora di due tra i protagonisti più importanti della *sound art*, Susan Philipsz e Bill Fontana. In particolare gli autori si concentrano su alcune opere sonore sviluppate dai due artisti per spazi museali ed eventi come Documenta 2012 che fanno uso di materiali sonori d'archivio nel tentativo di rievocare «sonosfere» passate. Gli autori concludono sostenendo che l'arte sonora, in alcune delle sue declinazioni, può sviluppare una nuova relazione del visitatore del museo agli oggetti riscoperti, portati a galla dalla storia, così come allo spazio che lo circonda facendolo percepire con qualità rinnovate.

Raffaele Pavoni si occupa dei videoclip e del loro ruolo nella fruizione della musica pop, in un contesto mediale in cui quest'ultimo è transitato dalle televisioni musicali alle piattaforme di video-sharing digitale e la funzione promozionale tradizionalmente attribuita alle immagini in movimento sembra aver subito un forte ridimensionamento, o quantomeno una ridefinizione. L'industria culturale, sostiene Pavoni, fornisce i prodotti e gli strumenti per manipolare tali prodotti, ma non ha alcun controllo sulle modalità di tale manipolazione, ed è anche di questa libertà, incrementata dalla digitalizzazione e convergenza dei media tradizionali e dalla svolta del web in senso partecipativo, che si nutre la produzione musicale e videomusicale.

Il saggio di Claudia Attimonelli, che chiude il dossier, prende le mosse «dall'incoraggiamento di Luigi Russolo nel 1913 ad attraversare “una grande capitale moderna con le orecchie piuttosto che gli occhi”» e offre una lettura interpretativa, con un

approccio socio-semiotico, alla musica elettronica e in particolare alla techno e alle opere audiovisive di Jeff Mills.

In conclusione, questo dossier, animato da una vocazione trans-disciplinare e trans-mediale, ha voluto provare a fare il punto sulle direzioni che la ricerca italiana sta prendendo intorno al rapporto tra suono, ambienti urbani, arte e *media studies*. È una ricerca, per i saggi che abbiamo avuto modo di ricevere, ancora molto frammentata, poli-metodologica, che procede per isole piuttosto che per reti, dove molti autori conoscono e rielaborano il pensiero dei *sound studies* europei ed americani, ma dove latitano le citazioni e i riferimenti alla scena italiana. Questo volume è un tentativo di unire le varie isole, nella speranza che chi in Italia si occupa di questi temi, anche da prospettive diverse, possa avvicinarsi e inizi a costruire legami e trame di ricerca più condivise.

t.b., m.p.

Soglie sonore.

La canzone nelle scene e nelle sigle delle serie tv

Daniela Cardini, Gianni Sibilla

Il ruolo della colonna sonora nel film è stato ed è tuttora oggetto di analisi approfondite nell'ambito dei film studies internazionali¹. Di recente sembra essersi acceso l'interesse verso il ruolo della musica nelle serie tv, che aggiunge un ulteriore livello di complessità alla forma mediale forse più stimolante e innovativa degli ultimi anni². Questo contributo si propone di concentrarsi su un ambito ancora scarsamente esplorato, che riguarda le funzioni della canzone pop nelle serie tv nella sigla e nel tessuto narrativo.

Negli anni Ottanta e Novanta gli studi sul testo audiovisivo si sono incrociati con quelli sulla *popular music*, identificando il videoclip come oggetto privilegiato di analisi. La letteratura si è svincolata dal suo iniziale legame con il tema del postmoderno, ampliandosi sia verso le dinamiche industriali e televisive, sia verso l'integrazione narrativa tra la componente visiva e quella verbale/musical³. In queste pagine forniremo alcuni spunti e ipotesi di lavoro, a partire dal classico concetto genettiano di soglia e paratesto, grazie al quale è possibile circoscrivere gli oggetti che intendiamo considerare.

In riferimento alla serialità televisiva, la canzone pop è particolarmente interessante perché svolge una doppia funzione paratestuale, unendo alla dimensione

¹ Cfr. tra gli altri: Claudia Gorbman, *Unheard Melodies: Narrative Film Music*, BFI, London 1987; Daniel Goldmark, Lawrence Kramer, Richard Lepperts (a cura di), *Beyond the Soundtrack*, University of California Press, Berkeley 2007; Sergio Miceli, *Musica per film. Storia, Estetica, Analisi, Tipologie*, Ricordi-LIM, Milano, 2009.

² Cfr. Jason Mittell, *Complex Tv. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York 2015.

³ Per una ricostruzione del dibattito sul videoclip si veda Simon Frith, Andrew Goodwin, Lawrence Grossberg (a cura di), *Sound and Vision. The Music Video Reader*, Routledge, London-New York 1993 e Gianni Sibilla, *Musica da vedere. Il videoclip nella televisione italiana*. Roma, Eri-Rai/VQPT, 1999. Per un'introduzione allo studio della popular music, si veda Roy Shuker, *Understanding Popular Music*, Routledge, London 2001 e Gianni Sibilla, *I linguaggi della musica pop*, Bompiani, Milano 2003.

sonora (suoni, melodie, genere) la componente verbale⁴. Affronteremo il fenomeno da un duplice punto di vista. Da un lato, analizzeremo come l'inserimento della canzone a commento di una scena permetta di espandere il significato di quest'ultima, evidenziando sia alcune caratteristiche paratestuali della forma canzone che agiscono sull'interpretazione della scena stessa (e della serie), sia le dinamiche industriali sottese alla selezione di un particolare brano musicale. Dall'altro lato, osserveremo come la scelta di inserire una canzone nella sigla di una serie tv agisca come una sorta di "detonatore paratestuale": poiché la sigla è essa stessa una soglia⁵, l'unione con la dimensione sonora e verbale della canzone ne potenzia opportunità e rischi, che verranno brevemente illustrati da alcuni esempi recenti.

1. *La canzone nelle scene: un amplificatore di senso*

La relazione fra dimensione sonora, verbale e iconica della canzone con l'audiovisivo è stata studiata principalmente nella forma del videoclip⁶, in cui sono stati individuati tre prevalenti modelli di relazione con le immagini: il modello concettuale, la performance e il modello narrativo⁷. Nel primo, il più diffuso, le immagini si ispirano in maniera non letterale alle *lyrics*, espandendone il significato tramite quella che Hebdige definisce «densità referenziale»⁸. Il secondo modello, la performance, mette in scena direttamente l'artista che esegue il brano musicale, spettacolarizzandone l'esecuzione. Infine, meno frequente è il modello narrativo, in cui le immagini illustrano le parole in maniera letterale.

Negli anni Ottanta il videoclip è stato al centro del dibattito accademico e sociale sul ruolo della musica pop e delle emittenti musicali nell'industria culturale, in ragione del suo portato innovativo sulla relazione fra testo ed immagine⁹. Tuttavia, all'inizio degli anni Zero le mutate coordinate del mercato musicale e televisivo ne hanno decisamente depotenziato il ruolo. La crisi è coincisa con il declino delle emittenti musicali, che già dalla fine del decennio precedente avevano modificato la

⁴ Per indicare l'elemento verbale nelle canzoni pop verrà utilizzato il termine inglese *lyrics*, per evitare la sovrapposizione ambigua del termine "testo" con il più complesso concetto omonimo elaborato in ambito semiotico.

⁵ Gérard Genette, *Seuils* [1987], tr. it. *Soglie. I dintorni del testo*, Einaudi, Torino 1989, pp. 3-4.

⁶ Cfr. Simon Frith, Andrew Goodwin, Lawrence Grossberg (a cura di), *The Music Video Reader*, cit.

⁷ Cfr. Gianni Sibilla, *Musica da vedere*, cit.

⁸ Dick Hebdige, *Hiding in the Light* [1988], tr. it. *La lambretta e il videoclip*, EDT, Torino 1991.

⁹ Cfr. il numero monografico del «Journal of Communication Inquiry», vol. 36 n. 1, inverno 1986 e la monografia di Ann Kaplan, *Rocking Around The Clock*, Routledge, London 1988. Su MTV, si veda Andrew Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1993.

propria fisionomia in direzione di un modello non più esclusivamente orientato alla musica, ma più genericamente rivolto al pubblico giovane¹⁰.

L'ipotesi che ci proponiamo di esplorare è che soprattutto nell'ultimo decennio il ruolo comunicativo e industriale del videoclip sia stato assorbito e rivitalizzato dall'inserimento della canzone pop nelle serie tv: oggi la serialità televisiva offre alla canzone la visibilità e la possibilità di diffusione che negli anni Ottanta appartenevano alle emittenti musicali¹¹. Sovrapponendosi o sostituendosi alle parole e ai pensieri dei personaggi e conferendo loro una profondità psicologica ulteriore rispetto al dialogo o alla musica senza *lyrics*¹², la componente verbale della canzone agisce come amplificatore di senso.

Ad un primo sguardo, le canzoni a commento delle scene mostrano alcune analogie col modello industriale e le funzioni narrative del videoclip, ma con diverse proporzioni e pesi. Fino agli Novanta, la prassi più frequente era la performance diegetica: un cantante veniva inserito in una scena nella parte di se stesso. Nella serialità più recente sembra invece prevalere la forma extra-diegetica che però assume raramente il modello concettuale e svolge più spesso la funzione narrativa e letterale. Infatti, a differenza del videoclip (e della sigla, come vedremo), la canzone nelle scene non è sottoposta alle logiche della ripetizione: viene ascoltata un'unica volta, in relazione a quella particolare scena. Di conseguenza, il modello più diffuso per rappresentare la relazione fra immagini, testo e suono è l'integrazione narrativa, che permette un rapporto diretto e reciproco, quasi didascalico, fra *lyrics* e immagini.

Ipotizziamo inoltre che le canzoni nelle serie svolgano almeno tre funzioni paratestuali. In primo luogo un ruolo tattico, ovvero orientato al raggiungimento di un obiettivo immediato, che coincide con la risoluzione o la chiusura di una scena attraverso la sovrapposizione tra le *lyrics* ed il segmento narrativo in cui sono inserite. Un secondo ruolo è quello strategico, cioè la loro funzione in base a scelte ed obiettivi a lungo termine. La scelta complessiva delle canzoni, degli artisti e dei generi musicali inediti in un testo seriale narrativo contribuisce a determinarne l'identità e l'immagine, prefigurandone il target di riferimento. La scelta di uno stile omogeneo delle canzoni contestualizza la cornice narrativa in cui si collocano i personaggi, spesso attribuendo loro una affinità con un genere musicale che li definisce. Infine, un terzo ruolo della canzone (in questo caso anche della sigla), riguarda le dinami-

¹⁰ Cfr. Henry Keazor, Thorsten Wübbena (a cura di), *Rewind, Play, Forward: The Past, Present and Future of Music Video*, Transcript-Verlag, 2011.

¹¹ Cfr. John Fiske, *Television Culture*, Routledge, New York 1987; Ilaria Moschini, *Music and Series: the Verbalizing Role of Soundtrack Lyrics from TV Series to User-generated Narrations*, «Visual Communications», vol. 10 n. 2, 2011.

¹² Cfr. Ian Garwood, *The pop song in film*, in John Gibbs e Douglas Pye (a cura di), *Close Up #1*. Wallflower Press, Londra 2006, pp. 89-166.

che creative e produttive dell'industria discografica e televisiva, che influenzano i criteri di selezione di brani e artisti e ne evidenziano – come accadeva per il videoclip – rapporti di forza e ricadute economiche¹³. Vediamo da vicino ciascuno di questi ruoli, con l'aiuto di alcuni esempi.

Se fino agli anni Novanta la canzone veniva utilizzata prevalentemente in funzione diegetica, il suo potenziale tattico, strategico e industriale esplose nel nuovo millennio con la serie *The O.C.* (Fox 2003-2007), che segna l'affermazione del modello non-diegetico ispirato al videoclip ed attribuisce alla canzone un ruolo narrativo decisivo¹⁴. Per la prima volta la canzone pop viene largamente utilizzata come paratesto tattico, capace di amplificare gli stati d'animo dei protagonisti e di attivare contemporaneamente l'emotività dello spettatore, delegando alle *lyrics* l'espansione verbale dei sentimenti non esplicitati nei dialoghi. Il suo ruolo è talmente rilevante da rivestire anche un ruolo strategico, ad esempio posizionando la serie su un target commerciale preciso (gli adolescenti) grazie ad uno stile musicale che ne delinea l'identità generazionale. Esempio è il caso del brano *Hallelujah*, scritto da Leonard Cohen, che non solo viene utilizzato in funzione tattica in una delle scene più famose della serie (la morte di Marissa), facendosi carico di esprimere i sentimenti dei protagonisti e definire il mood della scena, ma nelle sei stagioni ritorna altre tre volte in versioni diverse (tra cui quella di Jeff Buckley), diventando un *leit motiv* che agisce sia sulla risonanza emotiva in relazione alle singole scene, sia sull'attivazione della memoria dello spettatore rispetto all'intera serie¹⁵.

Un ulteriore utilizzo della canzone in funzione tattica introdotto da *The O.C.* verrà ripreso nella Grande Serialità degli anni Duemila¹⁶: il commento al *season finale* e al *series finale*. Sottolineando la lunga sospensione o la definitiva chiusura narrativa, le lyrics assumono il ruolo di voce off, fungendo da chiave di lettura, attivatore di uno stato emotivo o della memoria. Un esempio è il *series finale* di *Breaking Bad* (AMC 2008-2013). Mentre le vicende del protagonista giungono a conclusione, le lyrics (*Baby Blue* dei Badfingers) recitano: «Guess I got what I deserve / Kept you waiting there, too long my love/ ...The special love I have for you, my Baby Blue». Come è noto, il professore di chimica Walter White aveva iniziato a produrre droga (*blue meth*) dopo aver scoperto di essere malato terminale, per garantire un futuro economicamente solido alla famiglia. Ma nel corso della serie la droga si trasforma in una passione divorante, da

¹³ Cfr. Gianni Sibilla, *L'industria musicale*, Carocci, Roma 2006.

¹⁴ Cfr. Faye Woods, *Storytelling in Song: Television Music, Narrative and Allusion in "The O.C."*, in Jason Jacobs e Steven Peacock (a cura di), *Television Aesthetics and Style*, Bloomsbury, New York-Londra 2013, pp. 199-207.

¹⁵ Ivi, p. 204.

¹⁶ Per una definizione di Grande Serialità televisiva si veda Daniela Cardini, *Il Telecinefilo. Il nuovo spettatore della Grande Serialità televisiva*, «Between», vol. IV n. 8, 2014, pp. 1-30.

cui non c'è via d'uscita se non la morte: è la droga, quindi, la “bambina blu” a cui il testo della canzone si riferisce nella scena finale della serie.

Un esempio recente di utilizzo strategico della canzone nelle scene è invece la serie *Stranger things* (Netflix 2016-), ambientata negli anni Ottanta, dove il “college rock” e l'indie rock contestualizzano la provincia americana in cui vivono i giovanissimi protagonisti. Le scelte musicali attivano la memoria dello spettatore, che in quei brani può ritrovare la cifra emotiva della propria giovinezza / adolescenza.

La complessità della Grande Serialità¹⁷ ridefinisce la relazione fra industria televisiva e discografia, come dimostra l'evoluzione della figura del *music supervisor*, che si trasforma da semplice consulente musicale a figura di riferimento che spesso precede e sempre guida la fase di ideazione e di scrittura. Oltre ad occuparsi del *licensing*, cioè la gestione e la contrattazione dei diritti, il suo ruolo agisce in molti casi sulla scrittura stessa delle canzoni¹⁸. Ad esempio, *lyrics* troppo contestualizzate o riferite a temi specifici sono meno duttili rispetto a testi capaci di suggerire letture meno rigide. Di conseguenza, gli autori sarebbero indotti a scrivere testi generici, nella speranza di vederli selezionati per la televisione. E' evidente il parallelo con le logiche di MTV negli anni Ottanta e Novanta, quando la tv musicale veniva accusata di promuovere uno stile visivo e sonoro unilaterale, che modellava a propria immagine la creatività di musicisti e produttori di videoclip orientandola verso prodotti cosiddetti “MTV-friendly”, che cioè potessero adattarsi facilmente all'emittente.

Le analogie con il videoclip sono evidenti anche nelle dinamiche distributive. Contemporaneamente alla trasmissione della puntata della serie, negli *store* digitali vengono rese disponibili le canzoni: esattamente come accadeva con i video musicali, la serie dà visibilità ad un brano e la piattaforma di vendita o di streaming soddisfa contestualmente il bisogno di possedere o riascoltare quella canzone.

Un esempio riassume le molteplici funzioni della canzone nel tessuto narrativo seriale, mettendone in luce non solo le potenzialità evocative, strategiche ed economiche, ma soprattutto confermando – se ce ne fosse bisogno – la complessità delle serie tv contemporanee di cui la componente musicale è parte integrante. Si tratta dell'ottavo episodio della quinta stagione di *Mad Men* (AMC 2007-2015) in cui è in-

¹⁷ Per una ricostruzione delle origini e dei confini della serialità televisiva si veda Daniela Cardini, *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*, Roma, Carocci 2004, e Veronica Innocenti e Guglielmo Pescatore, *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*, Archetipolibri, Bologna 2008.

¹⁸ Patrick Duniven, *TV and Film Music Supervisors Are Killing Real Songwriting*, 24/9/2016 (<http://www.laweekly.com/music/tv-and-film-music-supervisors-are-killing-real-songwriting-7421272>); Thomas Golubic, *Are Music Supervisors Really 'Killing Songwriting'? A Music Supervisor Responds*, 6/10/2016 (<http://www.laweekly.com/music/are-music-supervisors-really-killing-songwriting-a-music-supervisor-responds-7467645>).

serita la storica canzone dei Beatles *Tomorrow never knows*, dall'album *Revolver* (1966). Come è noto, acquisire i diritti delle canzoni dei Beatles è molto costoso, perciò di norma i *music supervisor* le evitano o le sostituiscono con una cover. Nel caso di *Mad Men*, la produzione decise invece di affrontare un rischio economico inusuale per assicurarsi quella particolare canzone, nella convinzione che avrebbe svolto un ruolo fondamentale nella serie su diverse dimensioni.

All'apertura della scena, il protagonista Don Draper deve trovare la canzone giusta per uno spot. I suoi collaboratori gli fanno ascoltare un brano che però lui rifiuta, scambiandolo per un pezzo dei Beatles, che comunque – dice – sarebbe troppo costoso. Ma il brano che ha appena ascoltato in realtà è solo una vecchia canzonetta: Don non è aggiornato, non conosce le nuove tendenze e in quel punto della storia sta chiaramente attraversando una fase di declino. Infatti, alle sue parole il suo collaboratore più giovane si arrabbia perché, lui sì, conosce bene i Beatles e gli sembra impossibile confonderli con una banale musicchetta.

La sera, a casa, Don racconta l'accaduto alla giovane moglie Megan, che gli regala una copia di *Revolver*, indicandogli la canzone da ascoltare prima di recarsi al corso di recitazione: si è appena licenziata dall'agenzia pubblicitaria per seguire il sogno di diventare attrice. Rimasto solo, Don aziona il giradischi e si siede in poltrona, cercando di rilassarsi. Partono le note di *Tomorrow never knows*. La musica è quasi disturbante, con suoni acidi e acuti. John Lennon canta: «Turn off your mind, relax and float downstream / It is not dying, it is not dying. / Lay down all thoughts, surrender to the void. / It is shining, it is shining».

La canzone è inserita nella scena in funzione diegetica: il protagonista la fa suonare dal suo giradischi. La musica innovativa e straniante irrompe nel suo mondo, mettendone a nudo l'anacronismo. Le lyrics assolvono anche alla funzione tattica, però “capovolta”: Don, infatti, non agisce quello che Lennon canta, anzi, le parole della canzone ne contraddicono lo stato emotivo. Draper non riesce a rilassarsi e a “lasciar andare”, né in quel preciso istante, né in quella fase della sua vita privata e professionale. Mentre le lyrics proseguono, alle immagini di Don che si aggira irrequieto in salotto si alternano le immagini di altri personaggi che, in quello stesso momento, stanno vivendo fasi particolari della loro storia: alcuni lottano contro il destino, altri lo seguono senza opporre resistenza, fino a che le parole della canzone aderiscono al flusso di pensieri della moglie Megan, inquadrata mentre medita serenamente al suo corso di recitazione. Don, infastidito, toglie il disco e si siede in poltrona, in silenzio; ma la musica riprende sui titoli di coda della puntata, fungendo anche da sigla conclusiva.

Confermando la precisione filologica che caratterizza la serie, la canzone contestualizza la storia: l'album *Revolver* venne pubblicato nell'agosto del 1966, due mesi prima del momento in cui è collocata l'azione della puntata. La scelta dei Beatles, inoltre, ne sottolinea la funzione di spartiacque tra nuove e vecchie generazioni: i giovani ne apprezzavano la portata innovativa (rappresentata da un brano “psiche-

delico” come *Tomorrow never knows*), mentre gli adulti ne subivano con fastidio la diversità. Le parole del brano sottolineano inoltre la crisi del protagonista, addirittura anticipando il finale della serie: dopo un complesso percorso interiore, Don approderà ad una comunità hippie dove finalmente riuscirà a rilassarsi e a ritrovare un suo equilibrio interiore. Infatti, l’ultima inquadratura della serie è un primissimo piano del suo sorriso. Infine, non ultimo, l’utilizzo di questa canzone sottolinea la rilevanza della dimensione economica nei nuovi prodotti seriali, rappresentata dal costo elevato dei diritti e dall’eco mediatica generata da questa particolare e rischiosa scelta produttiva.

Pur essendo un caso limite per densità di riferimenti intra- ed extradiegetici e di funzioni narrative, questo esempio evidenzia le enormi potenzialità espressive della canzone pop nella scena di una serie tv, che – come vedremo nel prossimo paragrafo – possono essere ulteriormente amplificate nella sigla.

2. La canzone nella sigla: un detonatore paratestuale

Anche per la canzone pop inserita in una sigla televisiva il riferimento immediato è il videoclip: l’unione di testo, musica e immagini in un frammento breve, autoconcluso e ripetuto sembra quasi sovrapporre questi due paratesti, che invece ad uno sguardo più attento manifestano differenze profonde.

La prassi di inserire la canzone in una sigla tv non è frequente: sono più numerosi i casi in cui la sigla è accompagnata da un commento sonoro. Le ragioni possono essere ricondotte, tra l’altro, ai potenziali rischi che l’aggiunta dell’ulteriore livello di significato delle *lyrics* può comportare per l’interpretazione della sigla e della serie nel suo complesso. Esploreremo questo tema dopo aver affrontato la rilevanza della sigla nella Grande Serialità televisiva.

La classica analisi di Genette sui paratesti letterari sembra prefigurare la funzione paratestuale della sigla audiovisiva nella sua dimensione di soglia, o meglio di «vestibolo» che segna un limite «indeciso» fra l’interno (il testo) e l’esterno (i discorsi sociali sul testo), uno spazio aperto che è possibile percorrere anche in direzioni contrapposte, oltrepassandolo per affrontare l’episodio che segue oppure abbandonandolo per tornare sui propri passi¹⁹.

La definizione di «portavoce del commento autoriale» riferita al paratesto letterario aderisce alla fisionomia ed al significato della sigla nelle serie tv, poiché ad essa è delegata la funzione di esprimere la particolare visione dell’autore (il produttore, il creatore) rispetto alla serie nella sua totalità. La sigla ne costituisce un condensato narrativo ed un potenziamento estetico, diventando terreno di confronto – e talvolta

¹⁹ Gérard Genette, *Soglie*, cit., p. 4.

di scontro – fra l'intenzione dell'autore e l'interpretazione del fruitore, «zona non solo di transizione, ma di transazione»²⁰.

Le responsabilità delegate alla sigla sono rilevanti sia da parte dell'autore / produttore, che si aspetta che essa svolga una funzione sintetica nei confronti del testo e attrattiva verso il potenziale spettatore, sia da parte di quest'ultimo, che le chiede di saper giustificare il tempo e le energie emotive che l'esperienza di visione della serie intera richiederanno. La sigla è un contratto, una cambiale in bianco, una membrana protettiva ma permeabile dalla quale il testo seriale viene contemporaneamente avvolto ed assorbito, incorporato ed esibito.

Riprendendo Genette, Gray²¹ sottolinea che la sigla è una soglia la cui funzione paratestuale prevalente è condurre lo spettatore verso l'interpretazione «corretta». Contrastando la classica posizione di Stuart Hall e David Morley sulla lettura preferita, che sarebbe sempre quella del pubblico, Gray sostiene invece che la sigla espliciterebbe il modo in cui i produttori o i distributori vorrebbero che il pubblico interpretasse la serie, a quale target intendono rivolgersi, e quale significato vorrebbero che il pubblico attribuisse alla serie nel suo complesso²².

Nel vivace dibattito sulla qualità e sulla complessità della televisione che ha accompagnato la diffusione della Grande Serialità negli anni Zero e Dieci²³, gli *opening credits* occupano una posizione rilevante, benché ancora poco approfondita, nel dimostrare il livello di qualità raggiunto da una serie²⁴. Il suo potenziale narrativo e rappresentativo diventa evidente a partire dagli *opening credits* di HBO, la tv via cavo statunitense che ha saputo creare uno stile visivo e narrativo di riferimento per la Grande Serialità degli ultimi quindici anni²⁵, come dimostra la qualità della sigla de *I Soprano* (1999-2007), di *Sex & the City* (1998-2004), *True Blood* (2008-2014), *Boardwalk Empire* (2010-2014), fino alle più recenti *Game of Thrones* (2011-), *Vinyl* (2016) e *True Detective* (2014-).

La rilevanza della sigla seriale emerge considerando la dimensione fondamentale della ripetizione. Infatti, anche i titoli di testa del film rappresentano una forma paratestuale che sintetizza e anticipa il testo filmico che lo spettatore si accinge a vedere, ma non prevedono la visione ripetuta. Nel caso del film, le scelte estetiche e musicali non devono inevitabilmente assoggettarsi alla necessità di ancorare la visio-

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Jonathan Gray, *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*, New York University Press, New York-Londra 2010.

²² *Ivi*, p. 74.

²³ Per una ricostruzione della discussione accademica in Italia sulla serialità si veda: Daniela Cardini, *Le nuove serie tv sono la nuova soap opera? Luci ed ombre del dibattito critico sulla serialità*, «Between», vol. VI n. 11, 2016.

²⁴ Jason Mittell, *Complex TV*, cit.

²⁵ Dean DeFino, *HBO Effect*, Bloomsbury, Londra-New York 2014.

ne ad una memoria o ad un bagaglio esperienziale precedente dello spettatore²⁶. La sigla seriale, invece, deve lasciare “zone grigie” capaci di sollecitare la visione ripetuta senza però né esaurirsi, né depotenziarsi. Si pensi, ad esempio, alla sigla di *Game of Thrones*, che in ogni puntata propone una variante (viene mostrato il luogo – fra i tanti della serie – in cui si svolgerà l’azione principale di quella puntata). La ripetizione funge, da un lato, da dispositivo rassicurante, che sollecita la memoria dello spettatore e la riattiva concentrandola sulle tematiche centrali della serie e, dall’altro lato, da stimolo alla visione del segmento successivo. In quella brevissima parentesi temporale lo spettatore “carica” i suoi ricordi precedenti della serie e le sue strategie di lettura, richiamando lo stato emotivo adeguato per affrontare la visione della puntata che seguirà²⁷.

Fahlenbrach e Flueckiger evidenziano la capacità della sigla di fungere da ancoraggio affettivo, «attivatore immersivo di emozioni»²⁸. Negli spazi della sigla si stabilisce e si fissa la temperatura emotiva che orienterà la visione della successiva puntata e della serie nel suo complesso, sulla base di una sorta di imprinting (*affective primer*) che accompagnerà lo spettatore nella sua esperienza di fruizione. Ad ogni nuovo episodio, il ritorno della sigla non solo richiamerà alla mente dello spettatore il ricordo delle trame e delle storie degli episodi precedenti, come sostiene Gray, ma riattiverà anche l’esperienza dell’imprinting affettivo, amplificandola in un denso gioco di echi e rimandi che coinvolgono più dimensioni esperienziali (visive, sonore, estetiche, emotive, affettive, ecc.). Secondo le autrici, le sigle delle serie tv si possono definire come «aesthetically dense networks of affective cues, that provide the viewers with dominant hedonic qualities»²⁹.

Ulteriore caratteristica della sigla seriale è la funzione rituale. Spesso la sigla è il solo elemento che non cambia nel tempo: si pensi a *E.R. – medici in prima linea* (NBC 1994-2009) che per quindici stagioni ha modificato gran parte del cast ma ha mantenuto identica la sigla. Questa caratteristica ne accresce il valore di attivatore della memoria, oltre che di ancoraggio ad un set emotivo che garantisce una continuità rassicurante. Come sostiene Gorbman, «television music is like church music: we live with it more intimately, it deepens the ritual function of television and its creation of community»³⁰.

²⁶ Con l’eccezione ad esempio delle saghe. Cfr. Claudia Gorbman, *Unheard Melodies*, cit..

²⁷ Jonathan Gray, *Show Sold Separately*, cit., 2010, p. 76.

²⁸ Kathrin Fahlenbrach, Barbara Flueckiger, *Immersive Entryways into Televisual Worlds. Affective and Aesthetic Functions of Title Sequences in Quality Series*, «Projections», vol. 8 n.1, 2014, pp. 81-104.

²⁹ Ivi, p. 87.

³⁰ Claudia Gorbman, *Foreword*, in James Deaville (a cura di), *Music in Television: Channels of Listening*, Routledge, Abingdon 2011, p. x.

In questa prospettiva il senso della sigla ha a che fare non tanto con la sua struttura narrativa – spesso neppure riconoscibile – quanto con l’idea di immersività, che viene sollecitata tramite il ricorso ad effetti sinestesici³¹, alle associazioni affettive e sensoriali che anticipano l’atmosfera di una serie attivando una pluralità di codici che richiedono un forte coinvolgimento interpretativo.

Dunque, la densità di stimoli visivi e sonori, la brevità e il ritmo del montaggio costruiscono un’esperienza ambivalente, mai totalmente conclusa, che sollecita una forte cooperazione interpretativa ed una intensa esperienza emotiva³². L’aggiunta delle *lyrics* amplifica gli effetti e i significati delle immagini e dei suoni, rendendo ancor più complessa la funzione negoziale svolta dalla sigla: la canzone nella sigla rappresenta quello che potremmo definire “detonatore paratestuale”.

Come accade alla canzone nelle scene, anche l’inserimento delle *lyrics* nella sigla è un attivatore di significati. Tuttavia, la sua peculiarità risiede nel potenziamento del grado di ambivalenza che le parole della canzone possono attivare nello spettatore. L’estrema sintesi del formato induce ad enfatizzarne il potenziale non tanto narrativo, quanto emotivo. A questo scopo, l’aggiunta delle *lyrics* ad un brano musicale amplifica la funzione di ancoraggio della memoria. Il potenziale rischio di tale scelta è determinato dall’imprescindibile caratteristica seriale della ripetizione: non solo la sigla apre ogni episodio della serie, ma ne accompagna le visioni ripetute che, come nel caso limite del *binge watching*, avvengono ad intervalli temporali estremamente ravvicinati. La rotazione televisiva del videoclip, per quanto elevata, non raggiunge la stessa intensità e frequenza della sigla di una serie. A causa della stratificazione di senso generata dalla ripetizione, la canzone può accumulare positivamente una densità capace di attivare ricordo o nostalgia³³, ma per lo stesso meccanismo corre il rischio di depotenziarsi, perdendo progressivamente l’effetto di ancoraggio emotivo.

A differenza dei testi della canzone inseriti nelle scene, che nella maggior parte dei casi si sostituiscono alle parole e/o ai pensieri dei protagonisti, la canzone nella sigla entra in risonanza con più dimensioni: il suono, le immagini, la memoria, la cooperazione interpretativa, l’imprinting affettivo, che ricontestualizzano il significato delle parole in un processo di ri-semiotizzazione che comporta molteplici esiti possibili. Come abbiamo anticipato, si tratta di un ambito di ricerca ancora scarsa-

³¹ Carl Plantinga, *Moving Viewers. American Film and the Spectator’s Experience*, University of California Press, Berkeley 2009.

³² Cfr. il *paper* presentato da Janina Wildfeuer alla Conferenza internazionale «Media Mutations 8», Bologna, 28-29 maggio 2016, sulla distonia fra la musica elettronica e il contesto narrativo ottocentesco in una scena di *The Knick* (Cinemax 2014).

³³ Amy Holdsworth, *Television, memory and nostalgia*, Palgrave and Macmillan, Basingstoke 2011.

mente esplorato. Ci sembra utile in questa sede tratteggiare, tramite alcuni brevi esempi, una prima ipotesi di classificazione della canzone nelle sigle seriali, che ne evidenzia rischi ed opportunità.

Nella sigla di *Narcos* (Netflix 2015-) al sapore languido e *rétro* dell'iconografia del Sudamerica fa da contrappunto la durezza delle immagini di repertorio del vero trafficante di droga Pablo Escobar. Il testo della canzone che le accompagna (*Tuyo* di Rodrigo Amarante) parla d'amore, ed anche la musica suggerisce le atmosfere sensuali di un Sudamerica da cartolina. Un primo livello di ambivalenza è la contraddizione fra la dolcezza della componente sonora (*lyrics* e musica) e lo scorrere delle immagini di morte del mondo di Escobar: la canzone seduce, le immagini spaventano. Con il procedere della storia, tuttavia, la visione ripetuta conferisce nuovi significati alla sigla, fino a suggerire allo spettatore assiduo che le *lyrics* non parlino d'amore, ma del desiderio per la droga («Soy el fuego que arde tu piel / soy el agua que mata tu sed»). La sigla in questo caso sintetizza l'ambivalenza irrisolta che è cifra distintiva dell'intera serie, che richiede al fruitore lo sforzo di mantenere l'equilibrio tra il piacere e l'orrore.

Nella seconda stagione di *The Leftovers* (HBO 2014-), invece, l'ambivalenza emerge dal contrasto fra il significato delle *lyrics*, il tono della musica e le immagini, che mostrano fotografie di gruppi familiari, amici, innamorati in momenti felici di vita quotidiana; ma in ciascuna foto manca una persona, di cui resta solo il profilo scontornato – i “leftovers” sono persone scomparse senza motivo. Le *lyrics* («Some say once you're gone you're gone forever / and some say you're gonna come back / Let the mystery be», cantata da Iris DeMent) accentuano la sensazione di inquietudine e mistero generata dalle immagini. Tuttavia, la musica contraddice entrambi gli elementi: si tratta infatti di un brano country-rock molto orecchiabile, cantato da una gioiosa voce femminile. Il contrasto tra parole, musica e immagini sembra invitare lo spettatore a sospendere il giudizio e ad entrare in una dimensione “altra”, per comprendere la quale è necessario abbandonare la logica ed accettare le contraddizioni.

La sigla della prima stagione di *True Detective* (HBO 2014-) è un esempio di equilibrio quasi perfetto tra immagini e dimensione sonora (musica e *lyrics*). Entrambi i piani lasciano trapelare l'atmosfera della serie senza mai narrativizzarla. Le *lyrics* (*Far from any road* cantata da The Handsome Family), alludono al tema della serie senza mai aderirvi completamente, così come le immagini, elaborate in computer graphics, tolgono ogni corporeità da volti e luoghi, rendendoli allo stesso tempo astratti e credibili. Suggestendo senza mai dire esplicitamente, parole, musica e immagini producono un potente effetto straniante e metaforico che permette al fruitore, ad ogni ripetizione-puntata, di ri-attivare quelle emozioni contrastanti che sono la chiave interpretativa della serie.

Infine, la sigla di *Orange is the new black* (Netflix 2013-), la serie ambientata in un carcere femminile, evidenzia uno dei possibili rischi dell'uso di una canzone: l'eccesso didascalico. Il testo originale (*You've got time*, scritta e interpretata da Regi-

na Spektor) si sovrappone quasi totalmente al tema della serie. Un montaggio serrato di occhi e labbra femminili accompagna il ritmo del brano, le cui parole recitano: «The animals, the animals / Trapped, trapped, trapped 'til the cage is full / Remember all their faces / Remember all their voices». Qui la canzone si trasforma in una voce over che indica allo spettatore esattamente cosa sta vedendo («gli animali in gabbia», cioè le detenute) e cosa deve fare («ricordati i loro volti»). Unite alle immagini, le *lyrics* creano un effetto didascalico che satura la funzione della sigla: l'aderenza tra parole, musica, immagini e tema della serie è talmente perfetta da colmare ogni spazio interpretativo, generando nello spettatore un effetto *déjà vu* che svalorza le potenzialità della ripetizione.

Quanto abbiamo considerato sin qui ha messo in luce solo alcune delle molteplici funzioni che la canzone pop può svolgere nella serialità contemporanea, sia come commento ad una scena, sia come elemento costitutivo della sigla. Il confronto con il videoclip e con i titoli di testa del film fa emergere l'influenza decisiva del formato seriale nell'impatto delle *lyrics* sull'interpretazione di questo particolare paratesto, evidenziandone aree di rischio e potenzialità di sviluppo.

Nella vivace cornice degli attuali studi sulla serialità nei media, il ruolo della canzone pop sembra prestarsi a molteplici spunti di riflessione. Solo a titolo di esempio, segnaliamo l'approfondimento degli effetti della ripetizione sui percorsi cognitivi dell'interpretazione, che potrebbero costituire una chiave di lettura interessante per gettare nuovi sguardi sull'innegabile complessità del testo seriale contemporaneo.

