



Immaginari Nella foto grande una scena della serie spagnola «Casa di Carta» che ha «Bella Ciao» tra le musiche. Sotto «Young Pope»

Casa di Carta, Mad Men, O.C. La canzone nelle serie TV

Patron pubblica un volume sul rapporto tra musica e visioni

La canzone nelle serie TV è il titolo di un interessante libro scritto da Daniela Cardini e Gianni Sibilla, pubblicato da Patron Editore. Un libro che cerca di rispondere, riuscendoci, a una serie di domande. Perché una canzone può rendere memorabile una sequenza o una sigla seriale? Come vengono scelte e inserite le canzoni nelle serie tv? Qual è il rapporto tra industria musicale e industria televisiva? Come lavora un music supervisor?

È innegabile, infatti, che le serie televisive, diventate ormai parte integrante delle nostre vite, hanno trovato nella musica pop ma anche rock, il mezzo perfetto per rendere epocale una scena, dare lustro a un personaggio o portare nella leggenda la sigla di testa. Dal canto suo anche l'industria musicale ha trovato nelle serie TV un veicolo perfetto per lanciare

nuovi artisti o rispolverare canzoni adagiate sul fondo di sterminati cataloghi. «Il libro fa parte della collana "Intermedia" che ruota attorno all'IULM di Milano. - spiega la direttrice editoriale Sandra Simoni -. L'idea è venuta agli autori e al direttore di collana il professore Fabio Vittorini».

Il libro analizza oltre 80 serie e 150 canzoni e inizia la sua analisi partendo dalla complessa relazione tra televisione e pop music, per poi giungere a individuare i modelli di relazione tra canzoni e serie TV che diventano i brani utilizzati nelle scene e nelle sigle. «Essendo noi un editore scientifico, il nostro lettore primario è chi utilizza il libro come strumento didattico - prosegue la direttrice -. In realtà, però, questo li-

bro può incuriosire e interessare anche coloro che amano questa nuova forma di narrazione, dando uno spaccato in

merito alle scelte, alla gestione e all'aspetto commerciale della musica che accompagna le serie».

Diverse playlist video e audio rendono disponibili al lettore i materiali trattati nel libro. Nelle pagine si passa da Jeff Buckley in *The O.C.* ai Beatles in *Mad men*, dai Clash in *Stranger things* agli Who in *CSI - Scena del crimine*, da *Bella ciao* in *La casa di carta* a Nada in *The young Pope*. «*Bella ciao*, ad esempio, un brano ampiamente citato nel libro, è una canzone rappresentativa degli ultimi 60 anni, ma con l'utilizzo nella serie TV è andata oltre il suo significato». Il ruolo narrativo, produttivo e simbolico della canzone, viene affrontato dagli autori in maniera vasta e documentata su un tema centrale e rilevante ancora poco esplorato nella serialità che contraddistingue i nostri giorni. «Alla fine del libro il lettore avrà una vi-

sione molto precisa, scientifica e puntuale», precisa ancora la direttrice.

È innegabile che alcune carriere siano state lanciate proprio dalle serie TV, un esempio su tutti è quello dei britannici Snow Patrol: appena *Chasing cars* è apparsa in *Grey's anatomy*, la band ha visto schizzare le sue quotazioni. Inoltre, le serie sono un mercato che produce forti guadagni, considerando che i diritti di utilizzo possono andare dai 50.000 dollari fino a circa 100.000, cifre che diventano molto più alte appena si vuole a tutti i costi un brano entrato nella storia della musica. Per avere *Tomorrow never knows* dei Beatles, i produttori di *Mad men* hanno dovuto sborsare 250.000 dollari. D'altronde il protagonista ha in mano una copia di *Revolver* e decide di ascoltare proprio il brano di chiusura di uno degli album più importanti del gruppo



inglese. Non rimane che gettarci tra le pagine della *Canzone nelle serie TV* alla ricerca del nostro brano preferito e della serie che abbiamo amato fin dalla prima puntata: sarà molto probabile che riaffiorino alla mente ricordi ed emozioni.

Andrea Tinti

DI RIPRODUZIONE RISERVATA

Da sapere



● Il libro «La canzone nelle serie TV» di Daniela Cardini e Gianni Sibilla è pubblicato dalla bolognese Patron Editore

● 204 pagg., 22 euro patroneditore.com



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004818