

Capitolo quarto

La star musicale. Sperimentazioni enunciative
e costruzione dell'identità nei videoclip

L'enunciazione impersonale nei testi audiovisivi

Una delle caratteristiche più interessanti dei video musicali consiste senza dubbio nella capacità di trasformare delle costrizioni esterne vincolanti (strategie di marketing delle case discografiche, esigenze commerciali delle emittenti televisive musicali, routine produttive delle figure professionali coinvolte nel processo di realizzazione) in stimoli a una pratica di sperimentazione stilistica.

Partendo dall'ipotesi che il fine promozionale dei video musicali è vendere l'album sfruttando l'immagine del suo performer, si tratta di individuare le strategie della costruzione di questa identità, le forme con le quali l'esigenza commerciale si iscrive sotto forma di simulacro all'interno del testo.

Come si è detto, una delle peculiarità espressive di questi micro-testi sincretici consiste nella costante sperimentazione di regimi della significazione in grado di valorizzare la dimensione corporea, estetica, in vista della costruzione/rielaborazione dell'identità della star.

L'acquisizione di un'identità audiovisiva è il risultato di un'elaborata pratica dell'enunciazione che non è circoscritta esclusivamente al singolo videoclip, ma si spiega nel tempo, talvolta nel complesso di un intero percorso artistico. Per aspirare a divenire una star, il cantante deve andare oltre la semplice esibizione di una performance, predisporre a "subire" una serie di inter-

venti di manipolazione che mirano a trasformare un'immagine pubblica in un'icona, un corpo patinato in un marchio discografico.

Come si vedrà nel corso dei seguenti paragrafi, all'interno del videoclip i diversi interventi del corpo e sul corpo non sono semplici espedienti stilistici, ma figure dell'enunciazione audiovisiva.

Prima di analizzare nel dettaglio le strategie che nei videoclip assicurano la valorizzazione della star a partire dalla risemantizzazione del suo corpo è necessario innanzitutto verificare in che modo i dispositivi dell'enunciazione contribuiscono all'efficacia complessiva del linguaggio audiovisivo.

La narratologia e la semiotica, pur avendo ribadito a più riprese che le figure dell'enunciatore e dell'enunciario non coincidono assolutamente con l'emittente e il destinatario del testo, per un lungo periodo non sono state in grado di concepire i due poli enunciativi se non facendo ricorso a figure antropomorfe, a *istanze di incarnazione*.

È solo a partire dai primi anni Novanta, con la pubblicazione de *L'enunciazione impersonale. O il luogo del film* di Christian Metz, che si afferma progressivamente una proposta teorica differente.

Parole come "enunciatore" ed "enunciario", con il loro suffisso, contengono connotazioni antropomorfe difficili da evitare e assai infelici in alcuni campi, soprattutto in quello cinematografico in cui tutto è basato sulle macchine (Metz 1995, p. 8).

Partendo da queste premesse, Metz propone di ripensare in maniera radicale il problema dell'enunciazione nel cinema, rivolgendo in particolare la sua attenzione all'analisi delle forme che essa assume nel suo riflettersi all'interno dell'enunciato.

In questa nuova prospettiva teorica, gli apparati tecnologici di produzione e distribuzione del testo filmico ri-

vestono un ruolo di primo piano nell'atto enunciativo, e costringono a ripensare in termini assolutamente non antropomorfi le figure con cui l'enunciazione marca la sua presenza nell'enunciato. In altri termini l'enunciazione enunciata non emerge sotto forma di un repertorio di figure standardizzate che rinviano a una serie di scambi virtuali tra figure antropomorfe (IO, TU, LUI), quanto piuttosto facendo ricorso a complesse *costruzioni riflessive*.

Nello studio delle tracce testuali dell'enunciazione, viene privilegiata dunque la *dimensione impersonale dell'enunciazione cinematografica*, il suo essere innanzitutto uno spazio testuale destinato all'iscrizione di un atto, luogo che solo in una seconda fase può essere occupato da figure antropomorfe. I due termini proposti dall'autore per definire le posizioni estreme dell'atto enunciativo sono infatti del tutto privi di connotazioni antropomorfe: *foyer* (fonte dell'enunciazione) e *cible* (bersaglio dell'enunciazione).

Il film ci parla di se stesso, o del cinema, o della posizione dello spettatore, ed è allora che si manifesta quella sorta di sdoppiamento dell'enunciato che, in tutte le teorie, costituisce l'elemento essenziale in mancanza del quale non si potrebbe nemmeno pensare all'enunciazione (Metz 1991, p. 18).

L'enunciazione cinematografica non segnala la sua presenza facendo ricorso a segni isolati che, pur essendo parte integrante del testo, rinviano alla dimensione extra-testuale della sua realizzazione o del suo consumo; la sua presenza e la sua forza emergono negli spazi testuali in cui il film non si limita a mettere in scena una situazione di finzione, ma si ripiega su se stesso, in un *movimento autoriflessivo* che lascia intravedere le tracce di un lavoro tecnico preesistente¹.

Ora, che cos'è, in fondo, l'enunciazione? (...) è più in generale la capacità di molti enunciati di piegarsi qua e là, di apparire qua e là come in rilievo, di desquamarsi di una loro

sottile pellicola che reca incise alcune indicazioni di un'altra natura (o di un altro livello) concernenti la produzione e non il prodotto, o, se si vuole, inserite nel prodotto dall'estremo opposto (Metz 1991, pp. 18-19).

Nell'ambito delle forme di testualità audiovisiva non esiste un repertorio fisso di segni enunciativi, piuttosto l'apparato dell'enunciazione sembra in grado di utilizzare alternativamente qualsiasi segno per produrre delle costruzioni riflessive.

Un esempio particolarmente noto è quello degli *sguardi in camera*, forme riflessive di appello che provocano un particolare effetto-specchio. In un testo audiovisivo lo sguardo in camera non è mai "innocente" perché introduce un rovesciamento, si impone all'attenzione dello spettatore svelando (seppur parzialmente) il dispositivo filmico.

Come una marea montante nell'estuario di un fiume che si riversa in mare, come uno sguardo che lo specchio intercetta e mi rilancia, il fascio uscito dagli occhi del personaggio risale (e ferma a metà) il flusso più ordinario uscito dall'apparecchio di proiezione, e anche dagli occhi dello spettatore puntati sullo schermo: sospensione un po' simile all'immobilizzazione precaria di una bilancia i cui piatti stanno sospesi a mezza altezza (p. 42).

Il carattere impersonale di questi ripiegamenti del film su se stesso esclude la presenza di qualsiasi forma di interazione tra presunte figure antropomorfe protagoniste dell'atto enunciativo. L'enunciatore non è un essere umano o un suo simulacro, ma il film, inteso come macchina, come insieme di apparati e pratiche finalizzati alla produzione del senso.

L'unico "corpo" disponibile nel testo filmico è lo spazio del testo stesso, che non presenta alcuna caratteristica antropomorfa, non rinvia ad alcuna figura umana, poiché consiste unicamente in una fonte di immagini e suoni. L'enunciazione cinematografica non può che essere un'enunciazione sul film, non deittica ma metadiscorsiva, essa non reca

indicazioni su qualche fuori-testo, ma esclusivamente su un testo che porta in sé la sua origine e la sua destinazione.

L'enunciatore è il film, in film in quanto foyer, che agisce come tale, orientato come tale, il film come attività. Ed è proprio ciò che pensa la gente: ciò che lo spettatore ha di fronte, ciò con cui ha a che fare, è il film (...). Non essendo un IO, il foyer dell'enunciazione non costituisce davanti a sé un TU, e nemmeno un EGLI sullo schermo (p. 26).

Nel testo audiovisivo non esistono dunque immagini e suoni neutri. Tutti gli elementi, compresi quelli che non danno luogo a costruzioni riflessive chiaramente metadiscorsive, sono sempre il risultato di una scelta comunicativa, di un'attività intenzionale, di una pratica dell'enunciazione che può defilarsi all'interno dell'enunciato, ma non per questo è inesistente².

Nuove forme della metatestualità

Con i videoclip la messa in scena dell'apparato enunciativo diviene estremamente raffinata. La riflessività del testo non si esaurisce nell'ostentazione di soluzioni canoniche (retroscena del dietro le quinte, attori che rinviano esplicitamente alla posizione "onnisciente" del regista, o assolvono la funzione di delegati dello spettatore) ma si fonda sull'esibizione esasperata di piccole pieghe, smagliature di superficie che lasciano intravedere le tracce di un lavoro tecnico preesistente, rivelano la presenza di un'articolazione linguistica, una "trama testuale", che infrange i limiti tracciati dal linguaggio cinematografico.

A partire dagli anni Ottanta e dall'inizio del regno delle nuove immagini, dei clips, delle pubblicità sconvolgenti, della TV rock, si è assistito all'instaurazione, al livello più basso, di un nuovo genere di parentela, una connivenza inedita tra una musica tonitruante con funzione di interpellazione manifesta e persino volgare, e il continente visivo

rutilante, appiattito e frantumato. (...) È nato un nuovo cinema sonoro, convulso e impastato, che combina le seduzioni dell'isteria con quelle dell'obesità (p. 67).

L'esplosione di questa "isteria audiovisiva" sul piccolo schermo coincide dunque con l'esibizione esasperata di un incredibile apparato enunciativo.

Gli effetti ottici, le inquadrature insolite, gli improvvisi scarti ritmici, gli esasperati movimenti della macchina da presa, i loop visivi/musicali, sono figure esemplari di un'enunciazione enunciata che mira non tanto a svelare al pubblico il dispositivo della finzione (assolutamente esplicito), quanto piuttosto a stupire, esibendo le potenzialità apparentemente inesauribili del linguaggio audiovisivo³.



Fig. 14. Bjork, *Big Time Sensuality*.

Il fine promozionale dei videoclip, l'esigenza di resistere il più a lungo possibile all'interno della programmazione televisiva, l'urgenza dei registi di sperimentare nuove forme espressive, ma soprattutto la necessità delle star musicali di rinnovare la propria identità massmediale senza tradire le aspettative di un pubblico consolidato, sono alcuni tra i fattori principali che hanno reso i video musicali le forme brevi maggiormente soggette a questo genere di sperimentazione.

Sin dalle origini, nei video si è tentato di stabilire un contatto immediato, coinvolgente, tra star e pubblico, facendo ricorso a ogni genere di intervento extradiegetico, commentativo.

Lo “svelamento del dispositivo” è una della figure enunciative chiave nella breve e intensa storia del videoclip.

Già a partire dai primi anni Ottanta, sebbene un accurato lavoro di montaggio permettesse di rendere visivamente accattivante una banale performance musicale eseguita in studio, si afferma rapidamente la tendenza a fare un ampio uso di effetti speciali nel tentativo di valorizzare brani musicali e band.

A causa di questa applicazione indiscriminata

gli effetti più incredibili, diventavano banali con allarmante rapidità, specialmente se usati in continuazione da diversi registi. La frenetica corsa alla novità rendeva il susseguirsi dei video musicali simile a una parodia, una sorta di versione accelerata della storia dell'arte d'avanguardia. L'incessante perfezionamento delle risorse tecniche spingeva a sovraccaricare i video di effetti speciali, ricorrendo ad essi anche quando non avevano alcuna connessione col tema della canzone o con la musica (Walker 1987, p. 148).

Uno dei primi videoclip che esprime in modo esemplare questa tendenza a esasperare soluzioni visive ed effetti speciali è *Hyperactive*, realizzato da Thomas Dolby e Danny Kleinman nel 1984, in un periodo di forte sperimentazione del linguaggio audiovisivo.

Nel video

un personaggio posto di fronte a un'immagine in movimento l'afferrava e la strappava via come la pagina di un calendario, rivelando un'altra immagine sottostante che veniva poi strappata anch'essa. L'illusionismo, ovvero l'effetto realistico dell'immagine in movimento, veniva sovvertito dall'atto stesso di strappar via l'immagine, che equivaleva a dire: “Guarda, è solo un'immagine” (ib.).

Sin dall'inizio i videoclip si rivelano dunque come un laboratorio privilegiato per la sperimentazione di nuove figure della manipolazione audiovisiva.

L'esibizione delle transizioni tramite iris, tendine, deformazioni, sfocature, inversioni, accelerazioni e rallenti, freeze-frame, sovrapposizioni, rinvia sempre a un regime della significazione extra-diegetico che può reclamare la sua presenza (e la sua funzione) nel testo secondo forme e gradi di intensità estremamente variabili.

Come sottolinea efficacemente Metz (1972, p. 269) "mentre le immagini del film hanno degli oggetti come referenti, gli effetti ottici hanno come referenti, in un certo senso, le stesse immagini, o almeno quelle che sono a esse contigue nella catena".

Due figure esemplari di questo scambio particolarmente labile fra l'enunciazione e l'enunciato sono le *stratificazioni video* e lo *split screen* (divisione dello schermo in più quadri), tra le forme più frequenti che le *costruzioni riflesse*, sperimentate inizialmente nel cinema d'avanguardia e nelle performance di videoarte, assumono nei video musicali.

Dalla moltiplicazione degli schermi in *Bohemian Rhapsody*, alle sovrapposizioni cromatiche e figurative ottenute con il chromakey in *Video Killed The Radio Stars* dei Buggles e nei video dei Kraftwerk, fino alla divisione dello schermo come espediente per invertire la normale logica causale degli eventi in *Sugar Water* di Cibo Matto, questi procedimenti esplicitamente extradiegetici sono stati impiegati massicciamente a partire dagli anni Ottanta, segnando in maniera indelebile la produzione videomusicale delle origini.

Tra le figure dell'enunciazione maggiormente sperimentate nei video ci sono senz'altro gli interventi di *deformazione ottica* che marcano con forza l'enunciato tramite l'angolatura eccentrica di un'inquadratura o elaborati effetti speciali in grado di rimodellare qualsiasi elemento profilmico⁴.

Nel repertorio di queste rinnovate figure dell'enunciazione ci sono infine le *didascalie extradiegetiche*, commenti verbali che deviano in parte o totalmente dall'universo fittazionale messo in scena, chiamando direttamente in causa lo spettatore⁵.

Queste configurazioni riflessive possono reclamare con forza l'intervento attivo di un pubblico sempre più abituato a forme di consumo "discontinuiste" (Pezzini 2002), o piuttosto limitarsi ad assumere una posizione "neutra", connotando stilisticamente le immagini. In questo senso, esiste tutto un repertorio di figure private quasi del tutto della capacità di commentare il dispositivo enunciativo, e ridotte a comuni elementi profilmici, componenti talvolta persino banali di allestimenti scenici. Tra queste, in particolare, gli *schermi*.

La messa in scena di schermi cinematografici o televisivi può avere la funzione di marcare con forza l'artificialità della messa in scena, il *dispositivo della finzione*; tuttavia, come accade spesso nella produzione audiovisiva più recente, l'esibizione dello schermo non ha tanto la funzione di rinviare al testo stesso, di marcare il rapporto asimmetrico tra istanza dell'enunciazione ed enunciataro, quanto piuttosto si segnala come un espediente scenografico fortemente codificato, che garantisce al video un grado minimo di connotazione stilistica.

Sul tema dell'autoreferenzialità Gianni Sibilla (1999, p. 43) afferma che

il videoclip è conscio del proprio ruolo, della propria posizione nel contesto musicale ed audiovisivo e non perde occasione di esporre le proprie modalità comunicative. C'è un passaggio da una autoreferenzialità dei protagonisti ad una più decisa autoreferenzialità del mezzo, esibita tramite marche metalinguistiche. L'autoreferenzialità non è quindi giocata solo sulla costruzione del ruolo del performer, ma attraverso l'esplicitazione del mezzo. Con l'esibizione dei mezzi tecnici (telecamere, televisori, svelando il set) il clip non si nasconde dietro pretese di verosimiglianza, ma rende palese la sua opera di costruzione.

Questo slittamento verso l'autoreferenzialità va collocato su un doppio piano. Da un punto di vista musicale il videoclip ribadisce il proprio ruolo di forma breve promozionale indispensabile per costruire l'immagine di un artista, su un versante più strettamente audiovisivo la meta-

testualità è soprattutto uno strumento per marcare la propria peculiarità nei confronti degli altri testi televisivi.

Ma la causa principale di questa spinta all'autoreferenzialità, che indubbiamente costituisce una delle caratteristiche peculiari di queste forme brevi, va ricercata innanzitutto nella particolare forma di cooperazione testuale che i video tendono a instaurare con i loro spettatori.

Diversamente da quanto accade nel cinema, nei video musicali non si cerca di ottenere l'adesione degli spettatori costruendo un mondo finzionale, coerente e verosimile, piuttosto si tende a marcare costantemente l'artificio della messa in scena per rafforzare il legame tra la star musicale e il pubblico.

L'esibizione dell'apparato tecnico e il rinvio costante a linguaggi e generi differenti costituiscono dunque per i musicisti e per gli spettatori un "modo facile e rapido di indicare la loro accortezza rispetto a ciò che succede (...). Allestendo un ovvio scenario hollywoodiano i musicisti denotano il proprio distacco dall'immaginazione, la propria identità, che i fan possono scrutare in trasparenza" (Frith 1990, p. 255).

Nella produzione internazionale più recente emerge chiaramente la tendenza a costruire video fortemente metatestuali, nei quali si offre allo spettatore la possibilità di osservare da vicino un luogo enunciativo fittizio, uno scenario più o meno extradiegetico in cui viene esibito il falso backstage del video e la figura patinata della star lascia intravedere le tracce di una soggettività "autentica", quella del suo interprete⁶.

La strategia testuale di questi video mira dichiaratamente a produrre un preciso effetto di senso, ridurre quella distanza tra star e pubblico che per la case discografiche costituisce un ostacolo alle vendite dell'album.

Sincretismo e sinestesia. Dal corpo del performer all'identità della star

Rock Dj, un video realizzato nel 2000 dal regista Vaughan Arnell per Robbie Williams esprime in modo esem-

plare questa tendenza alla riflessività che caratterizza gran parte della produzione audiovisiva promozionale, in cui

la narrazione, più che morire, sposta ad esempio il suo interesse e il suo accento da un contenuto narrato, da una storia “rappresentata” e messa a distanza, in questo senso oggettivata, alla valorizzazione del percorso o dello stesso ambiente percettivo, esperienziale, che può vivere o compiere un soggetto situato in un momento e in uno spazio dati, dove ambiente esterno e sentimento interno si toccano, e nel migliore dei casi si significano reciprocamente (Pezzini 2002, p. 25).

Nel video, la star musicale (Robbie Williams) si esibisce all'interno di un palcoscenico che ha la forma di una gabbia circolare, e tenta con la propria performance di catturare a tutti i costi l'attenzione di una dj situata in uno spazio rialzato del palco, e di un gruppo di giovani donne che inizialmente sembrano non accorgersi della sua presenza.

Dopo una serie di tentativi falliti, il cantante-ballerino inizia a spogliarsi in modo provocatorio, ma la reazione del suo pubblico non cambia.

La frustrazione della star raggiunge il culmine, la reazione è estrema e introduce uno scarto inaspettato nella strategia di messa in scena della performance musicale. Il protagonista, ormai quasi nudo, inizia a strapparsi frammenti di tessuto organico, su cui si avventano in modo irrefrenabile le ragazze.

La gabbia, la cui forme rinviano in maniera esplicita agli allestimenti scenografici dei film epici, in particolare dei kolossal sui gladiatori, si rivela definitivamente come lo scenario di una messa in scena teatrale, estrema. Il video si chiude con le immagini della dj che scende dal suo spazio isolato e inizia a ballare con ciò che resta della star, un *corpo totalmente sfigurato, desemantizzato, ridotto a pura sostanza organica da un processo estremo di defigurativizzazione*.

In questo video la metatestualità si segnala in maniera esplicita, richiamando l'attenzione dello spettatore sulla messa in scena fittizia di una performance musicale, reinterpretata in chiave assolutamente ironica.

L'isotopia⁷ ricorrente è quella dello svelamento, della messa a nudo della star, il cui corpo costituisce per il fan oggetto di un desiderio morboso, insaziabile, in un gioco esasperato tra "vittima" e "carnefice" di cui il performer è non solo consapevole, ma in qualche modo artefice.

Rock Dj rappresenta in modo efficace il percorso di sperimentazione sulla messa in scena del corpo del performer che ha segnato in modo assolutamente trasversale la produzione internazionale di video musicali.



Fig. 15. Rollins Band, *Liar*.

Il corpo messo in scena nei video non è un semplice organismo, piuttosto appare come un'istanza discorsiva malleabile, modulabile, oggetto di operazioni di manipolazione che si dispongono su un continuum di possibili interventi, i cui estremi sono da un lato l'esasperazione dei dettagli anatomici, dall'altro la completa defigurazione, l'esibizione di un livello pre-figurativo, in cui l'identità del soggetto viene fortemente compromessa⁸.



Fig. 16. Marilyn Manson, *Long hard road out of hell*.

Nei videoclip i diversi modi della deformazione del corpo rinviano a una strategia enunciativa globale che punta innanzitutto a suscitare l'interesse del pubblico specializzato dei fan, per i quali ogni oggetto o dettaglio che riguarda il mito musicale si configura come luogo di iscrizione ed esercizio di una competenza e di una dedizione proverbiali⁹.



Fig. 17. Porno for pyros, *Pets*.

A questo scopo viene valorizzato non tanto l'effetto della deformazione quanto piuttosto la pratica, il dispiegarsi del processo, che spesso si iscrive nel testo assumendo la forma di una vera e propria interpellazione rivolta ai fan, stimolo a un percorso della visione ricco, reso seducente dalla moltiplicazione e differenziazione dei punti di vista, sia intradiegetici che extradiegetici, sul corpo del performer.

I modi dello svelamento di quest'operazione di manipolazione rinviano chiaramente alla categoria dei trucchi filmici proposta da Metz ne *La significazione nel cinema*.

Come è noto, Metz distingue i trucchi profilmici dai trucchi specificamente cinematografici, filmici.

I primi sono il prodotto di qualche marchingegno preventivamente integrato allo svolgimento di un'azione o di oggetti posizionati davanti alla macchina da presa. I secondi, diversamente, prendono forma in una fase successiva, riguardano direttamente l'azione del filmare, non il filmato, la loro realizzazione può avvenire durante le riprese (trucchi di cinepresa) o in seguito, durante la post-produzione (trucchi sulla pellicola).

Questa distinzione tra profilmico e cinematografico rende pertinente innanzitutto il versante della produzione del testo audiovisivo.

Sul versante della fruizione è possibile introdurre una distinzione ulteriore tra trucchi impercettibili, invisibili e visibili.

“Il trucco impercettibile è sempre compatibile con la convenzione, tipica della maggioranza dei film attuali, di un grado minimo di realismo medio, cioè col regime di ciò che viene definito il ‘film realistico’” (Metz 1972, p. 278), al contrario “i trucchi invisibili non si sa dove sono, non li si vede (mentre un ‘flou’ o una sovrimpressione si vedono) ma sono percettibili, perché si percepisce, si ‘sente’ la loro presenza” (ib.).

I trucchi visibili infine manifestano chiaramente nei confronti dello spettatore l'artificio della loro realizzazione. A quest'ultima categoria appartengono tutti i *segni di punteggiatura* come le transizioni che regolano i passaggi tra le diverse inquadrature in una sequenza di montaggio (dissolvenze in apertura, in chiusura, incrociate).

La nozione di trucco esprime dunque inevitabilmente una certa duplicità.

Vi è in esso qualcosa che è sempre nascosto (poiché è un trucco solo fin tanto che la percezione dello spettatore è

presa di sorpresa) e contemporaneamente qualcosa che si palesa sempre, poiché ciò che importa è che questa sorpresa di senso sia attribuita ai poteri del cinema (p. 279).

Tra i trucchi visibili ci sono senz'altro gli effetti ottici che non si limitano a restituire allo spettatore in modo "realistico" tutto ciò che appartiene alla categoria del profilmico, a documentare la presenza di figure poste davanti alla macchina da presa, ma si distaccano in modo più o meno esplicito dalla normale dimensione diegetica, inscrivendo all'interno del testo indicazioni di ordine metalinguistico.

Nell'ambito dei videoclip le transizioni marcate, le sovrapposizioni, le accelerazioni, i ralenti, lo split-screen, le negativizzazioni, le deformazioni, sono solo alcune delle forme che gli effetti ottici possono assumere.

Dal punto di vista della produzione, questi trucchi sono realizzati quasi esclusivamente nella fase di post-produzione; rientrano dunque pienamente nella categoria dei *trucchi filmici*. Per quanto riguarda la loro fruizione, si tratta innegabilmente di *trucchi visibili* che all'interno del testo possono esibire con un'intensità variabile la loro funzione di "marche" dell'enunciazione.

Nella produzione videomusicale, tra i trucchi maggiormente utilizzati per intervenire sul corpo del performer ci sono senz'altro gli *sfocati*.

Da un punto di vista semiotico, lo sfocato è un effetto di senso prodotto dall'articolazione tra un piano dell'espressione e un piano del contenuto.

Come sottolinea opportunamente Nicola Dusi (1999, p. 16) sul piano dell'espressione lo sfocato rileva della presenza di un meccanismo "che lavora per dispersione dei contorni (contrasti eidetici) e per dissipazione della densità figurativa delle figure (contrasti cromatici)".

Questi interventi di manipolazione producono sul piano del contenuto una "defigurazione che può giungere fino alla deformazione – sfigurazione – totale, a volte per saturazione, per eccesso di precisione o di luminosità, a volte per offuscamento o rarefazione" (ib.).

L'exasperazione del processo di sfocatura può produrre "un meccanismo di addensamento e con/fusione delle figure, un ritorno alle sostanze dell'espressione" (ib.).

Nei video lo sfocato viene spesso impiegato per produrre l'effetto di senso di un ritorno a un livello pre-figurativo, uno stadio preliminare della significazione, dove la figura del performer viene temporaneamente offuscata per lasciare il posto a linee, forme e colori, *formanti plastici localizzati*.



Fig. 18. Garbage, *Stupid girl*.

Lo sfocato viene spesso utilizzato per esasperare il processo di risemantizzazione del corpo della star, contribuendo in alcuni casi a ridefinire profondamente l'identità del performer e le forme di mediazione con il suo pubblico.

Intervenire sul corpo del performer sfocando i contorni, annullare parzialmente o totalmente i dettagli riconoscibili della figura non è semplicemente una forma di enunciazione enunciata, un'operazione che rinvia in modo esplicito alla presenza di un apparato di produzione, ma anche un dispositivo che mira a chiamare direttamente in causa lo spettatore, installando all'interno del testo un osservatore modalizzato secondo il volere, disposto a mettersi in gioco per saperne di più e per riconquistare una presa privilegiata sul corpo della star.

Nei videoclip forse ancor più che nel cinema,

si mette dunque in gioco una tensione tra poter e non-poter vedere e quindi riconoscere (per poter sapere), ovvero tra occultamento (con nebbie, veli, vetrate, ecc.) e focalizzazione esplicita del sapere del soggetto, movimenti che prevedono possibilità di presentazione parziali” (ib.).

Queste strategie testuali dei videoclip sono fortemente condizionate da complesse dinamiche commerciali che mirano a costruire/rielaborare l'immagine del performer praticando una sintesi tra due esigenze contrapposte.

Da un lato queste forme brevi devono garantire alla star una riconoscibilità immediata. Per far presa su un pubblico consolidato, lo “zoccolo duro” dei fan, viene di conseguenza privilegiata la ripetizione di alcuni tratti invariati e fortemente codificati. Dall'altro, prevale spesso l'urgenza opposta di marcare una distinzione, di ribadire l'assoluta estraneità del performer alle “regole del gioco”, alle norme di stile. In questo senso l'obiettivo principale è intervenire sull'immagine della star, rimodularne profondamente i tratti, plasmare un nuovo modello di identità.

Il corpo della star è il risultato, sempre provvisorio, di un conflitto irrisolto tra recupero e rielaborazione, citazione di figure preesistenti e prefigurazione di forme impossibili. Come afferma Alberto Abruzzese (1989, p. 60),

dopo Marylin non c'è altro corpo da ricordare se non, appunto, qualche divo rock, in cui rivive allo stesso tempo la sensualità maschile e quella femminile della cultura industriale, sino ad interpretare alcune figurazioni androgine, transessuali. Si tratta di fasi di transizione e di integrazioni tra diversi modi di fare e consumare spettacolo, tra diverse sensibilità, tra diversi vissuti.

Questa dialettica tra ripetizione e scarto, permanenza e innovazione permette dunque di rileggere l'intero processo di realizzazione dei video musicali come un'unica strategia globale di costruzione di identità audio-visive.

(...) il problema teorico e progettuale che sta dietro al fenomeno divistico non riguarda i modi in cui verificare la mediazione e sintesi tra non-senso del divo e senso delle forme, i modi in cui risarcire il mito delle sue contaminazioni consumiste. Anzi il problema è esattamente opposto: selezionare l'inautentico, verificare le rotture formali, valutare lo spirito del mercato (p. 62).

Il trasformismo delle star musicali non si riduce esclusivamente a una serie di manipolazioni radicali, nella maggior parte dei casi esso è il risultato di interventi *soft* che mirano a rinnovare il look senza stravolgerne l'aspetto. Per assecondare le mode musicali e rilanciare l'appel dell'album musicale le case discografiche e i registi non esitano infatti a sottoporre l'identità del performer a un vero e proprio processo di make-up.

Un caso esemplare di questa tendenza alla rielaborazione mirata del look è Britney Spears, che ha conquistato il target degli adolescenti con il video del singolo *Baby one more time* interpretando il ruolo di una lolita pop (divisa del college, treccine e lecca lecca). In seguito, per continuare a far presa su un pubblico oramai passato dall'età adolescenziale a quella adulta, Britney Spears è stata costretta a rinnovare profondamente il proprio look, fino al video di *Slave for you* in cui, seminuda, si offre esplicitamente a un gruppo di uomini come oggetto del desiderio sessuale.

Tra le star che hanno sfruttato in modo eclatante il look come mezzo privilegiato di affermazione della propria identità c'è senz'altro Madonna, la cui immagine si è basata sin dall'inizio sulla contrapposizione di valori opposti e inconciliabili, sessualità *vs* spiritualità.

Senza ricostruire nel dettaglio le tappe di una carriera fondata sul trasformismo è sufficiente focalizzare l'attenzione su due videoclip. Il 1992 è l'anno in cui viene pubblicato il libro-scandalo *SEX*, e realizzato il videoclip di *Erotica* un vero e proprio backstage dell'operazione editoriale. La protagonista assoluta è Dita Parlo¹⁰, un alter-ego narrante

di Madonna, autrice delle lettere contenute nel libro in cui racconta le proprie fantasie sessuali.

Nel video vengono messe in scena le fantasie erotiche di uomini e donne. Dita è vestita di nero, i suoi occhi sono coperti da una mascherina, in mano ha un frustino. In *Erotica* Madonna assume pose e maschere diverse, indossa vestiti sia maschili che femminili, i suoi capelli sono lunghi e corti, ma ostenta anche delle parrucche, il suo atteggiamento è di volta in volta elegante e volgare, il suo ruolo cambia continuamente da dominatrice del gioco erotico a corpo dominato dalle fantasie altrui.

In seguito il videoclip di *Frozen* del 1998 incarna la svolta spirituale della star Madonna. Nel video prevalgono i toni cupi, il look della performer è completamente rimodellato, Madonna è vestita di nero, simbolicamente a lutto, anche i suoi capelli sono neri, lisci, ricadono ordinati sulle spalle, i movimenti sono studiati, gli sguardi in camera penetranti, mai irriverenti. In *Frozen* la messa in ridicolo delle convenzioni sessuali è ormai alle spalle, Madonna non interpreta più il ruolo della star ostinatamente provocatrice, ma quello di uno spirito del deserto, un essere solitario e misterioso che ha per unici compagni gli animali.

Erotica e *Frozen* sono solo due fasi di uno star-text talmente complesso e ricco da aver profondamente segnato il panorama della pop music.

Pressate da esigenze commerciali sempre più invasive, le star della musica pop oggi non si accontentano di esibire il proprio corpo in performance audio-visive brevi ed efficaci, piuttosto incarnano una nuova strategia della seduzione che mira a suscitare il desiderio del fan sottraendosi a uno sguardo pieno, invadente.

Figura ambigua e sovraesposta, l'icona musicale si trasforma progressivamente in un testo-rinvio, innescando un gioco di destrutturazione che affida il momento della ricomposizione allo sforzo decisivo di uno spettatore sempre più protagonista.

¹ È importante precisare che questa è una definizione generale di enunciazione che prescinde da un'applicazione specifica ai testi audiovisivi. La proposta teorica di Metz, infatti, non si situa esclusivamente all'interno di un dibattito specialistico sull'enunciazione cinematografica, piuttosto prefigura la possibilità di ripensare radicalmente le forme con le quali l'enunciazione simula la sua presenza in testi caratterizzati anche da sostanze dell'espressione differenti.

“L'esempio del cinema (come altri, certamente) ci invita ad allargare la nostra idea di enunciazione e, per una volta, è la teoria del film che potrebbe (?) retroagire sulla semiologia e linguistica generali” (Metz 1991, p. 18).

² Ciò non significa che in questi casi l'enunciazione esista unicamente in quanto presupposta dalla presenza di un enunciato “trasparente”: l'enunciazione resta infatti allo stato di semplice presupposto finché noi prestiamo poca attenzione alla costruzione del film; “non appena guardiamo o ascoltiamo meglio, scorgiamo accenni di marche che, per quanto tenui possano essere, prefigurano un orientamento ‘vero’” (p. 199).

³ “Si tratta di avvertimenti gratuiti lanciati allo spettatore, di sobbalzi del film che improvvisamente si designa, si commenta in diretta con esponenti visivi o sonori e, in tutti i sensi del termine, si riprende” (Metz 1991, p. 195). Nella produzione videomusicale queste forme dell'enunciazione audiovisiva non solo sono presenti, ma in alcuni casi sono oggetto di una sperimentazione tecnica e stilistica del tutto inedita sul grande schermo.

⁴ Queste configurazioni enunciative producono “un commento non sviluppato: al contrario, avviluppato nell'immagine. È il coefficiente incompressibile di intervento enunciativo, e l'atto di nascita del gesto metatestuale, in parte ancora invischiato in ciò che designerà. Ed è anche, in modo ancora indistinto, la prefigurazione di uno stile⁵” (1991, p. 36).

⁵ “Le didascalie di commento tessono una sorta di racconto letterario, frammentato, un racconto altro e traforato (...), possono avere una funzione chiaramente metadiscorsiva, come discorso di secondo grado che commenta quello sviluppato dalle immagini alle quali si aggiunge, e che cerca di programmare la loro decifrazione” (Metz 1991, pp. 72-73).

⁶ Afferma ancora Frith (1990, p. 255): “il musicista ‘autentico’ è, in effetti, una finzione tanto elaborata quanto ogni altra cosa in mostra. Da un punto di vista analitico, la costruzione video del ‘reale’ è più interessante (perché più surrettizia) dei frammenti dell'immaginazione in primo piano”.

⁷ *Isotopia*: permanenza o ridondanza di un elemento semantico all'interno del testo che produce un effetto di continuità garantendo la coerenza sul piano del contenuto. In un testo l'isotopia può essere impiegata per dare corpo a un universo figurativo (isotopie degli attori, del tempo dello spazio) sia per tematizzare questo universo (isotopie astratte, tematiche, assiologiche) (cfr. Bertrand 2002).

⁸ La tendenza a spettacolarizzare lo svelamento del corpo è uno dei tratti peculiari della programmazione televisiva degli ultimi anni. “Scoprire, rendere pubblico, manifestare il corpo. Insinuarsi, penetrare, aprirne l'interiorità. (...) L'organismo è una Macchina emozionale, un dispositivo misterioso e segreto che produce emozioni quando è esposto allo sguardo collettivo, quando viene proiettato nel virtuale televisivo (...). Nell'impulso ossessivo della visi-

bilità e dell'invasività, la tv rilegge la vita dei corpi attraverso ecografie ed endoscopie, mostrando i cambiamenti che vi avvengono con il passare del tempo. La nozione di corpo viene scompaginata dalla riproduzione della sua immagine in parti, pezzi, organi, in cui le telecamere entrano, percorrendo il corpo nello spazio e nel tempo, o pre-correndolo dal concepimento al parto, dall'agonia alla morte e, al di là della morte, nel trapianto degli organi (Bolla, Cardini 1999, pp. 198-199).

⁹ Non è un caso che spesso i siti che i fan dedicano alle star musicali siano più frequentati e aggiornati di quelli ufficiali delle etichette discografiche.

¹⁰ Dita Parlo fu una delle prime attrici porno.