

SPECIALE Dalla *Disco Fever* al *Disco Dan*. Forme di rappresentazione della cultura disco nella televisione statunitense

Introduzione

Nella sua storia culturale del broadcasting negli Stati Uniti, Michele Hilmes descrive gli anni Settanta come un anti-climax, un periodo contraddittorio in cui l'euforia del boom economico degli anni Sessanta sfuma gradualmente in un "giant headache"¹. Una descrizione, questa, applicabile anche a un fenomeno proprio di quel decennio: la disco music.

Dal suo picco come genere musicale dominante nei club urbani nella seconda metà del decennio, la disco precipita poi nella Disco Demolition Night del 1979 quando, in uno stadio di Chicago, la sua estetica dell'artificialità e dell'eccesso viene derisa e letteralmente messa al rogo da 50.000 fan del rock². *Deader Than Disco* è da allora un modo di dire ricorrente, per indicare qualcosa che non tornerà più. Eppure, oggi la disco sembra sopravvivere non solo dal punto di vista delle influenze musicali su alcuni generi o artisti contemporanei, ma anche in un immaginario versatile e modulabile secondo esigenze diversificate. Quello della disco è infatti un fenomeno sfaccettato, che assume toni e contorni differenti a seconda del punto di vista da cui la si osserva e da cui la si vuole rappresentare. Nel caso delle industrie dell'intrattenimento, è un genere musicale, un'estetica, un immaginario iconico, ma anche una proiezione identitaria di specifiche comunità.

A partire da tali considerazioni, in questo articolo intendiamo analizzare le principali forme di rappresentazione della disco nella televisione statunitense, concentrandoci prima sugli anni Settanta e poi sul contemporaneo. L'idea è di vedere in che modo le pratiche d'uso industriali abbiano impiegato le varie sfaccettature di questa composita cultura in relazione a esigenze commerciali (target, sponsor, ecc.) e creative (costruzioni narrative, brand del programma, ecc.). Prima di iniziare la nostra analisi, è però necessario un breve inquadramento teorico sulla disco in quanto cultura, oltre che genere musicale. Vista come la nemesi del rock, come un segno della decadenza morale e intellettuale post-Sessantotto, la disco music è spesso accusata di dimenticare i valori d'impegno civile e politico della gioventù del decennio precedente per abbracciare esclusivamente intrattenimento ed edonismo. Come commenta Richard Dyer³, si tratta di uno scontro tra percezioni di autenticità: sebbene tutti i generi musicali siano riconducibili a logiche di mercato, alcuni, più di altri, sono percepiti come maggiormente autentici perché investiti da un'aura autoriale, perché romanticizzati o politicizzati. Nel nostro caso, la musica "al sintetizzatore" della disco è contrapposta all'autenticità del folk e del rock. Dyer va anche oltre il genere musicale per leggere la disco come una sensibilità culturalmente e storicamente situata. Essa contrappone infatti una sottocultura "altra" e "sovversiva" a quella "dominante" e permette alla comunità gay di costruire, nella sua esperienza, soggettività e comunità alternative, aprendo così degli spazi per la creazione di identità *queer* rispetto alla società *straight*⁴.

Questa lettura è approfondita ed elaborata da diversi altri studiosi che vedono la *disco culture*, più che la *disco music*, come l'incontro fra due mondi che negli anni Settanta stanno festeggiando le prime vittorie civili: la generazione di afroamericani post-*civil rights movement* e la comunità omosessuale post-Stonewall⁵. Come commenta Carolyn Krasnow a proposito degli attacchi alla cultura disco:

Such a violent reaction is not just a matter of aesthetic disagreement; underlying the anti-disco sentiment was a fundamental distrust of subcultural production by 'others'. As a loosely defined genre coming out of gay, Black and Hispanic communities, disco stood very much outside of the predominantly white, heterosexual male-oriented rock culture of the time⁶.

Il legame tra disco e sotto-culture "altre" è dunque fondamentale, come vedremo, nella comprensione delle sue forme di rappresentazione.

SPECIALE Dance Fever. La disco nella televisione degli anni Settanta

Quando Tim Lawrence descrive la disco come un movimento che dai locali sotterranei dei quartieri newyorkesi NoHo ed Hell's Kitchen fiorisce e si espande poi nella Manhattan *midtown* e nei centri urbani di Chicago e San Francisco⁷, sembra descrivere anche il percorso della sua rappresentazione nella televisione americana degli anni Settanta che, come stiamo per vedere, inizia con il ritrarre le comunità locali per poi arrivare alle grandi città. In questo periodo, la moltiplicazione delle modalità di trasmissione televisiva, le prime possibilità di personalizzazione del consumo e della produzione, così come la crescente labilità fra confini di imprese e settori mediali, contribuiscono infatti a porre le basi per la diffusione della cultura della disco dai mercati locali e quelli nazionali.

In the 1970s, boundaries of all kinds were tested, including the one between fact and fiction. Document often seemed inadequate or impossible. *Saturday Night Fever*, *Roseland*, *Fame*, and *Summer of Sam* theatricalize reality in a new kind of blend. The fiction, in turn, was telling truth. TV reality dance shows perpetuated the feel-good fantasy conjured by dancing. They had heart and fun, in keeping with the innocence of dancing in the disco era⁸.

Come nota Lori Ortiz, nella televisione degli anni Settanta sono soprattutto le serie *non-scripted*, in particolare i reality musicali, a fornire una rappresentazione diretta della cultura disco. Se la pietra di paragone è *American Bandstand*⁹, in cui teenager, perlopiù bianchi e *middle-class*, ballano sulle hit del momento, i programmi registrati direttamente nei nightclub portano nelle case degli americani le diversità di una cultura minoritaria e, fino ad allora, sotto-rappresentata. La diffusione di tali programmi è il risultato della combinazione di una serie di circostanze sociali, culturali, tecnologiche e industriali.

I contratti di affiliazione (o di proprietà) delle stazioni locali a una *parent company* nazionale garantiscono alle prime dei *time slot* da dedicare alle produzioni locali. Queste produzioni riflettono naturalmente le peculiarità del territorio da raggiungere e delle relative comunità, incrociando le esigenze dei broadcaster, degli inserzionisti pubblicitari e degli eventuali sponsor. Negli anni in cui la disco aggrega una comunità, comprensiva anche di quelle identità alternative a una cultura dominante¹⁰, essa diventa anche lo stimolo per un tipo di programmazione che punta a quelle nicchie, con due vantaggi per le stazioni: da una parte, esse possono fornire un target specifico a determinati inserzionisti, facilitando la vendita di spazi pubblicitari; dall'altra, queste stazioni possono beneficiare della sponsorizzazione di marchi locali e del finanziamento diretto degli imprenditori dei nightclub. Per esempio, la Soap Factory Disco di Palisades Park, New Jersey, diventa nella prima metà del decennio l'alternativa ai più celebri club di New York City. Dal 1977 al 1979, la Factory diviene anche il set del programma *Soap Factory Disco Show*, un segmento settimanale che ospita ballerini e *dance skater*, sia professionisti che amatoriali, trasmesso in *first-run national syndication* grazie a sponsorizzazioni locali.

Altro esempio è *Soul Train*, programma creato da Don Cornelius, DJ per una radio locale di Chicago e organizzatore di una serie di concerti nei licei dell'area. Attraverso la *sponsorship* di commercianti di Chicago come Sears e Roebuck & Co., nel 1971 Cornelius trasforma i concerti in un programma per l'emittente locale WCIU-TV, che dal 1965 ha all'attivo due programmi musicali per teenager e giovani adulti, *Kiddie-a-Go-Go* e *Red Hot and Blues* (quest'ultimo, in particolare, orientato su un pubblico afroamericano), ed è in cerca di nuovi prodotti per quei segmenti. L'immediato successo di *Soul Train* attrae nuovi sponsor, i cui investimenti portano il programma in *national syndication* in venticinque mercati locali già all'inizio della seconda stagione, a partire dalla quale iniziano a convivere due versioni: quella registrata a Chicago appositamente per quell'area urbana e un'altra registrata a Los Angeles per la distribuzione nazionale¹¹. Nel 1977 il programma viene acquistato dalla *superstation* WGN-TV, dove rimane fino al 2006. Con le sue performance di artisti R&B, soul, hip hop, funk, jazz, disco e gospel, *Soul Train* contribuisce a diffondere la cultura urbana afroamericana il sabato mattina, proprio quando

SPECIALE va in onda anche *American Bandstand*. “The blackness of it all is what made it different”, commenta Cornelius, che negli anni del boom della disco dichiara anche: “The show contributed to a more uniform style in discos, where many thousand of dancers owned moves seen on the show”¹².

Il consolidamento della televisione via cavo, con la maggiore possibilità di specializzazione delle emittenti, va inoltre a costituire un canale di distribuzione aggiuntivo per questa tipologia di programmi. Esempio emblematico è *Disco Step-by-Step*. Creato da Marty Angelo, produttore televisivo, discografico e proprietario di diversi nightclub, è definito il primo “television show in the world dedicated to disco music, dance instruction, and hustle dancing”¹³ e viene trasmesso da gennaio a giugno del 1977 sui canali via cavo *public access* della città di Buffalo e nella zona occidentale dello stato di New York.

A livello nazionale, la seconda metà degli anni Settanta corrisponde all’implementazione di nuove strategie di *targeting* anche da parte dei tre grandi network, che spostano l’attenzione da un pubblico generalista rurale o *white middle class* a una molteplicità di segmenti diversificati che vanno a includere sia professionisti urbani, sia minoranze. La strategia segue dunque razionalmente l’evoluzione della società, caratterizzata in questi anni dallo spostamento dalle zone rurali alle grandi città e nel pieno dei movimenti che spingono per l’integrazione e l’inclusione delle minoranze. Così, quando il *demographic-thinking* sposta l’attenzione da *quanti* guardano a *chi* guarda, l’identità delle comunità più piccole emerge come possibile fattore critico di successo anche a livello nazionale¹⁴. In questi anni, trasmettere un prodotto che in qualche modo tocchi il mondo della disco anche solo perifericamente, per i network significa allora fornire agli inserzionisti un target preciso, soddisfacendo al contempo (almeno negli intenti) delle spinte sociali verso l’integrazione delle minoranze e mantenendo infine un’attenzione particolare ai mercati locali, essenziali per l’efficienza del networking. Per questo motivo, quella che era una pratica locale diventa presto nazionale attraverso acquisizioni ad hoc. Diversi programmi musicali sviluppati per un mercato locale vengono acquistati da uno dei *Big Three* e redistribuiti attraverso il relativo network. È il caso di *Disco 77* che, trasmesso dal network CBS tra il 1977 e il 1978 e registrato al disco club Pete & Lenny’s di Fort Lauderdale, Florida, porta in scena le performance delle disco star del momento accompagnate da un gruppo di ballerini. *Dance Fever* è invece un programma che nasce direttamente per la *national syndication* e che, lanciato sul calare del fenomeno disco, declina il modello dei *dancing shows* sul *contest*, anticipando format che trovano successo negli anni 2000. Creato e prodotto da Merv Griffin (poi creatore di *Jeopardy* e *Wheel of Fortune*) in collaborazione con la 20th Century Fox e trasmesso dal 1979 al 1987, ogni settimana *Dance Fever* presenta quattro coppie che competono per un premio di mille dollari a settimana, votati da dei *celebrity judge*. Le musiche impiegate durante lo show seguono i trend musicali del momento, così dalle prime esibizioni disco si passa rapidamente a R&B e pop.

Se, con il declino della disco, programmi come *Dance Fever* e *Soul Train* riescono a riposizionarsi nel mercato grazie a uno strategico cambio di direzione musicale, altri show completamente *disco-driven* non sopravvivono alla fine del decennio. Per esempio, una notte della fine del 1979, il *Soap Disco Factory Show* viene chiuso perché la direzione del locale decide di passare dalla disco al rock, per attirare più studenti del college¹⁵. La chiusura o la “conversione” di questi locali, combinate alle nuove direzioni seguite dagli show musicali, contribuiscono alla graduale scomparsa della disco dalla televisione statunitense, fino al suo riemergere attraverso nuove forme di rappresentazione.

Nostalgia e Disco Dan. La disco nella televisione contemporanea

Disco never really died but went ‘underground’ and reappeared in music genres such as Hi-NRG, house and urban dance. In mainstream culture, disco has become retro, a nostalgic sign of the 1970s, that decade of glitter and glamour, huge Afros, platform-soled shoes and disco balls¹⁶.

SPECIALE Come sostiene Jaap Kooijman, se la *disco music* non muore davvero ma viene rielaborata e incorporata in altri generi, la *disco culture* diventa invece una sorta di immaginario nostalgico che, attraverso alcuni elementi iconici, finisce con il rappresentare un'intera decade. Proprio questo immaginario sembra essere ciò che rimane della cultura disco nella televisione contemporanea, con forme di rappresentazione che diventano tropi per ottenere due risultati principali: un effetto-nostalgia o un effetto comico.

Nel marketing, la nostalgia può essere impiegata per promuovere prodotti di due tipi: quelli derivanti direttamente dal passato, o quelli che invece suggeriscono un "period feeling"¹⁷. Questo secondo caso descrive i programmi che inseriscono la cultura disco all'interno di una più ampia operazione-nostalgia sul decennio degli anni Settanta. In particolare, facciamo riferimento a *That '70s Show, period sitcom* ambientata tra il 1976 e il 1979 e in onda su Fox dal 1998 al 2006. Concentrandosi su dei nuclei familiari *white middle class* di un sobborgo del Midwest, *That '70s Show* non rappresenta mai direttamente la cultura disco come intesa da Dyer, ma se ne lascia contaminare quando si tratta di evocare un preciso immaginario musicale ed estetico. Nell'episodio *Prom Night*, per esempio, il personaggio di Fez (Wilmer Valderrama) si ritrova su una pista disco a ballare *I Will Survive* con Mrs. Clark, interpretata da Gloria Gaynor¹⁸. Abbiamo quindi l'impiego di una serie di elementi iconici (la pista da ballo, il look, gli *outfit*, l'*hustle*, la musica) che, inseriti in un contesto anni Settanta, contribuiscono ad amplificare l'effetto-nostalgia su cui si basa l'intera serie, portando in primo piano non tanto gli aspetti sociali e identitari della disco, quanto piuttosto quelli stilistici ed estetici che fanno appello al disimpegno e al puro intrattenimento.

Caso diverso, ma che segue sempre il filone della nostalgia, è quello dell'episodio *Chutes and Ladders* di *American Horror Story: Hotel*. Nella serie, Lady Gaga interpreta The Countess, vampiro di 111 anni. Quando le viene chiesto quale fosse il suo periodo storico preferito, risponde: "I loved the 70s the most. I was the disco queen. I still am. The darkness was the light. I could walk amongst them with no fear, no judgement. We were all vampires then"¹⁹. Il racconto della Contessa accompagna un flashback in cui la vediamo entrare in un disco club su un cavallo bianco, per poi intrattenersi con gli altri "vampiri". Se la sequenza suggerisce una generale nostalgia del personaggio per quello che considera essere *the best of times*, questa riprende anche il potenziale della disco in quanto spazio per la creazione e la condivisione di identità "altre", di culture *underground*. A un livello metatestuale, l'icona *queer* Lady Gaga, che non svanisce mai completamente nel personaggio della Contessa, porta con sé un'identità che amplifica la *queerness* della sequenza (ma anche dell'intera serie), in cui lei, vampiro, può camminare senza paura e senza giudizio all'interno di un'altra comunità nascosta²⁰.

Ma basta spostare di qualche anno più in là l'ambientazione di una serie per ottenere un risultato diverso. Prendiamo *Freaks and Geeks, teen comedy* NBC in onda 1999 al 2000. L'episodio *Discos and Dragons*²¹ si apre su un gruppo di ragazzi che vanno in un club disco per prendere in giro i ballerini. Quando urlano "Disco sucks!" sulla pista da ballo, riprendendo lo slogan della Demolition Night, si rendono però conto che anche il loro amico Nick (Jason Segel) è fra i ballerini. Ambientata fra il 1980 e il 1981, al contrario di *That '70s Show*, *Freaks and Geeks* è idealmente posizionata a ridosso della "morte" della disco e la scena di apertura ne è un richiamo esplicito. L'evoluzione delle linee narrative, poi, non fa altro che ribadire il concetto: mentre Lindsay (Linda Cardellini) decide di seguire il tour americano del gruppo rock Grateful Dead, Nick decide di non proseguire con la sua segreta frequentazione del disco club. Se una serie di eventi porta il tour dei Grateful Dead a rappresentare la decisione più giusta e liberatoria per Lindsay, la chiusura della linea narrativa di Nick rappresenta invece la conferma che la disco è morta.

Al di fuori degli show ambientati direttamente negli anni Settanta, l'immaginario disco e i suoi elementi sembrano funzionare perlopiù da tropi comici, come dimostra una semplice ricerca sul sito *tvtropes.org*, un archivio dei principali *tropes* della televisione statunitense. Troviamo, per esempio, la *gratuitous disco sequence*, cioè una sequenza di *disco dancing* inserita nell'episodio senza un reale scopo narrativo, una sorta di *cutaway gag* la cui alterità rispetto al resto provoca ilarità nello spettatore. Variazione della

SPECIALE *gratuitious disco sequence* è il *comic relief*, un inserto basato sull'immaginario disco che può smorzare la tensione delle vicende narrate. Ne è un esempio l'episodio *Cracked* del procedurale *NCIS*, in cui il personaggio Anthony DiNozzo (Michael Weatherly) chiude la narrazione indossando l'iconico *white disco suit* di Tony Manero²².

L'abito del personaggio di *Saturday Night Fever* (*La febbre del sabato sera*, John Badham, 1977) vanta uno status iconico ed è diventato uno degli strumenti principali per la creazione di situazioni comiche basate sull'alterità e l'anacronismo. Un tropo basato sul *suit* è infatti quello del *disco dan*: "Usually, this is played for laughs. We get a funny character, who is a walking anachronism by simple virtue of denial. Curiously enough, more than a few of these characters have an affection for disco music, hence the title"²³. Il *disco dan* è quindi una macchietta comica basata sull'anacronismo che prende il suo nome proprio dalla frequenza della sua associazione con la disco music – si pensi al personaggio di Disco Stu in *The Simpsons*, la cui intrinseca comicità è definita dal suo essere un anacronismo vivente, sia nell'abbigliamento che nel comportamento.

Una declinazione del tropo è la trasformazione di un personaggio noto, a sua volta già incarnazione di un certo immaginario, in un *disco dan*. In *Dancing With the Stars*, per esempio, le performance, pur tenendo come base dei balli da sala, richiamano sequenze di film, di videoclip, di momenti di cultura pop o, più in generale, degli immaginari. Nel caso della disco, l'ex Backstreet Boy Nick Carter e la compagna di ballo Sharna Burges, nella puntata del 20 ottobre 2015, portano in scena una samba coreografata sulla canzone *You Should Be Dancing* da *Saturday Night Fever*, su un palcoscenico allestito come un vero disco club e in abiti che richiamano i costumi del film. L'effetto è quello di uno sketch comico fondato sull'autoironia di Carter, un espediente rintracciabile anche nell'esibizione di Dwayne "The Rock" Johnson nella prima puntata di *Lip Sync Battle*, show in cui due personaggi celebri si sfidano su delle esibizioni in playback. Il 2 aprile 2015, Johnson sfida il comico Jimmy Fallon nel round finale proponendo un *lip sync* di *Stayin' Alive* dei Bee Gees e compare sul palco vestito da Tony Manero per riprodurre anche i passi di danza del film. Il motore della comicità dell'esibizione è proprio il *disco white suit*, che evoca un altro tipo di mascolinità rispetto a quello tradizionalmente incarnato dall'ex star del wrestling.

Conclusioni

Le forme di rappresentazione della disco fin qui analizzate evidenziano la versatilità della cultura disco nelle sue diverse sfaccettature, declinabili secondo pratiche d'uso industriali che combinano istanze commerciali e creative in relazione a esigenze contingenti. Nella rappresentazione della disco negli anni Settanta giocano un ruolo fondamentale le prime spinte al *narrowcasting*, le nuove strategie di *targeting*, così come le possibilità di trasmissione e distribuzione offerte dalla *national syndication* e dalla *public access television*. In questo contesto, i programmi musicali dell'epoca tendono a fornire rappresentazioni della disco che vanno dalla ripresa più o meno diretta della realtà (grazie agli show registrati direttamente nei night club, come il *Soap Factory Disco Show*) ai programmi creati ad hoc per insegnare i passi di danza (*Disco Step-by-Step*) fino all'integrazione della disco music in programmi che inseguono i trend del momento (*Dance Fever*). In casi come *Soul Train* o *Disco 77*, l'alterità alla base della disco è il motore di un processo di abbattimento delle barriere culturali e sociali che si innesca quando questi show entrano nelle case WASP come se fossero *American Bandstand*. Allo stesso tempo, però, vengono portati in primo piano anche i suoi aspetti escapisti: non dobbiamo infatti dimenticare che questi programmi suggeriscono anche e soprattutto una sensazione di benessere connessa al ballo.

Nel passaggio al contemporaneo, notiamo innanzitutto un passaggio dalla rappresentazione della disco prevalentemente nei reality, a una rappresentazione soprattutto nelle *scripted series*. Possiamo ipotizzare che ciò si verifichi per due motivi: da una parte, dal momento che i reality musicali rispecchiano le tendenze e la realtà degli anni in cui sono prodotti, la rappresentazione diretta della cultura disco

SPECIALE è naturalmente più consona agli anni Settanta, mentre nei decenni successivi assume già la forma dell'anacronismo, che contribuisce a costituire materiale per la costruzione del tropo nostalgico o comico. Dall'altro, per quanto riguarda le *scripted series*, negli anni Settanta queste hanno già una distribuzione nazionale, mentre la disco nasce prima di tutto a livello locale. Come abbiamo visto, questo implica che siano proprio le produzioni locali a rappresentare per prime il fenomeno, mentre le serie *scripted* nazionali puntano a segmenti redditizi dal punto di vista della vendita di spazi pubblicitari a livello nazionale, su tutti la *white upper middle class*. È solo quando la disco è oramai al suo declino, che il *demographic thinking* delle *scripted series* si sposta anche su segmenti più ristretti, lasciando però la sua rappresentazione in *national syndication* ancora una volta ai reality musicali, che vantano anche una rapida capacità di adattamento e conversione alle nuove tendenze. Nel contemporaneo, invece, le *scripted series* (ma anche certi reality) possono riprendere la disco occasionalmente, senza necessariamente farne il filo conduttore o il tema centrale del prodotto. Piuttosto, essa viene impiegata come un immaginario, un campo semantico, una figura retorica utile alla realizzazione di certi fini estetici e narrativi, contingenti alle esigenze commerciali e creative delle singole produzioni.

Nella televisione contemporanea abbiamo infatti osservato una rappresentazione della disco che prende la direzione del tropo nostalgico o comico. L'escapismo, il benessere connesso alla "vita da disco club" diventa un elemento essenziale nella costruzione di un *period feeling*. In *That '70s Show* la disco è la valvola di sfogo degli studenti che si scatenano sulla pista da ballo. Ogni aspetto politico sembra qui non essere presente perché, essenzialmente, non necessario dal punto di vista narrativo: in un ambiente *white middle class*, infatti, l'aspetto che perdura della disco è quello del genere musicale e della sua estetica, che permettono di fuggire dalla realtà. In *American Horror Story: Hotel*, invece, la disco viene impiegata come strumento nostalgico per evocare un *best of times* ma, coerentemente all'estetica *queer* dell'intera serie (e del personaggio di Lady Gaga), viene anche utilizzata per suggerire quegli aspetti identitari e politici sottolineati da Dyer. Prevalente è comunque l'impiego della disco come tropo comico. In *Freaks and Geeks*, ambientata poco dopo la Demolition Night, la questione dell'autenticità della disco è riportata in primo piano dai personaggi stessi, incarnazione di quella nuova generazione di fan del rock bianco, *straight* e autoriale che si contrappone alla *blackness*, alla *queerness* e all'artificialità della disco. Elementi iconici che vanno dalla palla stroboscopica alle luci delle piste da ballo, dalle acconciature afro ai costumi di *Saturday Night Fever* sono poi alla base dei meccanismi comici attivati dall'anacronismo e dall'alterità rispetto a una presupposta normalità, come nei casi di Disco Stu nei Simpsons e di Dwayne Johnson al *Lip Sync Battle*.

Sembra quindi che la rappresentazione della disco si muova costantemente fra i suoi diversi elementi caratterizzanti, la cui relazione con determinati contesti (sociali, culturali, storici, industriali, narrativi) provoca risultati diversificati. La disco si dimostra così una cultura ergonomica e modulabile, la cui parte conclusiva dell'anti-climax sembra più una coda lunga, parcellizzabile e remixabile, piuttosto che una vera fine.

Paola Brembilla

Note

1. Michele Hilmes, *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*, Wadsworth, Belmont 2002, p. 246.
2. La Disco Demolition Night non è certo la causa determinante della "morte" della disco, ma ne diventa il simbolo in quanto culmine di un processo di declino già in corso da tempo. L'evento nasce in realtà come strategia promozionale per vendere i biglietti del Comiskey Park di Chicago, casa della squadra White Sox, anche se si ritorce contro gli organizzatori. La squadra ingaggia lo speaker radiofonico Steve Dahl, noto *anti-disco campaigner* della stazione WLUP-FM, per la promozione e

- SPECIALE** la conduzione dell'evento. Gli spettatori, più di 50.000, portano allo stadio uno o più vinili disco, che vengono raccolti dallo staff. Durante la pausa fra i *games* della partita Chicago White Sox – Detroit Tigers, Dahl fa esplodere un'enorme cassa contenente i vinili posizionata al centro del campo, mentre altri dischi vengono lanciati dagli spalti e diversi tifosi invadono il campo stesso, causando una posticipazione del secondo *game*. A causa del caos, il giorno seguente l'American League assegna una vittoria a tavolino ai *Tigers*. Cfr. Christopher Young, "When Fans Wanted Rock, the Baseball Stopped": Sports, Promotions, and the Demolition of Disco on Chicago's South Side", *The Baseball Research Journal*, vol. 38, n. 1 (2009), pp. 11-16.
3. Cfr. Richard Dyer, "In Defence of Disco", *Gay Left*, n. 8 (1979), pp. 20-23, <http://www.gayleft1970s.org/issues/gay.left_issue.08.pdf> (ultimo accesso 13 dicembre 2015).
4. *Ibidem*.
5. Si vedano anche Walter Hughes, "In the Empire of the Beat: Discipline and Disco", in Andrew Ross, Tricia Rose (a cura di), *Microphone Friends: Youth Music and Youth Culture*, Routledge, New York 1994, pp. 147-158; Gillian Frank, "Discophobia: Antigay Prejudice and the 1979 Backlash Against Disco", *Journal of the History of Sexuality*, vol. 16, n. 2 (2007), pp. 276-306; Peter Shapiro, *Turn the Beat Around: the Secret History of Disco*, Faber & Faber, London 2015.
6. Carolyn Krasnow, "Fear and Latching in the '70s: Race, Sexuality and Disco", *Stanford Humanities Review*, vol. 3, n. 2 (1993), pp. 37-45, p. 37.
7. Cfr. Tim Lawrence, *Love Saves the Day: A History of American Dance Music Culture, 1970-1979*, Duke University Press, Durham 2004.
8. Lori Ortiz, *Disco Dance*, Greenwood, Santa Barbara 2011, p. 133.
9. *American Bandstand* va in onda dal 1952 al 1957 sulla stazione di Philadelphia WFIL-TV, per poi essere acquistato dalla ABC nel 1957, che lo trasmette fino al 1987 attraverso il suo network. Per un anno, fino al 1988, il programma va poi in *national syndication* per chiudere infine i battenti l'anno successivo sul canale via cavo USA Network.
10. Cfr. Richard Dyer, *op. cit.*
11. Cfr. Jake Austen, "Soul Train Local", <<http://www.chicagoreader.com/chicago/soul-train-local/Content?oid=1106014>> (ultimo accesso 13 dicembre 2015); Lori Ortiz, *op. cit.*, pp. 140-141.
12. Don Cornelius, intervista realizzata da Time-Life, *The Best of Soul Train*, DVD, 2010.
13. <<http://www.martyangelo.com/discostepbystep.htm>> (ultimo accesso 13 dicembre 2015)
14. Nell'ambito delle *scripted series*, questa strategia si traduce nell'abbandono parziale delle serie più datate e nell'affiancamento, a quelle dagli schemi già rodati, di programmi che propongono innovazioni formali, linguistiche, tematiche (si pensi, per esempio, alle serie della MTM Productions, che mettono in scena per la prima volta famiglie disfunzionali e donne divorziate in carriera) o che portano sul piccolo schermo un cast *all black* (come per *The Jeffersons*, in onda sulla CBS dal 1975 al 1985), ma comunque nell'ambito dell'*upper middle class*. A questo proposito, si vedano Mark Alvey, "Too Many Kids and Old Ladies": Quality Demographics and 1960s U.S. Television", in Horace Newcomb (a cura di), *Television. The Critical View*, Seventh Edition, Oxford University Press, New York/Oxford 2007, pp. 15-36; Jane Feuer, Paul Kerr, Tise Vahimagi (a cura di), *MTM: Quality Television*, BFI Publications, London 1984.
15. Gli esempi di show incentrati sulla disco e registrati direttamente nei club di piccole e grandi città sono comunque innumerevoli, anche se di vita breve. Possiamo citare anche *What's New* (St. Paul), *Disco Magic* (Miami), *Hot City Disco* (Los Angeles), *Soul Alive* (New York City), *The Scene* (Detroit), *Weekday Fever* (Cleveland), *Disco 23* (Albuquerque), *Studio 78* (Washington D.C.), *Invitation to Dance* (New York).
16. Jaap Kooijman, "Turn the Beat Around. Richard Dyer's 'In Defence of Disco' Revisited", *European Journal of Cultural Studies*, vol. 8, n. 2 (2005), p. 259, pp. 257-265.
17. William J. Havlena, Susan L. Holak, "The Good Old Days": Observations on Nostalgia and Its Role

- SPECIALE** in Consumer Behavior”, *Advances in Consumer Research*, n. 18 (1991), pp. 323-329.
18. Stagione 1, Episodio 19, trasmesso il 7 marzo 1999.
19. *American Horror Story: Hotel*, episodio 2, trasmesso il 14 ottobre 2015.
20. Sulla *queerness* di *American Horror Story*, si segnala Taylor Cole Miller, “The Deliciously Queer World of *American Horror Story*”, <http://www.huffingtonpost.com/taylor-cole-miller/american-horror-story_b_1982027.html> (ultimo accesso 13 dicembre 2015).
21. Stagione 1, episodio 18, trasmesso l'8 luglio 2000.
22. Stagione 8, episodio 6, trasmesso il 26 ottobre 2010.
23. “Disco Dan”, <<http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/DiscoDan>> (ultimo accesso 13 dicembre 2015)

Abstract

Considering disco not only a music genre, but above all an expression of underground cultures as well as an iconic imaginary, this article examines the manifold ways the U.S. television industry has depicted disco culture. We analyse how industrial practices have make use of its various aspects in relation to commercial and creative demands both in the Seventies and today, ultimately using disco culture as a representation of reality or as a narrative trope, according to need.