

Massimo Giuseppe Eusebio

# Lo sguardo dello schermo

Teorie del cinema e psicoanalisi

*Saggi e studi*

**FrancoAngeli**

**PSICOLOGIA**





I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Massimo Giuseppe Eusebio

# **Lo sguardo dello schermo**

Teorie del cinema e psicoanalisi

**FrancoAngeli**

PSICOLOGIA

*Grafica della copertina: Elena Pellegrini*

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Introduzione</b>	pag.	7
Ringraziamenti	»	11
<b>1. Il cinema come fenomeno socioculturale e comunicativo</b>	»	13
1. Cinema e industria culturale	»	13
2. Il cinema come forma d'arte	»	19
3. Trasformazioni del cinema e forme di consumo	»	32
4. La cultura visuale come pratica condivisa	»	36
5. Il carattere comunicativo del testo filmico	»	38
<b>2. La significazione filmica</b>	»	42
1. «Linguisticità» del cinema	»	42
2. I codici cinematografici	»	51
3. Semiotica del testo ed enunciazione filmica	»	56
4. La «semiopragmatica» dei media audiovisivi	»	62
5. Cognitivismo e neuroscienze	»	65
6. Semantica e pragmatica del cinema nella filosofia analitica	»	67
7. L'analisi del film	»	71
<b>3. Il cinema tra realtà e finzione</b>	»	75
1. Sul realismo cinematografico	»	75
2. L'«operatività» delle immagini	»	87
3. I regimi narrativi del film	»	90
4. L' <i>impressione di realtà</i> tra coerenza diegetica e ricchezza percettiva del film	»	98
5. «Impressione» e «illusione» di realtà: spettatori e sognatori	»	104

<b>4. Di fronte allo schermo: prospettive dello sguardo</b>	pag.	110
1. Lo schermo cinematografico come oggetto e soggetto dello sguardo	»	110
2. Sguardo e desiderio: dallo schermo-specchio allo schermo perturbante	»	117
3. La metafora ipnotica	»	125
4. Il coinvolgimento spettatoriale	»	129
5. L'analogia tra forme del cinema e attività psichica	»	137
6. L'approccio delle neuroscienze cognitive all'effetto di risonanza delle immagini in movimento	»	139
<b>5. Cinema e psicoanalisi: storia di un rapporto</b>	»	147
1. Le radici di un'affinità	»	147
2. Dal doppio cinematografico al cinema «psicoanalitico»	»	150
3. Il contributo della Filmologia	»	157
4. La teoria psicoanalitica del cinema	»	163
5. Obiezioni alla teoria del dispositivo cinematografico	»	173
6. La teoria dell'interpretazione psicoanalitica del testo filmico	»	178
<b>6. Il cinema e l'oggetto perduto nell'estetica psicoanalitica</b>	»	184
1. L'interesse della psicoanalisi per l'arte	»	184
2. L'arte come <i>sublimazione</i> e come <i>riparazione</i>	»	188
3. L'estetica del vuoto	»	192
4. Il perturbante e l'emersione del Reale	»	199
5. Valore e limiti della psicoanalisi come strumento ermeneutico	»	207
<b>7. Nella casa di François Ozon: il piacere perturbante del voyeurismo cinematografico</b>	»	213
1. Narrazione o metanarrazione?	»	213
2. L'identificazione speculare e il doppio inquietante	»	216
3. Lo spettatore voyeur	»	220
4. Il significante edipico	»	223
5. Dalla parodia dell'arte al voyeurismo estetico	»	225
<b>Bibliografia</b>	»	229

## Introduzione

«Questa storia è stata narrata in un romanzo intitolato *Il processo*, qualcuno ha detto che la sua logica è la logica di un sogno». (dal film *Il processo*, Welles, 1962)

Per tutto il corso del Novecento, fino all'avvento e alla diffusione capillare dei media digitali, il medium cinematografico si è andato consolidando come uno dei principali veicoli di arte, cultura e comunicazione. Dalla dimensione dello svago e dell'intrattenimento, alle qualità estetiche e formali che può esprimere; dalla polivalenza dei messaggi che veicola, fino alla varietà di processi identificativi e proiettivi a cui dà vita, esso è da sempre considerato nei termini di una macchina comunicativa articolata e potente dalle rilevanti ricadute socioculturali.

Sebbene stia vivendo una mutazione antropologica che rischia di trasformarlo in una pratica desueta per soli appassionati, il cinema rimane a tutt'oggi un'arte capace non solo di sollecitare nello spettatore risposte cognitive, emotive e comportamentali, ma di attivare in esso quei meccanismi psichici profondi sui quali si è concentrata l'attenzione della psicoanalisi. A ciò va aggiunto che nell'utilizzare metodi narrativi e formali che gli sono propri il cinema può fornire descrizioni illuminanti per la comprensione della vita psichica.

Da una parte il cinema come *specchio* che rimanda al bisogno degli esseri umani di raccontarsi e di riconoscersi; dall'altra l'indagine psicoanalitica nata come tecnica terapeutica e tuttavia animata da una costante vocazione ermeneutica. La storia di questo incontro, avvenuto sul finire dell'Ottocento, segna il primo apparire di una nuova arte e di una nuova teoria generale della psiche che, nel corso del secolo successivo, contribuirono entrambe alla profonda trasformazione dell'immagine dell'individuo e del suo rapporto con la realtà.

Nell'affrontare un ampio panorama teorico offerto dalla letteratura sull'argomento, il presente lavoro tratta il tema del rapporto tra cinema e psicoanalisi tenendo conto degli sviluppi interdisciplinari che ne hanno caratterizzato l'evoluzione. Ne risulta un percorso storico-tematico intento a co-

gliere assonanze tra differenti modelli di ricerca che si sono dovuti confrontare sia con le nuove forme di medialità post-cinematografica, sia con i nuovi modi di accesso alla fruizione filmica. Le molte citazioni e i frequenti rimandi a discipline quali la psicologia, le scienze cognitive, la filosofia, l'estetica, l'antropologia sociale, la storia del cinema, concorrono ad approfondire e completare un quadro storico necessariamente sintetico che attraversa i confini epistemologici fra paradigmi diversi (una tendenza, questa, particolarmente diffusa negli studi sul cinema tra gli anni Sessanta e Settanta del secolo scorso).

Per l'eterogeneità delle prospettive metodologiche da cui lo si può scorgere il cinema tende a rifiutare teorie unitarie (Rancière, 2011, pp. 28-29): per questo motivo anziché parlare di una *teoria* del cinema sembra più corretto parlare di *teorie* del cinema, corrispondenti a ognuna di queste prospettive. Non sembra infatti possibile interrogarsi sulla significazione filmica e sul tessuto comunicativo di un film evitando considerazioni di derivazione semio-linguistica o trascurando gli studi semiotici, i quali hanno fornito preziosi strumenti atti ad analizzare criticamente l'universo dei media. Oppure descrivere il regime narrativo di un racconto filmico senza riallacciarsi agli studi narratologici rivolti ai testi letterari; o, ancora, parlare di fenomeni di identificazione nel cinema senza alcun richiamo alla teoria psicoanalitica, come anche occuparsi di empatia cinematografica ignorando le intuizioni filosofiche della fenomenologia e gli assunti della neurofilmologia.

Il film è un prodotto culturale in grado di generare un testo che fonda le sue significazioni su elementi narrativi, visivi e sonori, analizzabili secondo diverse ottiche, le quali contribuiscono alla chiarificazione del suo significato e all'acquisizione di una maggiore consapevolezza nei confronti del linguaggio cinematografico. Stiamo parlando di percorsi di lettura possibili, per la maggior parte qui solo abbozzati, che come tessere di un mosaico possono concorrere a costruire il puzzle interpretativo del film.

Lo stesso carattere interdisciplinare di queste pagine ha lo scopo – nei limiti di una trattazione panoramica – di fare il punto sulla letteratura critica che da un secolo a questa parte si è trovata a indagare la natura linguistica e comunicativa del cinema e il suo rapporto con lo spettatore, a cominciare dai principali approcci analitici all'arte filmica: dalla semiologia o semiotica del cinema, alla teoria psicoanalitica del cinema; dagli studi di estetica del cinema nel campo della filosofia analitica, al più recente modello delle neuroscienze cognitive applicato al cinema. Approcci che, sulla base di intenti e punti di vista profondamente differenti, si sono rivolti sia all'analisi del testo filmico e della sua struttura, sia all'indagine sulla natura del dispositivo cinematografico e sul coinvolgimento spettatoriale, dando vita a un

dibattito composito attraverso cui si è tentato di rispondere alle due domande fondamentali: «che cos'è il cinema?» e «perché andiamo al cinema?» (o «perché guardiamo i film?»).

È nell'ambito di questo incontro di saperi che vengono rilanciati i temi dell'emozione cinematografica e dell'esperienza filmica vissuta dallo spettatore, all'interno di un orizzonte teorico ricco e articolato che attribuisce ai film il ruolo di «dispositivi emozionali» (Malavasi, 2009, p. 11). Non è un caso, infatti, che una tale molteplicità di punti di vista riguardi anche l'interesse rivolto ai comportamenti dello spettatore cinematografico, definito come un «soggetto complesso» (Eugeni, 2002, p. 36), storicamente e socialmente situato in un sistema di valori e di credenze propri di una certa società, attivo all'interno di una rete di determinazioni interagenti: testuali, socioculturali, comunicative, cognitive, affettivo-emoive, ecc.

Sono questi, in sostanza, i temi che hanno attraversato le grandi trasformazioni tecnologiche vissute dalla cultura visuale e che hanno visto lo schermo del cinema proporsi nei termini di un terreno di relativa resistenza innanzi ai fenomeni di cambiamento. Schermo come spazio illusorio, come «spazio della visione», come luogo di mediazione tra realtà materiale e immaginario, sono le principali metafore usate per definirlo. In particolare, la cosiddetta *metafora dello specchio* ha trovato un diffuso utilizzo nell'approccio psicoanalitico allo studio del dispositivo cinematografico e ha contribuito a consolidare il legame tra le nozioni di schermo e di sguardo, uno sguardo in grado di evocare il desiderio dello spettatore. Così come troviamo confermato – sempre in ambito psicoanalitico – il nesso tra psicoanalisi, cinema e sogno nel concetto di *dream screen*, o «schermo del sogno» (Levin, 1946), con un chiaro richiamo allo schermo cinematografico.

Se la filosofia analitica di derivazione cognitivista (la cosiddetta *Post-Theory*) e la più recente Neurofilmologia descrivono la partecipazione dello spettatore cinematografico alle immagini del film – collocato di fronte e dentro lo spazio della scena – nel senso di una risposta emotiva indotta dalle forme di empatia e di rispecchiamento corporeo e motorio, dal canto suo la psicoanalisi spiega il coinvolgimento spettatoriale come il risultato dei processi preconsce e inconsci che sono alla base di quelle forme di identificazione proiettiva, di voyeurismo e di feticismo, collocabili nel punto di intersezione tra sguardo e desiderio appartenenti al regime scopico.

Attraverso lo scambio relazionale di sguardi, che si realizza all'interno di una pratica sociale condivisa, l'arte cinematografica, al pari delle altre arti, istituisce con il fruitore un dialogo generato da un campo emotivo comune. In tal senso il cinema non va inteso semplicemente come una macchina, o dispositivo, ma soprattutto come una forma di esperienza «che va

oltre la presenza di una tecnologia, e che si collega direttamente a bisogni antropologici» (Casetti, 2015, p. 43). Bisogni che riguardano il duplice soggetto dell'esperienza filmica, l'autore e il fruitore, il regista-sceneggiatore e lo spettatore.

Tali argomenti costituiscono il cardine di questo lavoro che vede altresì il passaggio dalle celebri analisi sul *significante immaginario* di Christian Metz – «inventore» della semiologia del cinema, nonché fautore dell'incontro tra sociosemiotica e teoria psicoanalitica – ai più recenti studi di psicoanalisi del cinema orientati, sull'esempio di Slavoj Žižek, verso gli aspetti del pensiero lacaniano che riguardano il registro della pulsione e della sua relazione con lo sguardo nella sua forma perturbante.

Si tratta di uno sguardo che per il rovesciamento e la messa in crisi delle tradizionali norme linguistiche operata da molti registi del cinema contemporaneo segnala l'emergere di una frattura, di una opacità enigmatica, di un fantasma che si frappone all'omogeneità e uniformità del visibile, manifestando qualcosa della nostra mancanza. Uno sguardo, dunque, che si rivela capace di fare emergere il Reale all'interno della rete del Simbolico, alludendo all'irrapresentabile della Cosa, l'oggetto perduto del nostro soddisfacimento primario, l'oggetto ultimo dei nostri desideri, il quale, benché ci riguardi, rimane pressoché nascosto a noi stessi.

Da un lato, dunque, lo sguardo che lo spettatore posa sul testo filmico attraverso la mediazione dello schermo, dall'altro il contro-sguardo fantasmatico emanato dal film, atto a evocare il desiderio dello spettatore attraverso un vero e proprio rapporto dialettico che viene a delinearsi all'interno del dispositivo cinematografico (o dei *dispositivi*). Ed è proprio il modello del dispositivo – considerato la principale fonte di stimolo dei fenomeni di fascinazione e di suggestione – a dover tenere conto delle innovazioni tecnologiche e dei nuovi modi di accesso alla fruizione filmica, che rimangono pur sempre idonei a produrre risonanza emotiva.

Nell'approfondire la relazione tra l'opera cinematografica e il suo autore, e più in generale tra opera d'arte e artista, la parte conclusiva di questa ricerca tenta poi di definire il valore e i limiti di una pratica psicoanalitica dell'interpretazione rivolta all'analisi del testo filmico, cercando di tracciare i confini di quella che oggi viene definita «estetica psicoanalitica».

In ultimo viene proposta l'analisi di un singolo film: *Nella casa* di François Ozon, un'opera la cui originalità consiste soprattutto nell'arte del regista di spostare l'attenzione dello spettatore dal livello del racconto al livello metalinguistico, o metanarrativo, trasformandolo in testimone critico della costruzione narrativa e della propria condizione spettatoriale.

## **Ringraziamenti**

Desidero ringraziare Marco Bertozzi, Alessandra Calanchi, Ornella De Nigris, Paolo Fabbri, Roberto Filoseta, Giovanni Starace per aver letto parti del lavoro e per i preziosi commenti che mi hanno fornito. Un ringraziamento va anche ad Andrea Alessi, Stefano Bisulli e Maurizio Cottone per il sostegno e per gli utili suggerimenti. Esprimo poi la mia gratitudine a Sabrina Raggini, per l'attento lavoro di revisione redazionale dei testi, e a Marco Pecci per la lettura critica delle bozze. Infine, un pensiero riconoscente a mia moglie Alessandra per aver condiviso quotidianamente questo progetto.



# 1. Il cinema come fenomeno socioculturale e comunicativo

«Questa macchina, votata non alla fabbricazione di beni materiali ma alla soddisfazione di bisogni immaginari, ha suscitato un'industria del sogno. [...] Più largamente, i bisogni affettivi sono entrati nel circuito della *merce industriale*».  
(Morin, 1956, p. 211)

«Il cinema oggi è una realtà in espansione, anzi, l'espansione è la realtà che meglio definisce il cinema».  
(Casetti, 2015, p. 173)

## 1. Cinema e industria culturale

Negli anni Sessanta del secolo scorso Marshall McLuhan scriveva che «il cinema è un formidabile arto del gigante industriale», nel senso che esso, in modo subliminale, ha funzionato come una gigantesca macchina promozionale e pubblicitaria per i beni di consumo: nei film hollywoodiani, per esempio, «tutte le “persone normali” possedevano auto, stufe elettriche e frigoriferi» (McLuhan, 1964, p. 320). Non solo, ma a partire dalla sua dimensione di prodotto visivo il cinema ha assunto esso stesso una funzione di bene di consumo: il film, oltre a costituire una sofisticata acquisizione dello sviluppo della tecnica «offre paradossalmente come prodotto il più magico dei beni di consumo, e cioè i sogni» (*ivi*, p. 316). Attraverso di esso lo spettatore e la spettatrice, proiettandosi nei protagonisti, danno contenuto reale alle proprie emozioni e ai propri desideri. Sin dalla sua nascita il cinema si caratterizza come un fenomeno che testimonia al contempo la modernità di un secolo e l'arcaismo dello spirito umano.

Possiamo dire anche che lo spettacolo in generale, inteso come merce, ha la funzione di «rendere produttivo il tempo libero» (Abruzzese, 1973, p. 168). Ciò richiama alla memoria quello che sosteneva Marx circa il ruolo sociale dell'opera artistica. Questa, infatti,

«crea un pubblico sensibile all'arte e capace di godimento estetico. La produzione produce perciò non soltanto un oggetto per il soggetto, ma anche un soggetto per l'oggetto. La produzione produce quindi il consumo [...] l'oggetto del consumo, il modo di consumo e la propensione al consumo» (1857, vol. I, p. 17).

Ed è così che, secondo Guy Debord, la spettacolarizzazione della realtà prende, in un certo senso, il posto della religione, fungendo da guardiano del sonno della «società moderna incatenata» (1967, p. 59). Mentre la religione si è imposta come fonte di divieti per gli esseri umani, lo spettacolo mostra loro ciò che essi possono potenzialmente fare. Anche il momento del non-lavoro è completamente consacrato allo spettacolo ed è quindi funzionale ai rapporti sociali di produzione, di cui lo spettacolo garantisce la conservazione.

Tra la fine dell'Ottocento e i primi del Novecento l'industria culturale<sup>1</sup> (che comprende le attività di musei, siti archeologici, teatri, sale da concerto, cinematografi, televisioni, giornali e stampa, editoria libraria e discografica, moda, turismo, ecc.) inizia a svilupparsi e prendere forma nel momento in cui si afferma l'esigenza del pubblico di massa di impegnare e sfruttare il proprio tempo libero: un pubblico sempre più affascinato dalla novità e dall'incanto di quei «teatri di massa» o «templi del divertimento» – come li definisce Kracauer nel saggio postumo *La massa come ornamento* (1977, p. 79) – che sono i cinematografi. Gradualmente il coinvolgimento di moltitudini di persone assume proporzioni sempre più consistenti, grazie anche alla capacità del mezzo cinematografico di suscitare emozioni e meraviglia nello spettatore, portandolo a vivere una «condizione estatica» anch'essa coinvolta in quel «processo di mercificazione» che caratterizzerà il mercato occidentale nei decenni immediatamente successivi (Abruzzese, 1973, p. 184). Oltre alla sua funzione di intrattenimento e di distrazione il cinema nascente svolge però anche una funzione terapeutica. Come precisa Roberto De Gaetano:

«Il cinema si rivolge, non come le altre arti alle élite borghesi, ma alle grandi masse metropolitane, sulle quali esercita in primo luogo una funzione politica “terapeutica”, rendendo loro supportabile la vita quotidiana, segnata da grigiore e

<sup>1</sup> Il concetto di «industria culturale» viene utilizzato per la prima volta da Theodor W. Adorno e Max Horkheimer in *Dialettica dell'illuminismo* (1944) per indicare il processo di riduzione della cultura a merce, in riferimento al cinema, alla radio, alla televisione, alla stampa, alla musica, al turismo di massa, all'antiquariato ecc., e più in generale a tutta la cultura di massa dall'avvento della rivoluzione industriale.

anonimato. Le modalità di “cura” sembrano caratterizzarsi e differenziarsi secondo due direttrici: una *diversiva*, segnata dal divertimento e dalla distrazione, per liberare l’uomo della metropoli dal suo ambiente “disperatamente triste”; un’altra segnata dalle modalità di “*addestramento*” dell’uomo stesso alla macchina, alla tecnica, alla serie di choc senza esperienza (possibile) che segnano la vita metropolitana. In entrambi i casi il cinema è servito a garantire una sorta di equilibrio sociale delle masse metropolitane, esercitandosi in una eminente funzione *terapeutica*, di profilassi o di compensazione» (2012, p. 145).

Una funzione, questa, riconosciuta da Walter Benjamin (1936, pp. 41-42) – citato dallo stesso De Gaetano – nell’accostare l’inconscio ottico della cinepresa all’inconscio umano studiato dalla psicoanalisi.

Si tratta, in breve, di un dispositivo catartico in grado di normalizzare e di controllare sentimenti ed emozioni, e quindi idoneo a regolare il funzionamento sociale<sup>2</sup>, orientando comportamenti e gusti delle folle. In questa sorta di addestramento al consumo e alla vita sociale

«il momento spettacolare agisce sull’immaginario di ampi strati di popolazione, e il cui fine è anche quello di stabilizzazione sociale, attraverso meccanismi compensatori che permettono alle lanterne magiche prima e al “mondo nuovo” poi di far presa su un numero enorme di persone, allargando sogni e desideri, e permettendo così un livello di tolleranza più alto del mondo “vecchio” e sempre uguale del quotidiano» (De Gaetano, 2012, p. 167).

Parimenti il cinema si profila come un’arte-industria che si afferma non solo come fenomeno sociale ma anche come fenomeno estetico, e che viene assoggettata agli interessi economici di un capitalismo rispondente alle esi-

<sup>2</sup> Significative, su questo tema, le osservazioni di De Gaetano sulle trasformazioni dei dispositivi mediatici di controllo e potere: «I dispositivi che presiedono al controllo diventano oggetto non solo di finzioni cinematografiche (è il caso di un film come *The Truman show*), ma anche di veri e propri generi televisivi, come i *reality show* che spettacolarizzano lo sguardo sorvegliante (e la “gabbia” dei sorvegliati) verso i “famosi” e gli “anonimi”, vere star fatte oggetto di culto sacro. Il potere di controllo cambia quindi fonte e destinatario: non più quello dei pochi verso i molti [...], ma quello dei molti, massa di spettatori/consumatori, verso pochi: ma ciò che separa e divide i molti e i pochi non è una diversa posizione nelle gerarchie sociali e nel potere, quanto la loro posizione nel dispositivo mediatico, che assegna a tutti, a turno, la possibilità di accedere allo spazio “glorioso” della scena (sorvegliato), così come di tornare nello spazio “spettatoriale” della sala (sorvegliante). Per cui tutti allo stesso tempo, sulla scena e nella sala, attori o spettatori, sono – nella deriva contemporanea – allo stesso tempo sorvegliati e sorveglianti, in un gigantesco meccanismo di controllo diventato anche dispositivo spettacolare» (2012, pp. 171-172).

genze del mercato di massa. In breve, nel linguaggio «universale» del cinema e, ancor più, nella sua diffusione globale confluiscono due tipi di bisogni: quelli di un enorme numero di persone e quelli dell'industria moderna. Un'industria che fino a oggi è andata sempre più affinando i propri mezzi di espressione adattandoli alla nuova economia spettatoriale (spazializzazione del suono, effetti speciali, montaggi rapidi, immagini in 3D, computer grafica, ecc.). Arte-industria, dunque, nella quale queste due componenti sono unite da un legame complementare, oltreché concorrenziale e talvolta conflittuale.

La mercificazione dell'universo estetico si compie nel primo decennio del Novecento: proprio in questo periodo, in particolare negli Stati Uniti, la cultura di massa vede una rapida e totale industrializzazione (in campo cinematografico, per esempio, ciò è testimoniato dalla nascita degli studios hollywoodiani). Seguendo lo sviluppo sociodinamico del mercato culturale, ci si può rendere conto di come la collettività impone sempre più la standardizzazione degli oggetti estetici, il dominio del consumo sulla qualità della creazione. Attraverso i generi cinematografici, basati su determinate tipologie narrative, il mercato statunitense realizza «uno dei suoi più riusciti processi di standardizzazione della cultura» (come avviene per esempio con le comiche del cinema muto, con il western, con i film storici o, dopo l'avvento del sonoro, con la commedia musicale). In merito a ciò scrive ancora De Gaetano:

«Se il cinema è stato anche un dispositivo, e lo è stato, è proprio il cinema di genere che lo ha rappresentato ai suoi massimi livelli, determinando un circuito unico fra dispositivi testuali e piacere spettatoriale (soddisfacimento dell'orizzonte d'attesa dello spettatore)» (*ivi*, p. 182).

Se pensiamo al rapporto tra arte e politica – e alla trasmissione dell'esercizio del potere attraverso i mezzi di comunicazione di massa – si può notare come uno dei compiti di tali mezzi sia proprio quello di orientare e organizzare il mondo sensibile e l'ordine sociale: sia nel cinema che nella politica ciò avviene, per esempio, nell'attribuzione di ruoli o nella partizione dei generi (secondo la dignità e il peso intellettuale dei loro contenuti), in cui si esprime una visione «gerarchica» della realtà. Nel raccogliere le acute osservazioni di De Gaetano, ispirate agli studi del filosofo francese Jacques Rancière sul «regime estetico» delle immagini e sulla *mimesis* artistica quale riflesso dell'ordine politico, sembra possibile chiarire la predilezione manifestata dall'arte cinematografica, in particolare durante il suo periodo classico, per le forme della mimesi rappresentativa. Non a caso il lungome-

traggio a soggetto, o film narrativo, è stata la forma che ha dominato il cinema per la quasi totalità della sua storia:

«Il cinema, per attenuare la portata innovativa che ne avrebbe ostacolato l'accettazione, fin dalle origini si è sviluppato, nella sua tradizione maggioritaria, all'interno del regime mimetico della grande narrazione hollywoodiana. Un regime che non è stato semplicemente contrassegnato dalla centralità delle storie e dalla verosimiglianza narrativa, ma da un insieme convergente di elementi che ne hanno fatto un regime discorsivo capace non solo di catturare milioni di spettatori, ma anche di prefigurarne e orientarne gusti [...]. Il controllo dell'immaginario di masse di spettatori diventa immediatamente controllo economico e anche (bio)politico [...]. Il cinema come grande "arte mimetica" è stato strumento di un potere biopolitico, operando e contribuendo ad operare una configurazione del sensibile riconosciuta e stabile» (*ivi*, pp. 98-99).

È in questo tipo di pellicole che «la merce trionfa senza alcuna inibizione, il gusto si conforma al pubblico in modi tecnicamente ineccepibili» (Abruzzese, 1973, pp. 228-229). Va inoltre tenuto presente che se la cultura consente la costruzione di una rappresentazione organica e coerente del mondo, il film, considerato nella sua dimensione testuale, è «portatore di un modello di mondo» e nel medesimo tempo dà origine a un processo di trasformazione in grado di riverberarsi su tutto il macrosistema culturale (Eugeni, 1999).

Diversi decenni fa il regista televisivo e teorico della comunicazione, Gianfranco Bettetini, sottolineava che

«Se non si capisce che il cinema è stato soprattutto un fenomeno di industria culturale, che i suoi prodotti sono tra gli oggetti più tipici della comunicazione di massa, non si può comprendere come il suo linguaggio (spesso difficile, sempre comunque tecnicamente elaborato), sia tanto facilmente assimilato da moltitudini di persone impreparate e non abituate al minimo sforzo intellettuale» (1971, p. 69).

Si tratta infatti di una forma espressiva in cui «lo spettatore assorbe i codici della lettura filmica spontaneamente» (*ivi*, p. 72).

Se consideriamo le prime riprese dei fratelli Lumière e di altri pionieri del cinema constatiamo che la settima arte è nata come fenomeno di registrazione e di riproduzione dinamica della realtà, privo di un'intenzionalità artistica consapevole e cosciente: un fenomeno essenzialmente di evasione, di curioso intrattenimento, il cui linguaggio aderiva alle cose e alle azioni impresse sulla pellicola. Ma è con l'affinamento dei suoi codici «in dimen-

sioni poetiche spesso estranee alle caratteristiche esistenziali del materiale fotografico e, soprattutto, della realtà che l'ha impressionato» (*ibidem*) che si crea una tensione tra forma artistica e comprensibilità, tra qualità e popolarità dell'opera filmica; anche se, proprio per la spontaneità di fruizione del mezzo filmico appena ricordata, si può parlare di una tensione meno evidente rispetto ad altri ambiti della comunicazione artistica (Hauser, 1958, pp. 292-293). A colmare il divario interverrà sempre più la produzione industriale e la standardizzazione dei prodotti cinematografici mediante abili compromessi tra sceneggiatura, regia e produzione.

Dai punti di vista antropologico e socio-semiotico non va poi dimenticato che la «lettura» o comprensione di un film durante la sua fruizione è rispondente al livello culturale del fruitore. È dunque possibile dedurre che un'opera cinematografica «sia tanto più direttamente fruibile dalla massa degli spettatori quanto più semplice è la sua formazione linguistica e quanto più diretto è il rapporto dei suoi segni con la realtà quotidianamente e abitualmente sperimentata dal pubblico», dove tuttavia la sua popolarità non dipende necessariamente da un carattere di facile lettura, ma «dalla spontanea immediatezza delle sue funzioni semiotiche» (Bettetini, 1971, pp. 72-73). Il regista che utilizza prevalentemente segni indicali

«sceglie la via diretta per arrivare alle soglie dell'intelligibilità dello spettatore [...] di fronte ad un film iconico e simbolico, invece, lo spettatore deve ricorrere al potere intuitivo della sua integrazione percettiva e alla conoscenza di precisi riferimenti culturali, comuni all'universo dell'autore, per recepirne con pertinenza semiotica tutti i messaggi» (*ivi*, p. 76).

Nondimeno nel secolo scorso Roland Barthes riteneva che «il valore estetico di un film è funzione della distanza che l'autore sa introdurre tra la forma del segno e il suo contenuto, senza tuttavia mai valicare i limiti dell'intelligibile» (1960a, p. 52).

L'ambito dell'industria culturale ci introduce poi al complesso rapporto tra avanguardia artistica e tradizione: l'impresa culturale oscilla continuamente tra questi due poli. Su questo punto il sociologo della comunicazione Alberto Abruzzese ha scritto:

«La storia dell'immagine audiovisiva, delle sue forme e del suo pubblico, ci ha dimostrato che, dopo una prima grande fase progettuale in cui l'artista dette un nuovo cervello motore ad ogni processo creativo, cioè ad ogni intervento innovativo dei codici, fu proprio la dinamica di mercato come tale a dettare le leggi di sviluppo di un sistema linguistico» (1973, p. 238).

Una dinamica di mercato che porta il singolo artista ad agire all'interno «di un meccanismo che non è più in suo possesso come fatto individuale e risponde semplicemente ad alcune richieste in cui capitale e masse trasmettono i loro impulsi, le loro necessità di sviluppo, il loro nuovo codice» (*ivi*, pp. 238-239). In questo caso, condizionato dalle leggi del mercato, l'artista si trasforma in semplice esecutore, agendo in modo estraneo al suo stesso volere e alla sua sensibilità. Procedendo in tal modo l'industria impone la sua logica sull'intero ambito della cultura; e ciò avviene perché mediante l'industrializzazione dei processi culturali, dalla creazione alla fruizione, l'ambito istituzionale ha di fatto assorbito la funzione guida svolta in passato dall'artista e da «chi occupava i vertici della cultura». Da allora avanguardia e tradizione si muovono all'interno di tale egemonizzazione. L'avanguardia intesa come innovazione dei codici esprime il continuo tentativo di rottura dell'egemonia del mercato.

L'oscillazione dinamica che governa il mercato culturale tra tradizione e avanguardia è intimamente legata all'alternanza che si esprime nell'ambito più specifico della creatività artistica, dove «codice e improvvisazione vanno di pari passo». Ripercorrendo le osservazioni dello sociologo dell'arte ungherese Arnold Hauser, Bettetini ricordava che

«convenzione e spontaneità sono all'origine di qualunque fatto comunicativo che si svolga nella dimensione della creatività poetica: perché l'artista opera in una società intercomunicante per mezzo di linguaggi comprensibili ai suoi membri e perché l'originalità del suo intervento formatore, nello stesso tempo, infrange le coordinate della tradizione comune per sottoporle a nuove esigenze, a nuove intenzionalità espressive» (1971, p. 67).

Attraverso la propria opera l'artista è dunque in grado di rompere

«la cristallizzazione dei codici di una forma dell'espressione umana con innovazioni originali che con il tempo si sedimentano sulle incrostazioni e sulle strutture precedenti diventando codice esse stesse e, dal punto di vista poetico, elementi di statico manierismo, se usate impersonalmente, o stilemi caratterizzanti un'epoca o un autore, se ricreati e riproposti con giustificazioni implicite alla struttura e alla logica interna dell'opera. Tutto questo avviene anche nell'universo filmico» (*ivi*, p. 72).

## **2. Il cinema come forma d'arte**

Partendo dal presupposto che il cinema è un fenomeno comunicativo di carattere generale e che la sua industria produce «artefatti muniti di *sensò*»