Vanni Codeluppi
(a cura di)

PASOLINI E I MEDIA

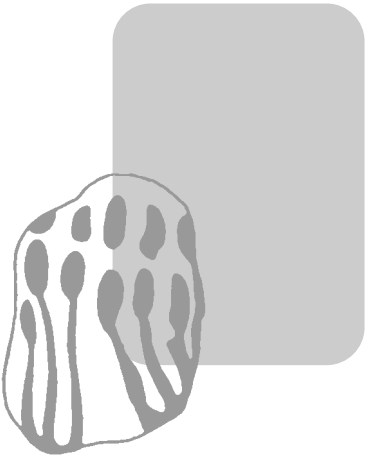
Con testi di
Gianfranco Marrone
e Giulio Sapelli

COMUNICAZIONE E SOCIETÀ

FrancoAngeli

COMUNICAZIONE E SOCIETÀ

Collana diretta
da Vanni Codeluppi



La collana “Comunicazione e società” intende aiutare i lettori a comprendere perché la comunicazione rivesta un ruolo così centrale all’interno delle società di oggi. Mette pertanto sotto osservazione le molteplici forme assunte dalla comunicazione; e cerca di farlo con uno stile immediato e adatto ai tempi accelerati della contemporaneità. Tentando però, nel contempo, di non rinunciare alla necessaria qualità interpretativa, né ad uno sguardo critico, nella consapevolezza che tale sguardo costituisca la premessa di ogni possibile miglioramento sociale.

Tutte le proposte di pubblicazione provenienti da autori italiani vengono sottoposte alla procedura del referaggio *(peer review)*, fondata su una valutazione che viene espressa da parte di due referee anonimi, selezionati fra docenti universitari e/o esperti dell'argomento.

Comitato scientifico

Arthur Asa Berger (San Francisco State University), **Mike Featherstone** (Goldsmiths, University of London), **Patrice Flichy** (Université Paris-Est Marne-la-Vallée), **Mark Gottdiener** (University at Buffalo), **Gilles Lipovetsky** (Université de Grenoble), **Geert Lovink** (Universiteit Van Amsterdam), **Lev Manovich** (The Graduate Center, City University of New York), **George Ritzer** (University of Maryland), **Dan Schiller** (University of Illinois).

Vanni Codeluppi
(a cura di)

PASOLINI E I MEDIA

Con testi di
Gianfranco Marrone
e Giulio Sapelli

COMUNICAZIONE E SOCIETÀ

FrancoAngeli

Grafica della copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2022 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.***

Indice

Premessa pag. 7

Introduzione. Pasolini e la società di massa » 9

1. Il cinema » 17
Pasolini rompiscatole? » 17
Pasolini e il cinema, di *Gianfranco Marrone* » 22

2. La televisione » 53
Pasolini, la televisione e il corpo delle donne » 53
La televisione e Babilonia, di *Giulio Sapelli* » 60

Riferimenti bibliografici » 79

Fonti dei testi » 87

Premessa

Pier Paolo Pasolini è stato uno dei più rilevanti personaggi della cultura italiana del Novecento e pertanto sul suo lavoro sono state sviluppate numerose riflessioni all'interno di molti testi. Il centenario della nascita di questo autore, però, ci ha offerto l'occasione di raccogliere e analizzare in questo volume alcune idee pasoliniane che hanno specificamente a che fare con il mondo dei media. Non si tratta di idee direttamente collegate al lavoro creativo che Pasolini ha svolto come artista e che ha dato vita a opere di notevole valore, ma indirettamente sono forse state stimolate proprio da tale lavoro. Anzi, è probabile che abbiano anche contribuito in maniera significativa ad innalzarne il livello qualitativo. Rimane il fatto che si tratta di idee sulla natura e il funzionamento dei media che Pasolini ha sviluppato con notevole impegno durante la sua vita perché le considerava estremamente rilevanti. E in effetti si tratta di idee tutt'altro che banali se, come ha sostenuto Michele Cometa, egli è stato «il primo grande studioso dei media e, più in ge-

nerale, delle comunicazioni di massa nonché dei loro effetti sociali sulla cultura italiana» (2010, p. 170).

La nostra intenzione non è di fornire al lettore un'analisi di tali idee che sia completa e dettagliata, operazione che peraltro sarebbe difficoltosa data l'enorme quantità di testi attualmente esistenti su Pasolini. Vogliamo soltanto presentare in maniera sintetica degli stimoli relativi ad un punto di vista particolarmente originale e che ancora oggi può essere utilizzato come guida per comprendere il funzionamento degli strumenti di comunicazione. Stimoli che riguardano due strumenti mediatici estremamente importanti: il cinema e la televisione. A ciascuno di tali strumenti verrà dedicato uno specifico capitolo nelle pagine che seguono, ma prima riteniamo che possa essere utile per il lettore tentare di collocare, mediante un'apposita introduzione, il pensiero di Pasolini all'interno di quel particolare contesto culturale e sociale nel quale ha preso vita.

Introduzione.
Pasolini e la società di massa

Le riflessioni di Pasolini sui media sono state fortemente influenzate dal fatto che si sono sviluppate in un'epoca caratterizzata dall'imporsi con grande intensità di un modello sociale imperniato sull'idea di massa. Per la prima volta, infatti, in Italia appariva evidente che i beni di consumo e i messaggi dei media erano prodotti in notevole quantità e indirizzati a vaste schiere di persone.

Ciò risultava particolarmente chiaro nell'ambito dei consumi, dove, nel corso della storia dell'Occidente, erano stati presenti soprattutto dei particolari beni e cioè degli *status symbol* appartenenti all'ambito del lusso, dotati di un prezzo elevato e in grado di far sentire i loro possessori parte di un livello sociale superiore e prestigioso, mentre nel contempo davano la sensazione di essere esclusi da tale livello ai non-possessori (Codeluppi, 2005, 2010). L'arrivo di un modello economico e sociale basato sui consumi di massa ha introdotto però dei notevoli cambiamenti da questo punto di vista. Infatti, nel momento in cui tale

modello si è presentato in Europa nel corso degli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento, in conseguenza di un potente processo di espansione economica, gli *status symbol* hanno continuato ad operare, ma sono stati affiancati da nuovi beni dotati di differenti caratteristiche. Si trattava di oggetti di uso quotidiano che erano prodotti dalle industrie e che riempivano progressivamente le abitazioni degli europei. Per la prima volta, infatti, molte famiglie hanno potuto disporre nella loro casa di elettrodomestici estremamente utili come il frigorifero o la lavatrice e ciò ha costituito un chiaro segnale del notevole miglioramento intervenuto nelle condizioni di vita di gran parte della società. Era nata insomma la cosiddetta «società dei consumi» (Baudrillard, 1972, 1976) e tutte le persone sembravano poter riuscire a raggiungere una condizione di benessere.

Una condizione che ha stimolato un intenso innamoramento dei consumatori italiani per tutto ciò che si presentava sul mercato come nuovo e diverso rispetto ai vecchi beni artigianali o autoprodotti e ai modi tradizionali di vita. Di fronte a questa marea di nuovi beni, i consumatori si mostravano in parte ingenui, ma soprattutto voraci, perché abituati da lungo tempo a comportamenti morigerati. Si spiega così la crescente rilevanza che hanno assunto negli anni Sessanta le spese per l'acquisto di nuovi beni industriali il cui possesso era in grado di testimoniare i miglioramenti avvenuti nelle posizioni di ceto occupate dagli

individui (Cavazza, Scarpellini, 2010). Tali beni si sono diffusi infatti dagli esclusivi ceti superiori, ai quali erano in precedenza riservati, all'intero sistema sociale. E quale bene più della vistosa automobile poteva essere visto come rappresentativo del nuovo status sociale acquisito? Non è un caso allora che due nuove utilitarie lanciate dalla Fiat, la 600 e la Nuova 500 (nate rispettivamente nel 1955 e nel 1957 allo scopo di sostituire la vetusta ma gloriosa Topolino), abbiano fortemente trascinato nel corso degli anni Sessanta l'espansione della motorizzazione privata.

È noto però come in molti Paesi gli intellettuali abbiano considerato lo sviluppo dei consumi di massa un fenomeno di omologazione culturale. All'estero tali accuse sono venute soprattutto da autori legati alla tradizione di pensiero della Scuola di Francoforte, come ad esempio Adorno, Horkheimer, Marcuse e Fromm. In Italia, invece, è stato soprattutto Pier Paolo Pasolini a sostenere ripetutamente e con grande forza questa posizione in vari articoli di giornale. Uno dei più celebri è stato pubblicato nel 1975 sul *Corriere della Sera* e Pasolini (1975) vi affermava con sicurezza che lo sviluppo industriale aveva fatto completamente sparire le lucciole. Probabilmente però le lucciole non sono mai sparite del tutto. Forse, mentre Pasolini scriveva il suo articolo, continuavano a vivere e a moltiplicarsi felicemente e lui lo sapeva molto bene. La fervida immagine della scomparsa delle lucciole gli serviva comunque per rappresentare

in maniera metaforica ed estremamente efficace la perdita di quella dimensione naturale che la progressiva artificializzazione imposta dal processo di sviluppo del sistema industriale aveva fatto scomparire dall'orizzonte della vita umana. Era cioè un modo per dire che la società dei consumi di massa aveva brutalmente cancellato non soltanto un modo di vita arcaico e contadino, ma anche l'ambiente e la possibilità per gli esseri umani di vivere in sintonia con i ritmi atavici della natura. L'immagine della scomparsa delle lucciole era inoltre utile a Pasolini anche per esprimere il concetto che la violenta omologazione imposta dall'industrializzazione aveva determinato una progressiva distruzione delle tradizioni e della cultura popolare.

La scomparsa delle lucciole inoltre, come ha lucidamente messo in luce lo storico dell'arte Georges Didi-Huberman nel libro *Come le lucciole. Una politica delle sopravvivenze* (2010), rappresentava nel contempo per Pasolini anche una chiara metafora degli effetti sociali prodotti in Italia dal processo d'industrializzazione nell'imporre un nuovo tipo di fascismo, ancora più profondo e devastante del procedente. Le lucciole, infatti, costituivano «quei segnali umani dell'innocenza annientati dalle tenebre – o dalla luce "feroce" dei riflettori – del fascismo trionfante» (ivi, p. 19).

Dunque, Pasolini denunciava il fatto che il mondo naturale fosse stato progressivamente sostituito da un mondo artificiale e ingannevole. Quello che è acca-

duto nei decenni successivi ha progressivamente mostrato come il grande intellettuale italiano avesse intuito con chiarezza quale sarebbe stato il nostro futuro destino. Oggi appare evidente infatti che gli esseri umani hanno distrutto una parte consistente dell'ambiente naturale e vivono in un universo mediatico e finzionale saturato da immagini e forme di comunicazione che impediscono ai sensi del loro corpo di sperimentare il mondo. E stanno sempre più operando all'interno di uno spazio sociale che si presenta invaso da oggetti i quali non sono più semplici strumenti a disposizione, bensì artefatti pensanti che tendono in misura crescente a esautorare e sostituire gli esseri umani stessi.

Certo, tutto ciò riguarda soprattutto il mondo occidentale. Quel mondo di benessere e tecnologie avanzate dove il processo di modernizzazione è arrivato ad elevatissimi livelli di sviluppo. Ma il modello occidentale si va diffondendo alla velocità della luce in tutto il Pianeta, sconvolgendo società con tradizioni e culture millenarie. È vero, come ha affermato nel suo libro Georges Didi-Huberman, che esistono ancora delle voci di natura differente. Cioè delle culture originali, delle intermittenze e dei bagliori. Ma quanto potranno resistere ancora tali voci differenti? Per quanto tempo potranno risplendere prima di essere completamente annullate, o comunque fortemente indebolite, da quel radicale processo di omologazione culturale che Pasolini denunciava con forza ai suoi tempi?

Il sociologo Georg Simmel (1984) sosteneva all'inizio del Novecento che le civiltà umane sono caratterizzate da una necessità vitale di rispecchiarsi in quella realtà artificiale che è costituita dagli oggetti che producono. Perché tale realtà è realizzata direttamente dagli esseri umani e dunque permette a questi ultimi di vedere davanti a loro quello che sono stati in grado di creare. Ne deriva la possibilità di sviluppare un confronto che è fondamentale per la nascita dell'autocoscienza umana. Un confronto dunque grazie al quale nel corso del tempo le civiltà hanno potuto crescere e maturare in misura sempre maggiore. Ma è appunto necessario che si possa sviluppare un confronto. Che ci possa essere cioè un rapporto di tipo dialettico e comunicativo. Quando il potere tende a spostarsi eccessivamente dalla parte di uno dei due poli che si confrontano – in questo caso la natura e l'industria – la dialettica non è più in grado di operare. Come appunto denunciava Pasolini facendo ricorso all'immagine della scomparsa delle lucciole per evidenziare l'arrivo di quella perdita della dimensione naturale e di quella progressiva artificializzazione dell'esperienza umana di vita che stiamo vivendo.

Le lucciole comunque d'estate nei nostri prati ci sono ancora, sebbene abbiano assunto anche altre forme. Pasolini, infatti, aveva considerato le lucciole come dei simboli di naturalità e autenticità, ma non si era accorto che anch'esse stavano diventando delle immagini dal carattere illusorio. Erano cioè parte di

quello stesso processo di artificializzazione dell'esistenza contro il quale Pasolini si stava scagliando. Lo dimostrano quelle "lucciole elettriche" che Walt Disney aveva installato già alla metà degli anni Cinquanta nel suo parco a tema californiano Disneyland. Si trattava di lucciole più luminose di quelle naturali e in qualche misura "eterne" perché ancora oggi sono perfettamente funzionanti. Ma, allo stesso tempo, di lucciole prive di qualsiasi legame con il mondo naturale e dunque anch'esse irrimediabilmente artificiali e ingannevoli.

1. Il cinema

Pasolini rompiscatole?

Nel testo scritto come premessa per la raccolta di articoli e interviste sul cinema di Jean-Luc Godard che il critico Adriano Aprà ha pubblicato nel 1981 con il titolo *Il cinema è il cinema*, Pasolini ha dichiarato di essere considerato dal regista francese un rompiscatole perché voleva occuparsi di linguistica e semiotica. E, secondo il suo stesso parere, se ne occupava «male, da dilettante, come peraltro asseriscono alcuni professori universitari» (ivi, p. 13). Ma se ne occupava comunque perché era profondamente convinto che la linguistica e la semiotica non dovessero essere considerate delle discipline normative, ma degli utili strumenti di descrizione e comprensione della natura dell'opera d'arte. Dunque rifiutava l'accusa che Godard gli aveva rivolto di essere un rompiscatole. Semmai uno studioso notevolmente interessato alla natura e al funzionamento del linguaggio cinematografico.

Pasolini, in realtà, era proprio un rompiscatole. O meglio, era un provocatore ed era anche ben consapevole di esserlo. Lo dimostra il tono cui si è spesso rivolto a Umberto Eco nell'intensa e vivace polemica che ha avuto con lui a proposito della natura del linguaggio cinematografico. Una polemica nata probabilmente da un malinteso. O meglio, da un opposto atteggiamento rispetto alla realtà. Infatti, nel caso di Eco, siamo di fronte ad un atteggiamento razionale e basato su una ferrea logica. Per Pasolini, invece, l'atteggiamento da impiegare è soprattutto di natura emotiva. Ciò non implica che egli non cercasse di sviluppare un ragionamento convincente, tutt'altro. Però lui, come ha ben chiarito Marco Belpoliti, era una persona «che mette sempre il cuore in quello che scrive, il cuore e il corpo – il corpo di parole e il corpo di carne sono per lui la medesima cosa: parola che si fa carne e carne che si fa parola» (2010, p. 11).

Resta il fatto che Eco aveva fortemente criticato le idee di Pasolini sul funzionamento del linguaggio cinematografico in un capitolo del testo *La struttura assente* (1968), che era stato precedentemente pubblicato nel 1967 come dispensa riservata agli studenti della Facoltà di Architettura di Firenze e intitolata *Appunti per una semiologia delle comunicazioni visive*. È in questa forma che Pasolini ha potuto leggere per la prima volta le critiche che Eco gli aveva rivolto, alle quali ha deciso prontamente di rispondere.

Ma che cosa ha effettivamente sostenuto Pasolini a proposito del funzionamento del linguaggio cinematografico? Lo si potrà vedere in dettaglio nel prossimo paragrafo, nel quale verrà presentato un approfondito testo di analisi realizzato dal semiotico Gianfranco Marrone. Per introdurre tale testo, possiamo però già sin d'ora affermare che Pasolini all'epoca era fortemente influenzato dalle idee di Roland Barthes. Questi, infatti, aveva pubblicato nel 1961, sull'importante rivista teorica francese *Communications*, l'articolo *Il messaggio fotografico*, raccolto successivamente nel volume *L'ovvio e l'ottuso* (1985a). In tale articolo, veniva formulata la tesi che l'immagine si mostra a noi come naturale, perché è una perfetta rappresentazione analogica della realtà che designa. Proprio per questo motivo, si tratta di un linguaggio privo di un codice e il suo significato può essere ricostruito dagli esseri umani solamente dopo averlo tradotto in linguaggio verbale. La sua chiave di lettura viene perciò solitamente messa a disposizione dal linguaggio verbale.

Successivamente Barthes, a partire dall'articolo *Retorica dell'immagine*, anch'esso uscito su *Communications* e raccolto poi in *L'ovvio e l'ottuso* (1985a), e dal libro *Elementi di semiologia* (1966) ha parzialmente rivisto questa posizione, originata dalla constatazione che i codici visivi non sono dotati di quella «doppia articolazione» che il linguista André Martinet (1966) considerava una caratteristica fondamentale del linguaggio verbale. Al livello più elementare,