CINEMA

Ancora due foto di Cecil Beaton. Qui accanto, il regista Carol Reed nel 1940. In basso, Marilyn Monroe (1956)

La foto del militare sovietico che innalza la bandiera rossa sul Reichstag fu scattata nel 1953. Ma non per questo è «falsa»...

Ecco s'avanza un finto soldato

di LUIS J. PRIETO e BRENDA BOLLAG

docenti di semiologia all'università di Ginevra

La DIVERSITÀ fondamentale dell'immagine fotografica rispetto alle immagini di qualsiasi altro tipo, risiede nel fatto che nella sua produzione interviene, come causa materiale, l'oggetto stesso che essa significa e cioè il suo «referente» (il quale evidentemente è per forza un oggetto materiale: non si può fotografare, ad esempio, la democrazia). Che sia chiaro: nella produzione di ogni immagine, fotografica o meno, oltre alla decisione di un soggetto (la quale, per definizione, non risulta da una causa materiale) si ha a che fare con uno o più oggetti materiali, per esempio il pennello o la matita, che il soggetto fa intervenire come causa materiale dell'immagine. Ma soltanto nella produzione dell'immagine fotografica il soggetto fa intervenire in tale modo il referente stesso. Questo intervento del referente stesso nella produzione dell'immagine fotografica, le conferisce quel grado di «naturalità», di «verità» che risulta dalla «contiguità esistenziale» tra il segnale e il suo referente di cui parla Peirce. Tale «verità» si trovava certamente già, per esempio, nei calchi: la mano di Beethoven o la maschera di Chopin. Ma è stata necessaria l'invenzione della fotografia perché essa si ritrovi pure nell'immagine bidimensionale.

La «verità» dell'immagine fotografica deriva dall'impiego di una tecnica che può certo essere utilizzata pure per produrre immagini senza intervento del referente e dalle quali, di conseguenza, è assente tale forma di «verità». È ben noto l'esempio della fotografia del «soldato sovietico che mette la bandiera rossa sul Reichstag», che è in realtà la fotografia di un cascatore che partecipa ad una ricostruzione storica fatta nel '53. Non è quindi il referente (il soldato sovietico) ma una icona del referente che interviene, come causa materiale, nella produzione della menzionata immagine fotografica, e questo basta perché essa venga ritenuta «falsa» anche se la icona di cui si tratta è tale grazie a ciò che possiamo chiamare un processo di «semiosi interna»: tale icona viene infatti sostituita da un oggetto (un vero uomo, che porta una vera divisa sovietica che mette una vera bandiera rossa sul vero Reichstag) appartenente a quella stessa classe alla quale la foto pretende far sapere che appartiene il suo referente (il soldato sovietico). A maggior ragione sarebbe, in via di esempio, «falsa» una fotografia di «Milano negli anni Venti» ottenuta per esempio da una scenografia. Il grado di «fedeltà» delle fotografie in questione, non è necessariamente minore di quello, ad esempio, di un disegno, e può anzi essere spesso più grande. Ma non si tratta affatto, nella «verità» della fotografia, di un problema di fedeltà: tale «verità» dipende dall'intervento effettivo del referente come causa materiale dell'immagine e quindi dalla traccia che quello lascia su di essa in maniera, si può dire, naturale. Essa, peraltro, è esclusiva della fotografia e, vedremo, anche del cinema: non c'è mai, nella produzione di una immagine di un altro tipo, contatto materiale tra questa e il suo referente.

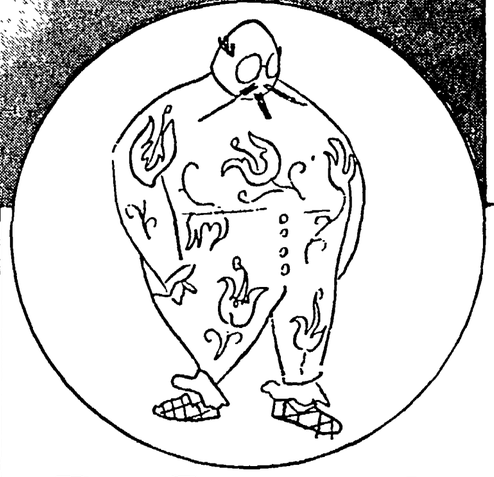
L'immagine fotografica, così come da tanto tempo l'immagine bidimensionale in generale, e cioè l'immagine che si svolge in larghezza e in altezza, riesce a rappresentare la terza dimensione dello spazio, ossia la profondità, grazie alla prospettiva. Si riesce pure a rappresentare, nell'immagine bidimensionale, il movimento e la «quarta dimensione» in cui esso si svolge; ossia il tempo, facendo perciò un doppio impiego di una delle due dimensioni reali dell'immagine. Due elementi dell'immagine che si collocano per esempio in punti diversi sull'asse orizzontale possono rinviare, sia a due elementi diversi del referente che occupano nel contempo posti diversi nello spazio, sia ad uno stesso elemento del referente che si è mosso e si trova quindi in tempi diversi. Non si tratta, ad esempio, del disegno preistorico delle caverne di Altamira, di un cinghiale che avrebbe otto zampe, bensì delle quattro zampe di un cinghiale normale che si muovono. Non abbiamo più a che fare, nelle cronofotografie di Muybridge o di Marey, per esempio, con parecchi uomini che corrono contemporaneamente in fila, ma con un unico uomo in momenti successivi della sua corsa. C'è tuttavia un altro procedimento grazie al quale l'immagine bidimensionale riesce a produrre l'illusione del movimento e con esso del tempo. Perché possa dirsi che un oggetto si muove bisogna che esso rimanga lo stesso oggetto attraverso il movimento: altrimenti non si tratta del movimento di un oggetto ma della successione di oggetti diversi. Questo principio, che è valido per l'oggetto in generale, lo è dunque in particolare per l'immagine bidimensionale. Grazie, tuttavia, all'inerzia dell'occhio, si riesce a far apparire una successione abbastanza veloce di immagini diverse, come se fosse un'unica immagine che si muove. Con tale procedimento non è più necessario servirsi di una delle dimensioni spaziali dell'immagine per rinviare al movimento del referente e al tempo in cui esso si svolge: tale movimento e tale tempo vengono rappresentati dall'illusorio movimento dell'immagine e dal tempo che esso prende.

Su un simile sfruttamento dell'inerzia dell'occhio si fondano le lanterne magiche e, più attualmente, i disegni animati. Tuttavia, anche tramite il movimento dell'immagine, si riesce a rappresentare il movimento del referente, questo non è affatto causa materiale del movimento dell'immagine. Sarà necessario l'incontro fra le due tecniche (da una parte quella delle immagini che si muovono ossia la cinematografia e, dall'altra, la fotografia) per riuscire a produrre una rappresentazione «vera» del movimento del referente. Poiché l'immagine fotografica conserva, quando viene impiegata nella produzione dell'immagine filmica, la sua «verità» riguardo al referente, fotografia e cinema appaiono rispettivamente come le rappresentazioni «vere» del referente statico e di esso in movimento.

Come tutto ciò che si svolge nel tempo, il movimento è, per natura, effimero ed irrepetibile. La «verità» dell'immagine filmica è perciò sottomessa a condizioni particolari: essa richiede non soltanto, come la «verità» dell'immagine fotografica, l'intervento effettivo del referente, ma anche la coincidenza tra il tempo del movimento del referente a cui l'immagine pretende rinviare e il tempo della ripresa filmica.

C'è un collegamento inoltre tra verità e montaggio. Col montaggio si modificano nella immagine fotografica i rapporti spaziali «veri» e cioè prodotti dai rapporti spaziali tra gli elementi del referente. Nel cinema il montaggio aggiunge, a tale modifica dei rapporti spaziali dell'immagine, la modifica dei suoi rapporti temporali «veri» e cioè prodotti, a loro volta, dal tempo in cui si svolge il movimento del referente.

Solo le condizioni particolari richieste dalla «verità» del film, non sempre facili da soddisfare, spiegano forse l'atteggiamento nei suoi confronti, diverso dall'atteggiamento nei confroni della «verità» fotografica. L'immagine fotografica ottenuta con l'impiego di icone al posto del referente, viene ritenuta di solito un inganno. Ci sembra indubbio che questo atteggiamento dipende dal fatto che, mentre si fanno delle opere letterarie tantissime edizioni illustrate con disegni, le edizioni illustrate con fotografie sono praticamente inesistenti. Nel film, invece, viene ampiamente ammesso l'impiego di icone. C'è tuttavia un tipo particolare di film nel quale viene richiesta la «verità» in ambedue gli aspetti: «verità» del referente e «verità» del movimento del referente. Si tratta del documentario che non è da confondere col film di non finzione e che, ci sembra, può essere definito appunto da questa sua particolarità.



Da Leonardo a Méliès tutti i mondi possibili

Intervista con GIAN PIERO BRUNETTA

storico del cinema

Il cinema ha avuto una nascita «scientifica» che ha percorso, attraverso l'evoluzione delle tecniche, buona parte dell'Ottocento. Ma ha anche avuto una gestazione «culturale» che affonda le proprie radici in tempi ben più lunghi. Per Gian Piero Brunetta, autore della fondamentale *Storia del cinema italiano* pubblicata dagli Editori Riuniti, l'indagine sul concetto di *visione* che, attraverso i secoli, conduce sino all'immaginario cinematografico è ormai qualcosa di più di un interesse da erudito. È uno scopo di vita che porterà nell'87 all'organizzazione di una grande mostra a Bassano del Grappa (ne riparliamo oltre) e, più in là, a un libro («forse fra trent'anni», scherza Brunetta). «Per me il cinema è il ritorno a uno stato originario, quello anteriore a Babele e alla dispersione delle lingue: la nascita di un idioma in cui le immagini sono il momento di comunicazione fra linguaggi diversi. Ma è una nascita che dura secoli, e che parte *dal basso*, dalla cultura popolare».

— È possibile individuarne un punto di partenza?

«A mio parere, nel Rinascimento. Leonardo teorizza la camera oscura nel Codice Atlantico, e per la prima volta ci troviamo di fronte al concetto di una luce da cui la gente viene risucchiata. La luce si deposita nella mente, fissa delle immagini, crea un *sapere visivo* che consente alle popolazioni più diverse di recepire il valore simbolico di certe immagini».

— Come si diffonde questo sapere visivo, questa sorta di *immaginario collettivo ante litteram*?

«È un processo lento, di quelli che Foucault definisce "a pendenza lieve", e che passa attraverso forme di spettacolo e di comunicazione popolare assai varie, ma comunque basate sull'immagine. Xilografie, carte da gioco, teatri di burattini, stampe e incisioni popolari, forme teatrali come le "passioni" e i presepi viventi, i disegni usati dai cantastorie, i pupi siciliani, i *tableaux vivants*, gli oroscopi disegnati, e poi nell'800 stereoscopie, fotografie, dagherrotipi. Molte di queste forme si basano su un'iconografia simbolica, su una prospettiva che è totalmente diversa da quella classica in cui tutte le linee convergono in un punto. È una prospettiva policentrica analoga a quella delle icone russe. Ed è sorprendente notare come i manifesti cinematografici ricordino le icone nella struttura: il primo piano del divo prevale su tutto, come l'immagine di Dio o del santo nelle icone».

— Esiste una forma espressiva che più delle altre può essere indicata come un'antenata del cinema?

«Forse i "mondi nuovi" così diffusi nel Settecento, uno dei quali è visibile all'inizio del film di Scola intitolato appunto *Il mondo nuovo*. Erano sorte di scatole con fessure cui appoggiare l'occhio, per vedere stampe che raffiguravano paesaggi, scenari, mondi immaginari. È il concetto di *mondo possibile* che è sicuramente comune anche al cinema. Gli scenari per il "mondo nuovo" venivano fabbricati in soli quattro centri in tutta Europa: Augsburg in Germania, Londra, Parigi e Bassano del Grappa, dove era attiva la famiglia Remondini, con circa mille operai, e dove vorrei organizzare questa mostra per raccogliere *tutti* gli scenari reperibili».

— Secondo te, nei cineasti delle origini esiste una coscienza di questi presupposti del cinema?

«Nel Lumière probabilmente no. Erano troppo "scientifici" e il loro vero scopo era riprodurre nelle foto a colori la pittura impressionista. Ma Méliès ne era sicuramente cosciente: per lui il cinema è galvanizzazione, ipnosi, fuga nel fantastico. E tutti i grandi americani si muoveranno in questa direzione».

— Parlavi di lingua universale, di ritorno allo stato prebabelico. Il cinema di oggi si sta ancora dirigendo verso questo obiettivo?

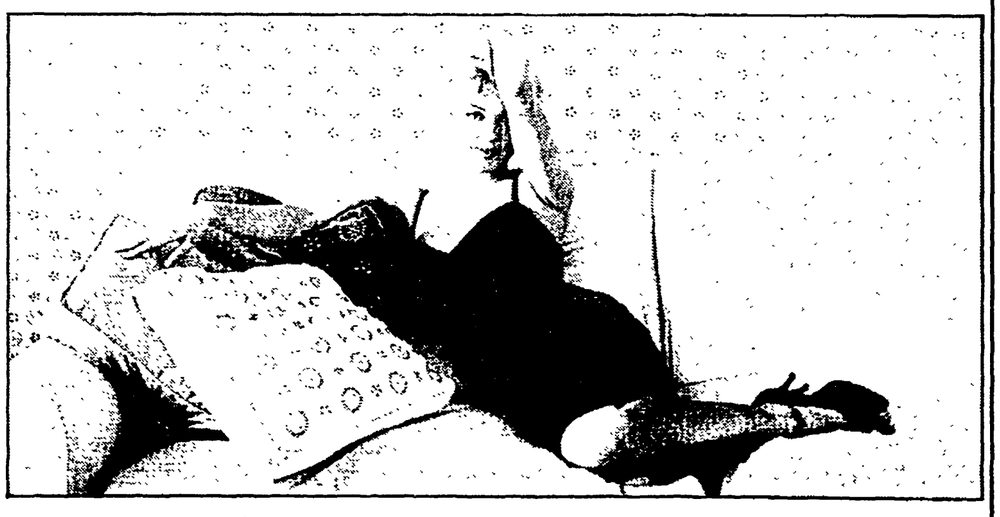
«Si tratta di vedere il cinema nell'ambito di un sistema genetico in continua trasformazione. Le forme tendono a riunificarsi. Il cinema unifica otto-dieci forme precedenti, ben presto il video elettronico le unificherà tutte, sarà la sintesi. Quando si ha a che fare col video e col computer, il nuovo dato è la possibilità di intervenire, di creare, *tu stesso*, nuove immagini, nuovi mondi. Dire "il cinema muore" non ha senso. Ciò che conta è che le nuove tecnologie, col tempo, consentiranno la nascita di uno spettatore con maggiori poteri di visione. E l'*interattività* con la macchina può ricreare l'idea di immagine come festa, come rito a livello planetario. Ciò che è stato, in definitiva, il grande cinema».

al. c.

«Per me il 2000 sarà degli autori»

Intervista con VANIA TRAXLER

distributore



Vania Protti Traxler è la bionda donna-manager che, affiancata dal marito Manfredi, ha rivitalizzato il mercato italiano del cinema d'autore. Una specie di miracolo. Dalla *fine degli anni* Settanta, con *Il matrimonio di Maria Braun* e *Mephisto*, *Tradimenti* e *Yol*, fino a *Pranzo reale* e *Tangos*, titoli di questa stagione, la loro casa di distribuzione, l'Academy, ha operato in quel nuovo settore di pubblico che sta fra l'élite e il box-office, collezionando *premi* e *ottimi* incassi. Questi uffici in una palazzina dei Parioli più «alti» sono, insomma, il luogo in cui si respira un'aria da progetti in corso, una «febbre del futuro» che altrove non contagia più gli industriali del nostro cinema. «Eppure da due anni la situazione è in netta ripresa» esordisce infatti Vania Traxler.

— Ma quali sono le linee di tendenza meno effimere di questo mercato?

«Oggi l'aggettivo che caratterizza il prodotto cinematografico vincente è uno solo: grande. Hanno successo il film di grande spettacolo e quello di grande autore, ma anche l'opera prima, purché ottima, di un autore grandemente sconosciuto. *Lavoriamo per una fabbrica* di "eventi", non più per un cinema basato su un rapporto di consuetudine con il suo pubblico, e tutto quello che è *medio, normale, mediocre*, è diventato per forza, agli occhi di chi è un po' saggio, territorio di competenza della tv».

— *L'Academy ha usato le sale italiane come un laboratorio avanzato per alcune scuole cinematografiche e ne ha decretato un successo che poi è stato esportato in altri paesi d'Europa. È un metodo che si può imitare, riprodurre?*

«Buone regie, dialoghi eccellenti, attori ottimi. È il prezzo che imponiamo in cambio del rischio, che ci assumiamo, di puntare su registi a volte all'opera-prima, come Mowbray o su interpreti destinati al successo e ancora sconosciuti, come successe a suo tempo con la Schygulla e con Brandauer. L'elemento più personale è il nostro gusto che è alla base di ogni scelta, e, evidentemente, coincide con quello di *un certo tipo di pubblico*. Una nostra invenzione, però, è anche quella della pubblicità intelligente, mirata. Un battage che non bombarda i potenziali spettatori, ma li informa sul significato del film che proponiamo, il "inizia" alla storia che racconta, li invoglia a scoprire con noi l'autore e l'attore».

— Il cinema americano non le piace, oppure è semplicemente fuori dalle possibilità delle vostre tasche?

«Costa troppo. Se me lo potessi permettere, lascerei *sempre spazio* a Woody Allen nel mio listino, e questa stagione avrei inserito volentieri un film che considero d'autore come *Back to the future*».

— Quali sono i temi affrontati dal cinema negli ultimi tempi che, ai suoi occhi, «venderanno» ancora bene in futuro?

«La famiglia. Ultimamente è stata il problema dominante dei registi americani ed europei. L'hanno affrontato un po' tutti, da Kusturica in *Papà è in viaggio d'affari* a Tavernier in *Una domenica in campagna*, perfino, in modo meno evidente, più curioso e segreto, Hudson in *Greystoke, la leggenda di Tarzan*. Mi sembra che affiorino, in questi tempi, dei soggetti che la rivoluzione di costume degli anni Sessanta aveva bruciato, spazzato via. Con un tocco nuovo, fra tenerezza e ironia. Un altro filone di grande attualità, che potrebbe imporsi in modo per oggi ancora inedito, è il film ecologico, un film ecologico e intelligente come quel Tarzan o come *La guerra del fuoco* di Annaud».

— Per dieci registi delle due sponde dell'Atlantico che fanno «caso», c'è un Güney o un Solanas all'anno che s'impone al mercato parlando la lingua di altri continenti: Asia, Africa, America Latina. La tendenza si rovescerà?

«Credo di no, per il discorso che facevo all'inizio. Un film "solo" intelligente, purtroppo, non soddisfa i bisogni di un pubblico abituato a *Rambo* e alla televisione».

— Il suo listino ideale per l'anno Duemila quali registi comprenderebbe?

«Polanski, Fellini, Moretti, Rosi, Tavernier, Resnais, Kusturica, Disney e, naturalmente, Allen».

— E quali attori: androidi alla Conan, trasformisti alla William Hurt, acqua e sapone alla Jennifer Beals o commedianti alla Brandauer?

«Punterei su donne che sanno comunicare il senso di una grande forza conquistata con fatica, come Meryl Streep e Gudrun Landgrebe, e su uomini che sanno esprimere il disagio, l'inquietudine, la crisi di identità: cioè Nanni Moretti e, ancora una volta, Woody Allen; il mio preferito».

Maria Serena Palieri

«È tramontata l'epoca delle majors, è cominciata quella delle multinazionali. Ecco perché non vedremo più pellicole di serie B»

Pochi, grandi e ricchi film

Intervista con LORENZO QUAGLIETTI

economista

In novant'anni, quante volte si sarà parlato di crisi del cinema? Molto spesso, ma raramente con la coscienza (che invece, dalla fine degli anni Settanta in poi, comincia a serpeggiare) che ad essere in crisi non fosse solo una forma espressiva, ma un'industria, con tutti i suoi addentellati produttivi ed economici. Sull'argomento, proviamo a riflettere con l'aiuto di Lorenzo Quaglietti, autore di un'essenziale *Storia economico-politica del cinema italiano 1945-1980* e di un ancora inedito *Ecco i nostri. Il cinema americano in Italia* (entrambi Editori Riuniti).

«Che il cinema sia in crisi, sarebbe sciocco negarlo. Anche certi dati positivi che provengono dall'America vanno interpretati: il mercato statunitense era sceso a un minimo storico di 800 milioni di spettatori all'anno, è risalito oltre il miliardo, ma resta lontano dai vertici di un tempo. Inoltre il cinema Usa produce all'incirca un terzo dei film che produceva una volta. È una tendenza che anche noi italiani faremmo bene a considerare come logica: il mercato coprirà sempre meno il costo (sempre in ascesa) di un film, quindi la produzione è destinata inevitabilmente a calare».

— Questo non significa necessariamente che il cinema debba scomparire. Se il calo di pubblico corrisponde a un calo dei film, la domanda si concentrerà su un numero sempre più ristretto di titoli.

«Esatto. Gli americani producono *meno film*. Però puntano su produzioni che costano assai più di una volta. È sparita la produzione di serie B, le cui caratteristiche (film più brevi, produzioni con budget ridotti, serialità) sembrano essersi riversate nel telefilm. Questo del resto, accade nel cinema Usa per due motivi: il suo essere un'industria *integrata*, in cui le grosse case producono anche per la tv, e il coinvolgimento sempre maggiore delle grandi multinazionali e delle grandi banche, che finanziano — anche con cifre enormi — solo prodotti che possano rendere».

— La presenza delle multinazionali nel cinema hollywoodiano è un dato relativamente recente. A cosa è dovuto?

«Non è una forma di sponsorizzazione, perché le grandi ditte non pubblicizzano molto la cosa. La Coca-Cola, per esempio, non ha imposto il proprio marchio al film della Columbia. Non è neppure ansia di guadagno, perché con il cinema si guadagna (appunto secondo i parametri, per esempio, della Coca-Cola) pochissimo. Secondo me è un modo di non pagare le tasse sul denaro investito nel cinema: una forma di *tax-shelter*, di reinvestimento dei guadagni».

— Perché le industrie e le banche italiane non hanno mai operato simili investimenti?

«Semplice: il cinema italiano non è mai stato un investimento affidabile. Si è sempre prodotto troppo, e con scarsissime probabilità di esportazione. Il cinema italiano non è mai stato un'industria, a differenza della vecchia Hollywood che era un sistema industriale efficiente: le majors erano quotate in borsa e controllavano il ciclo completo della produzione, dalla scelta dei soggetti alla distribuzione nelle sale. Lo studio-system non era altro che l'applicazione al cinema delle regole dell'industria capitalista, ed era perfettamente *organico* alla società americana, quanto la produzione statale della Mosfilm è perfettamente organica alla società sovietica. E i grandi *tycoon*, i vari Mayer, Zanuck e Thalberg, tanto idealizzati, erano imprenditori *normali*, gente che aveva i soldi e li faceva fruttare: davvero il minimo per un buon capitalista».

— Nell'immediato futuro, investire denaro nel cinema potrà avere ancora un senso?

«Io non lo farei. Inoltre, nonostante tutto, il cinema rientra pur sempre nell'ambito dell'industria culturale, che ha una caratteristica ben precisa: il successo del prodotto dipende da una *scelta* del pubblico, non da un *bisogno*, ed è quindi sempre imperscrutabile. Un'industria che fabbrica, che so, saponette, può fare dei sondaggi e basarsi su di essi con una certa sicurezza. Nel cinema anche i sondaggi non servono nulla, la fama di un attore o di un regista può tramontare da un giorno all'altro. Un'industria che ha basi così aleatorie forse, a voler essere pignoli, non dovrebbe nemmeno chiamarsi industria...».

al. c.