

## C'era una volta il cinema

Alain de Benoist

Il tappeto rosso del Festival di Cannes sta per srotolarsi, i film stanno per susseguirsi, alternandosi a feste, conferenze-stampa, mondanità, per la gioia dei cronisti mondani e dei devoti del *people*: lo spettacolo nello spettacolo, insomma. Al di là del *people*, però, ci sono ancora attori e autori nel vero senso del termine? In un mondo che ridonda d'immagini, quelle cinematografiche sono ancora specifiche? E in fondo che cos'è il cinema?

Ricordiamo il senso della parola cinema: immagini in movimento, *movie* in inglese. Infatti un film è un racconto che concatena immagini in movimento. Dunque il cinema si rivolge all'occhio, non all'orecchio; è dimostrazione, non solo spettacolo. Parole e musiche non ne cambiano la natura. Insomma, il film sonoro è stato un progresso tecnico rispetto a quello muto, ma senza aggiungere nulla all'essenza del cinema. Anzi, col muto il cinema dà il meglio di sé: offre all'occhio immagini in movimento, le organizza con un senso, le ordina in un'opera. Un film tutto dialoghi è più teatro filmato che vero cinema.

Ma le immagini in movimento non sono né pure immagini, né puro movimento. Il cinema offre la realtà solo attraverso l'artificio d'una scrittura e di uno stile. Il cinema-verità è un altro modo di negare il cinema (chi crede di «filmare la realtà» corrisponde a chi credeva la pittura resa vana dalla fotografia) perché il cinema non è un modo per conoscere, la cui ragion d'essere sarebbe la verità, ma un modo per interrogare. Il cinema non è mai la realtà, è la sua rappresentazione per immagini. E la scrittura cinematografica implica sempre una scelta: chi mostra un'immagine, non se ne mostra un'altra. Definendo il cinema "specchio a riflesso differito", André Bazin diceva che esso deve "rendere, non significare". Così i grandi film, come tutte le grandi opere hanno potuto avere un ruolo formatore.

Naturalmente ci sono ancora buoni film, talora capolavori, ma l'epoca del cinema è passata. Innanzitutto perché ormai esso può essere consumato a casa, dunque non è più luogo d'incontro, né vettore sociale. L'irruzione dell'immagine in movimento nello spazio sociale aveva reso il cinema la grande arte popolare, democratica e conviviale della prima parte del XX secolo. Arte collettiva, esso aveva un valore d'uso allora indissociabile da quello di scambio. Ma, quando non è più visto in comune da spettatori usciti di casa per vederlo, il cinema cambia natura. Scaricato sul telefonino, un film non è più un film.

Destinato all'occhio, il cinema comporta anche un modo per guardarlo, cioè un modo di capire come vada guardato, di familiarizzarsi con le tecniche della regia, della direzione degli attori, del *découpage* e del montaggio. Una volta i critici si dedicavano a trasmettere allo spettatore strumenti d'analisi o schemi di comprensione. Per lo più vi hanno da tempo rinunciato, mettendosi a rimorchio di chi guarda un film come un telefilm, un documentario, una commedia, un varietà. Per dirla con Jean-Luc Godard, ormai “la critica cinematografica parla di sé, fingendo di parlare dei film”, limitandosi all'apprezzamento soggettivo (mi piace, non mi piace) o ideologico, che è poi lo stesso. Parallelamente ci sono sempre meno cinefili (è cinefilo chi non esce prima dell'ultima riga dei titoli di coda), mentre le sale d'*essai* si sono discretamente convertite in sale commerciali. Da quando la specificità della sua scrittura non è più percepita, il cinema s'è ridotto a immagini perdute nel fiotto d'immagini dei media.

Per André Malraux il cinema è sempre stato un'arte e un'industria. Fra questi due poli, rappresentati dal regista e dal produttore, c'è stata subito tensione, oggi quasi sempre risolta a vantaggio del secondo. Il film non è più guardato come l'opera d'arte che dovrebbe essere, ma come la merce che è diventato. Martin Scorsese ha constatato che “la proiezione in sala è ormai solo un evento minore nella vita di un film”.

Mentre i bilanci dei film crescono, gli spettatori calano e l'essenziale degli incassi viene dall'*homevideo* e dalle tv. Sempre più a decidere il contenuto di un film sono gli inserzionisti.

Dalla *Nouvelle Vague* degli anni Sessanta, le cui innovazioni stilistiche non possono far dimenticare come essa tendesse a ridurre il cinema alla morale dello sguardo (il "rispetto dei personaggi" come negazione di ciò che è più tragico nella condizione umana, cioè il riconoscimento che, nel bene come nel male, "tutti hanno le loro ragioni", come dice Octave ne *La regola del gioco* di Jean Renoir), il mondo del cinema va alla deriva. Al moralismo è seguito un cinismo compiacente, che lusinga quanto di più basso ci sia nello spettatore, trasformato in guardone narcisista sempre più facile da lusingare, ma sempre più difficile da soddisfare.

Sotto la triplice influenza deleteria della tecnica (effetti speciali), dello *spot* e degli stereotipi del fumetti, la maggior parte dei film si rivolge a spettatori, per lo più giovani, che costruiscono la loro esistenza come fanno *zapping* col telecomando. Personaggi senza spessore, situazioni scontate, discorsi piatti, banalità alla moda, sceneggiature senza nerbo. Una volta il cinema produceva immagini o scene così forti da segnare per la vita, strutturando indelebilmente l'immaginario. Oggi si succedono ondate di film visti e dimenticati. Nulla ne resta.

Facile dire che a un film tocca solo divertire, infatti il cinema non ha mai smesso d'essere *anche* svago. Andrebbe detto piuttosto che un film mira soprattutto a soddisfare un desiderio immediato. Ora il film può rasserenare lo spettatore solo con la completezza dell'intera opera. Perciò, come in Rohmer, Bergman, Lubitsch e Fritz Lang, esso si sforzava di dilazionare lo sfogo del desiderio, mentre il *Kitsch* hollywoodiano va oltre il desiderio, per soddisfarlo all'eccesso e all'istante, ricorrendo sia al rilancio, sia alla dismisura. La didattica del cinema, che era iniziatica (dell'ordine della catarsi), diventa regressiva appena s'indirizza allo spettatore che semplicemente non sa più pensare, perché vuole tutto e subito. Triste unione di idiozia e consumo.

Volgare o intellettuale, grassamente “popolare” o pretenziosamente “elitario”, il cinema ha infine essenzialmente un ruolo di legittimazione, compiacente e osceno, dell’ideologia dominante. Sebbene accumuli provocazioni a piacere, non disturba più, non allarma più, perché è consono ai valori del tempo e perpetuarli è la sua unica preoccupazione. Certo, ci si può chiedere se il cinema sia mai stato capace di sovvertire il disordine costituito (la risposta non è evidente). Il fatto è che oggi è diventato fundamentalmente allineato e ben-pensante.

*(Traduzione di Maurizio Cabona)*

(articolo paru en avril 2009 dans “Il Giornale”)