

Passato e attualità di un decennio

Claudio Bisoni, Paolo Noto, Guglielmo Pescatore

Gli anni Settanta del XX secolo non sono certo un oggetto di analisi inedito. Tanto meno lo sono dalla prospettiva delle ricerche sul cinema e sui media. Anzi, pochi periodi della storia italiana stimolano in modo così ricorrente il ricordo dei testimoni e l'attenzione degli studiosi. Ma è proprio questa persistenza, a partire dalla quale non si sono ancora svolte ricerche sistematiche, che ci ha spinto a interrogarci e a progettare questa *prima stanza*: perché gli anni Settanta sono ancora attuali, indimenticati e ingombranti? Perché abbiamo l'impressione che in qualche modo riguardino il nostro tempo e ci possano aiutare a capirlo?

Ci sembra infatti che l'attenzione continua per gli anni Settanta sia la spia di qualcosa che travalica gli eventi pure epocali che hanno caratterizzato il decennio e di cui la storiografia di settore ha reso in larga parte conto: la scomparsa fisica di quella generazione di registi che aveva fatto conoscere il cinema italiano a livello internazionale dopo la seconda guerra mondiale, la crisi irreversibile che colpisce la produzione e l'esercizio, la fine del monopolio Rai sulle telecomunicazioni.

Gli autori dei saggi che seguono hanno condiviso la nostra ipotesi di fondo e scelto quindi di affrontare gli anni Settanta non come il periodo in cui qualcosa finisce o si compie (il cinema d'autore, il sistema dei generi, la stagione dell'impegno politico e così via), ma al contrario come il momento in cui si definiscono e si trasformano pratiche cinematografiche e mediali, forme di produzione e di circolazione dell'audiovisivo, esperienze di aggregazione comunitaria attorno a prodotti culturali che ancora oggi sono attive e, anzi, in qualche misura contribuiscono a caratterizzare lo scenario attuale. Le analisi sono state svolte lungo quattro direttrici, che spesso si sono intrecciate tra loro.

La prima è quella delle forme della trasmissione/produzione culturale. Siamo ormai abituati al luogo comune storiografico che identifica nel passaggio agli anni Ottanta il punto terminale della grande fase della militanza e l'emergere del riflusso. D'altra parte si può constatare, soprattutto oggi, il fatto che negli anni Settanta si definiscono assetti dell'industria culturale e modi di circolazione dei saperi che eserciteranno il proprio peso sugli scenari futuri, in una linea di ideale continuità con il presente. In termini di teoria dei modelli culturali, Flavio De Bernardinis ha parlato di:

Mutamento vettoriale: dal verticale all'orizzontale, reticolare, ibrido, *point to point*. [...] Dopo il Sessantotto, *tutta* la sfera della cultura viene meno alla propria funzione, ossia prefigurare, costituire uno strumento di previsione, uno spazio intermedio, una camera di compensazione tra il pensiero e la realtà effettuale. Dopo il Sessantotto, la cultura né anticipa, né media: la cultura *accade*¹.

Fenomeni peculiari del decennio, come ad esempio i festival giovanili, accorciano in maniera considerevole la distanza tra momento creativo e momento della fruizione, tra produttori e utenti. Il cinema, da questo punto di vista, sembra impermeabile alle dinamiche di prelievo e di manipolazione tipiche di altre forme medialità del periodo (fumetto, radio, stampa musicale) e vede attenuarsi quindi quella centralità culturale e quella capacità di catalizzare spinte e contenuti difformi che lo avevano caratterizzato nei decenni precedenti, come evidenzia nel suo saggio Guglielmo Pescatore. La nascente radio in FM, tema dell'analisi di Paolo Noto, appare allora come un fenomeno decisivo, non solo per la velocità con cui si diffonde nel Paese, ma per la profondità con cui satura – grazie all'uso che ne viene fatto – altri canali sensoriali e altre forme espressive.

La seconda direttrice è quella della relazione con la contemporaneità. L'epoca dei *new media* mette in gioco categorie di azione, dinamiche culturali e politiche che sono diventate strutturalmente pensabili proprio tra anni Sessanta e Settanta. Un'eredità che si palesa quindi in relazione a problemi oggi di attualità nell'ambito delle culture digitali: rilancio degli ideali partecipativi, modalità di trasmissione dei saperi dal basso, crisi delle istituzioni culturali, ridefinizione dei consumi, delle esperienze e degli spazi di visione. I rapporti tra le prime forme reticolari di trasmissione dei saperi e gli scenari attuali resi possibili dai *new media* sono evidenti in esperienze come quella dei cineclub e nelle forme inedite di aggregazione culturale cui essi danno luogo, che sono l'oggetto della riflessione di Claudio Bioni. Ma appaiono anche in luoghi insospettabili, quali alcune aree del cinema d'autore. Lo dimostra il caso esemplare di Marco Bellocchio con *Matti da slegare*, studiato da Sandro Bernardi: un'opera collettiva in cui si assiste a una perdita di centro e di autorità dell'istanza unificante, che porta il film ad assomigliare, più che a un saggio visivo, a una sorta di happening imprevedibile.

La terza direttrice investe il nesso tra consumi privati ed elaborazioni collettive.

Si può affermare, senza scandalo, che il decennio della contestazione, della sovversione armata e del terrorismo, è anche il lasso di tempo in cui continuano a essere presenti nella nostra società, e quasi arrivano a massa critica, quei fenomeni di crescita generalizzata che sono la principale tendenza economica e sociale del precedente ventennio².

Queste dinamiche influenzano il piano del progresso dei costumi, definendo in quegli anni, oltre al consumo, anche una *cultura del consumo* che incide su modelli cinematografici estremamente strutturati quale è quello della commedia italiana, come dimostra il caso Fantozzi, affrontato qui da Stefano Baschiera. Perfino un legame concettuale tradizionalmente molto solido nel nostro cinema – quello tra paesaggio e identità nazionale – può essere allentato in un genere come il giallo, trasformando paesaggio e identità in marchi, beni di consumo costruiti come tali a beneficio di uno sguardo «esterno». È questa la tesi al centro dell'analisi proposta da Francesco Di Chiara. Rovesciando la prospettiva, dal punto di vista del presente gli anni Settanta sono diventati a loro volta utilizzabili quali serbatoio di figure e di situazioni attraverso cui il cinema italiano contemporaneo, soprattutto quello che ricostruisce la lotta armata e gli anni di piombo, può declinare il tema della memoria individuale e pubblica; è il problema sul quale si sofferma Catherine O'Rawe guardando a *La prima linea* (Renato De Maria, 2009).

Infine, l'interazione complessa tra innovazioni tecnologiche, necessità culturali, nuovi equilibri politici e spinte provenienti dal mercato che ha ridisegnato drasticamente, a partire dall'inizio del decennio, il panorama dei mass media, ha favorito un primo massiccio processo di *ri-locazione* del cinema, che ha come sede privilegiata la televisione. Crediamo che si possa parlare legittimamente di ri-locazione e non, ad esempio di *remediation*, dal momento che ciò che avviene non è «tanto l'assorbimento di un medium in un altro medium, quanto uno spostamento per così dire fisico, che porta un medium a occupare un nuovo posto – su una nuova piattaforma o in un nuovo ambiente – e a contaminare questo posto con la propria presenza»³. La frammentazione che ne deriva investe

soprattutto il pubblico giovanile, il cui coinvolgimento nell'istituzione cinematografica avviene per vie sempre meno prevedibili. Pratiche diversissime tra di loro offrono tentativi di salvataggio rispetto a questa frammentazione, proponendo ricomposizioni localizzate e distintive: è il caso del nascente mercato della pornografia, che aggiorna contenuti e professionalità già esistenti, o dell'animazione seriale giapponese, che contribuisce a modificare a fondo le logiche dei palinsesti televisivi. Il primo fenomeno è al centro del contributo di Giovanna Maina e Federico Zecca, il secondo è studiato da Laura Ester Sangalli. Lo squilibrio tra capacità di appropriazione delle *audiences* e modelli realizzativi obsoleti fa sì che un prodotto *mainstream* come il *Sandokan* televisivo di Sollima e della Titanus funzioni (paradossalmente) come fenomeno di culto, sul quale è possibile proiettare interpretazioni disparate. Nel suo contributo Giacomo Manzoli ripercorre la ricezione critica dello sceneggiato di Sollima a partire dal dibattito da esso suscitato sulla pubblicistica dell'epoca.

I curatori ringraziano, per l'aiuto fornito nel reperimento delle immagini, i siti <http://stampamusicale.altervista.org>, <http://www.pipernofaccini.it> e la Biblioteca di Discipline Umanistiche dell'Università di Bologna.

1. Flavio De Bernardinis, *1970-1976: appunti per una mutazione*, in Id. (a cura di), *Storia del cinema italiano. 1970/1976*, vol. XII, Marsilio-Edizioni di Bianco & Nero, Venezia-Roma 2008, pp. 3-4.
2. Chicco Funaro, *La crisi che non ci fu. Mercato, marketing e pubblicità negli anni Settanta*, in Sergio Bianchi, Lanfranco Caminiti (a cura di), *Gli autonomi. Le storie, le lotte, le teorie*, vol. III, DeriveApprodi, Roma 2008, p. 319.
3. Francesco Casetti, *L'esperienza filmica e la ri-locazione del cinema*, in «Fata Morgana», II, 4, gennaio-aprile 2008, p. 29.