

distribuzione esclusiva in Italia | Film Distribuzione sas |
Viale Prampolini 110 | 41100 Modena | tel. 059212792 | fax 0594392133

Makk, Scorsese,
Bergman, Loach,
Ozpetek, Avati,
Kaurismaki,
Giannini, Girotti,
Ferlito, Zizek, Gadda

FESTIVAL
FilmVideo Montecatini
Valdarno Cinema Fedic
Taormina
Assisi
FilmsZemle Budapest
Cinema e Musica

carte di **Cinema**

spedizione in a.p. art. 2 comma 20/c legge 662/96 | € 7,50

Il Marketing Hollywoodiano

Un'analisi delle strutture di consenso del cinema americano del Novecento

di Alessandro Agostinelli

Commercio, controllo e persuasione

Wanger definì l'industria cinematografica americana come un «Piano Marshall delle idee»¹ attento all'opinione pubblica dei quattro angoli del mondo, cioè di quei 115 Paesi nei quali il 72% dei film proiettati sono americani.

In Europa non esiste una struttura simile ad Hollywood, ma una ghirlanda di piccole botteghe artigiane, artefici di prodotti spesso di gusto, che però non ce la fanno a lottare contro «quell'enorme magazzino, grande diffusore di sciocchezze, i cui tentacoli in tutto il mondo sono ineguagliabili.»² Punta il dito sulla potenza commerciale americana anche Laudadio (fondatore di EuropaCinema), ma smorza i toni, relativamente ai risultati artistici, quando nell'edizione 1990 del festival, a presentazione del catalogo scrive: «Fateci caso: i film americani – belli o brutti che siano: non è questo il problema ... - stanno sempre più invadendo, anno dopo anno, tutti i mercati europei ed extraeuropei. Gli americani sono più bravi a vendere, non c'è dubbio. E qualche volta sono anche più bravi nel fare i film.»

Il rapporto America-Europa³, riguardo al cinema, ha caratteristiche peculiari, che rimandano sempre ad una relazione privilegiata (negativa o positiva che sia), nella quale Hollywood ha, storicamente, la parte preminente, come afferma Ellwood nella premessa al suo *Hollywood e la modernizzazione dell'Europa*: «Sin dagli anni venti, l'industria cinematografica americana è percepita dai protagonisti dell'arte cinematografica europea, e dai custodi del retaggio artistico nazionale all'interno e all'esterno dei governi, come una forza assai più potente di quella che può lasciare intendere la sua mera presenza commerciale o il suo ruolo nelle forme di divertimento popolare. Come indicato da un gran numero di storici sociali e della cultura, la presenza massiccia di prodotti dell'industria cinematografica statunitense su questa riva dell'Atlantico è stata diffusamente concepita come una sfida in grado di scompigliare l'organizzazione dell'identità, autorità e consenso su cui s'è basato tradizionalmente, in Europa, l'ordine politico e culturale.» Anche lo storico Sadoul testimonia il fatto che «Hollywood difende energicamente la posizione di privilegio che è riuscita ad assicurarsi in numerosi paesi, e i trattati commerciali negoziati dal Dipartimento di Stato includono quasi sempre delle clausole che assicurano ai film americani una situazione di vantaggio.»⁴

Questa diffusione, nel tempo, diventa una vera e propria invasione di prodotti americani che, con alti e bassi, contraddistingue dagli anni '20 del Novecento ad oggi (e certo è destinata a proseguire in futuro) il rapporto tra il cinema americano e l'Europa. Infatti, attorno al 1950 sempre Sadoul sentenzia che «[...] in ogni caso, almeno nel campo cinematografico, la libertà di iniziativa significa praticamente il monopolio consentito agli Stati Uniti. I loro film occupano sugli schermi del "mondo libero" più della metà dei programmi, e le altre "grandi potenze" sono ridotte a suddividersi l'altra metà. A Roma, a Parigi e a Londra cineasti e produttori sono tutti d'accordo nel riconoscere che le gravi crisi periodiche cui va soggetto il cinema italiano, inglese e francese sono principalmente determinate dal posto eccessivo che Hollywood occupa sugli schermi dei rispettivi paesi.»

Più recentemente, con altre parole, si è cercato di analizzare questa ingressione. Come sostiene Gundle: «La funzione dell'America nella liberazione dell'Europa, il suo contributo alla ricostruzione del Vecchio Continente mediante il Piano Marshall, e infine l'ombrello della Nato sull'Europa occidentale, consentono agli Stati Uniti di esercitare un'influenza particolare su tutti gli aspetti dello sviluppo postbellico. In seguito alla diminuzione degli incassi in patria, i mercati europei diventano essenziali per i profitti delle Mayor hollywoodiane. A ciò si aggiunge che queste sono in qualche modo costrette a investire in produzioni straniere in seguito all'adozione da parte dei paesi economicamente deboli, di provvedimenti legislativi di carattere restrittivo.»⁵ Lo stesso tono era usato ricorsivamente, anche prima della seconda guerra mondiale, contro l'invasione americana nei cinematografi di tutta Europa. Nel 1927 un deputato conservatore inglese, in un suo discorso alla Camera dei Comuni dichiarò «che i frequentatori del cinema inglesi parlano americano, pensano americano, sognano americano. Ci sono milioni di persone, soprattutto donne, che sono temporaneamente cittadini americani.» E dieci anni dopo la Camera dei Comuni discusse ancora di cinema, e «un altro onorevole, R.W. Steveson, non esita a dichiarare: *La funzione principale del cinema, qui, è stata quella di realizzare l'annessione del paese agli Stati Uniti.*»⁶

C'è sempre, nelle forme dell'oratoria politica e parlamentare, una certa dose di sensazionalismo, di quella che Broch chiamava «una goccia di effetto, una goccia di Kitsch», ma sono talmente tante le testimonianze di questa potenza persuasiva nella storia del cinema che è facile supporre che questa fosse la mainstream, una sorta di leadership che persiste nel presente, e che a Wim Wenders ha fatto addirittura dire: «The European Cinema has to be protected against the American powerplay, that's all. It doesn't need an identity, it needs lawyers, guns and money. A lot of it...»⁷

C'è anche da segnalare che tra la fine della prima guerra mondiale e l'inizio della seconda l'Europa si caratterizzò per un'esplosione di nazionalismo. Se aggiungiamo a questo il fatto che l'avvento del sonoro (nel 1927) rese difficile l'esportazione in molti paesi per questioni linguistiche, fa ancora più scalpore il fatto che le opere cinematografiche che piacevano a tutti (quelle che potremmo definire popolari) erano i film americani. «I discorsi sul pericolo americano, sulla sparizione delle culture locali e sul livellamento generale delle coscienze sono ridicoli – dice Pierre Sorlin –, ma nascondono un dato che merita un'esplorazione meno legata a fattori emotivi: l'unità mentale dell'Europa si è fatta, in gran parte, attraverso l'adozione di modelli statunitensi.»⁸ Si tratta senza dubbio di una cultura generalizzata e generalista che va ad integrarsi, quando non le sopravanza proprio, alle culture locali e nazionali. Con la fine del dopoguerra, la fase difficile della ricostruzione europea apre il campo alla prospettiva di una nuova prosperità, di occupazione e guadagni in crescita. Gli europei, aiutati dai governi degli Stati Uniti, si sentono legittimati ad un progresso poco prima impensabile. È quella che Ellwood definisce «la rivoluzione delle aspettative crescenti.»⁹ Su tutti e tutto è Hollywood a lavorare più efficacemente di qualsiasi altro meccanismo, indirizzando questa «rivoluzione» in una

direzione tanto individualistica quanto americanizzata: *Il mio sogno è il tuo*, canta Doris Day nel 1949.

La sottile, pervasiva e costante introduzione persuasiva del cinema americano in Europa, attraverso **l'uso eccezionale delle capacità commerciali hollywoodiane**, potrebbe aver condotto alla «omogeneizzazione di una civiltà»¹², proprio nei modi in cui ne parla Levi-Strauss il quale sostiene che quanto più una civiltà diventa omogenea, tanto più le linee interne di divisione si fanno evidenti. Secondo lui «Il rischio del nostro tempo è probabilmente quello che potremmo definire la iper-comunicazione [...] Perché una cultura sia veramente se stessa e produca qualcosa, essa e i suoi membri devono essere convinti della propria originalità e persino, in certa misura, della propria superiorità rispetto agli altri.»¹⁰ Mi pare che la cultura americana sguazzi bene sia nella iper-comunicazione, sia nella ipo-comunicazione: nella prima detta legge, perché ha contribuito a crearla; nella seconda si difende, per orgoglio nazionale. Tuttavia è anche vero che dal punto di vista artistico il cinema americano riesce a produrre ottime pellicole, mediamente migliori di molte pellicole europee, come spiega Sorlin: «Hollywood, con i suoi metodi industriali, offre prodotti che rappresentano, per la maggior parte degli spettatori, lo standard a partire dal quale si valutano i film. A volte le case americane realizzano pellicole di infima qualità ma, in linea di massima, le loro opere sono divertenti e in alcuni generi, come la commedia musicale, il giallo, l'avventura, anche notevoli.» Si tratta di una «cinematografia più potente, che tutti i cineasti europei, pur criticandola, ammirano.»¹¹ Ne sono testimonianza diretta le inchieste condotte alla fine degli anni Trenta del Novecento (ma ci sono esempi di sondaggi italiani anche molto recenti - li vedremo più avanti) in Inghilterra, dalla rivista *Mass Observation*, dove un campione di operai inglesi riteneva «i film americani facili da vedere, fatti bene, rapidi e spesso spettacolari, e i loro attori naturali e verosimili; in confronto le opere inglesi [erano ritenute] tristi e senza vita, con attori rigidi e artefatti. Anche gli operai francesi lodano l'efficienza, gli ottimi trucchi e gli sviluppi dei film americani, mentre non sopportano l'assenza di spontaneità, la pesantezza e la goffaggine dei prodotti francesi. Opinioni di persone, spesso senza studi, colpiscono per l'esattezza e la precisione dei giudizi; spiegano, in dettaglio, quel che piace loro nelle opere statunitensi, commentano come vengono presentati e definiti i personaggi. In altre parole, già negli anni trenta, gli appassionati di film sono esperti del settore; la frequentazione delle sale ha creato una cultura cinematografica che non deve niente alla scuola ma che è nata dalle lezioni di Hollywood.»¹² Come si vede il cinema ha determinato grandi cambiamenti che hanno inciso nella vita quotidiana di molte persone. E il cinema va iscritto alla nazione americana, agli Stati Uniti d'America, come lascia intendere Elsaesser: «Il cinema è indubbiamente l'arte americana per eccellenza; ciò non-dimeno migrazione, esilio e immigrazione sono costitutivi di quella che chiamiamo industria cinematografica americana.»¹³ Infatti, anche il regista russo Ejzenstejn, che visse un periodo da immigrato tra il Messico e gli Stati Uniti scrisse: «Consideriamo in primo luogo il paese in cui, se non addirittura la culla, il cinema trovò certamente il terreno dove poté svilupparsi fino a raggiungere dimensioni senza precedenti e del tutto imprevedibili. Sappiamo dove il cinema si affermò come fenomeno mondiale. Conosciamo lo stretto legame esistente tra il cinema e lo sviluppo industriale americano. Sappiamo come produzione, arte e letteratura riflettano l'ampiezza e la struttura capitalistica degli Stati Uniti d'America. E sappiamo anche come il capitalismo americano si rifletta, nel modo più acuto ed espressivo, nel cinema americano.»¹⁴

I riferimenti alla produzione industriale (nel solco della tradizione capitalistica), segnalati dal regista russo, sono confermati in modo più preciso e attuale da Corsi:

«... capacità di attrazione e colonizzazione dell'industria cinematografica più forte del mondo, continuamente rinnovatasi a dispetto delle più gravi crisi di ristrutturazione. *Alla radice del successo americano si distingue una speciale capacità: accettare e orchestrare i cambiamenti*, scriveva Jean Jacques Servan Schreiber in un famoso libro del 1968 che, andando contro-corrente in un periodo di diffuso antiamericanismo, metteva a confronto i modelli industriali europeo e americano, denunciando il pericolo che, per lentezze burocratiche e arroccamento su posizioni troppo nazionalistiche, l'Europa potesse perdere la sfida tecnologica lanciata dagli Stati Uniti.»¹⁵

Il cinema americano, dunque, è industria, commercio, cultura, politica, ideologia e consumo di massa. Ce lo fa capire con accuratezza uno studioso degli aspetti sociologici del cinema: «Gli Stati Uniti sono [...] un paese di libera impresa, dove l'intervento dello stato è limitato al controllo dei monopoli, ma allo stesso tempo il governo protegge gli interessi americani all'estero, e quelli del cinema in particolare. [...] i responsabili politici si considerano in dovere di promuovere i prodotti 'made in Usa', gli ufficiali nei territori occupati informano Hollywood sui bisogni e i mezzi finanziari della popolazione, e i diplomatici controllano la diffusione dei film americani. A condizione di proporre opere con una visione positiva dell'*american way of life*, i cineasti hanno il sostegno assoluto di Washington, e quando un governo europeo chiede un finanziamento in dollari, deve includere nel prestito un numero rilevante di prodotti hollywoodiani.»¹⁶ Senza mai dimenticare gli affari il cinema americano ha costruito un sistema produttivo e creativo di grande efficacia, anche artistica. La produzione di film, negli Stati Uniti, è sempre stata un business serio, tanto quanto le automobili o gli aerei. Per esempio, quando negli anni '50 del Novecento la televisione inizia a fare concorrenza al cinema, gli Studios cominciano a tessere una rete di relazioni con i network. Inoltre, a fronte della crisi interna, le Majors puntano ad una sempre più massiccia penetrazione in Europa. Dimostrando una **concezione globale del mercato cinematografico**, riescono ad insinuare il loro predominio sul vecchio continente, adattandosi ai diversi sistemi di aiuto che i paesi europei hanno messo a punto nel dopoguerra per favorire la ripresa dell'industria cinematografica nazionale. «Senza arrivare al punto di considerare l'Europa una mera propaggine dell'impero americano, è pur vero che le Majors intervenivano con le loro finanze nei gangli dell'economia cinematografica dei vari paesi per ottenere il controllo dei mercati... Con la presa di potere della distribuzione alla fine degli anni Sessanta, gli americani riguadagnano anche il controllo dell'esercizio europeo... In una posizione che permette loro di espandere la propria influenza a monte e a valle del processo di commercializzazione del film, gli americani dettano tempi e modi dello sfruttamento cinematografico, avviando anche in Europa un mutamento già in atto negli Usa, tipico di un'industria capitalistica matura e già integrata con il mezzo televisivo.»¹⁷ La causa principale di queste differenze così macroscopiche non è squisitamente cinematografica, ma affonda le radici nella particolarità della cultura americana che vede nel cinema (e anche nella letteratura, con la figura dello scrittore-eroe: un soggetto «avventuroso che si poneva sempre avanti ai suoi libri, che era personaggio»¹⁸) lo strumento della propria peculiare modernità, del proprio tempo del possibile, di ciò che è l'idea d'America: il luogo dove poter esperire l'arte del futuro, senza troppi legami con un passato incombente. In Europa,

invece, in certi ambienti intellettuali, il cinema è considerato: «un passatempo per iloti, una distrazione per creature incolte, miserabili, esaurite dal lavoro, dilaniate dalle loro preoccupazioni... uno spettacolo che non esige alcuna concentrazione, che non presuppone la facoltà di pensare... che non accende nessuna luce nel cuore e non suscita alcuna speranza se non quella, ridicola, di diventare un giorno, a Los Angeles, una star.»¹⁹ Successivamente a questo avventato approccio, totalmente negativo, il cinema, una volta che trova un'aderenza culturale, una sua ragion d'essere all'interno del novero delle arti, rischia di diventare un'appendice di qualcosa già esistente (cioè un mero sviluppo e ampliamento delle arti figurative o del teatro). Proprio in Italia, all'inizio del Novecento, si diffonde l'idea che il cinema sia l'arte del nuovo secolo, la *settima arte*. «L'espressione piace agli europei che l'adottano, ma non attraversa l'Atlantico. Per un americano, parlare del cinema [soltanto] come arte sarebbe assurdo... La conquista degli schermi europei da parte dell'America è la conseguenza logica di un lungo sforzo basato su quattro elementi: un sistema di produzione razionale, una visione commerciale molto ampia, una straordinaria capacità d'adattamento alla domanda e un appoggio senza riserve dei pubblici poteri.»²⁰ Sulla falsariga di questo discorso anche un regista inglese contemporaneo, che ha lavorato spesso a Hollywood, ha avuto modo di esprimere sinteticamente una posizione che dobbiamo ritenere diffusa e condivisa negli Stati Uniti: «It is vital that movies remain a popular medium across classes and natural barriers. It is up to major filmmakers to continue to try to address the mass audience and not slip into the artistic ghetto of the art movie.»²¹ Tutto questo, non sembra tarpare le ali alla fantasia creativa degli autori, dei registi e degli Studios in genere. Anche se in passato il sistema si avvaleva di un «severo controllo di qualità» che sottostava al regime della produzione e di riflesso anche ad un potere più alto, come spiega, con la sua sfumata ironia, Cesare Zavattini, specificando chi contava davvero nel cinema americano: «A Hollywood vi sono le stelle, i pianeti, le vie lattee gremite di quel pulviscolo siderale che sarebbero le comparse, e infine l'Empireo che ospita colui che ha diritto di vita e di morte sulle eccellenti o sulle nefande cose che s'imprimono sui nastri di celuloide. Questo divino personaggio non ha intorno al capo l'aureola: è un distinto signore, assai spesso in cappello duro, dal viso glabro e sorridente, il signor Will Hays, che in termini terreni, viene chiamato lo Zar del cinema nella sua qualità di presidente della "Motion Picture Producers and Distributors of America Inc.", vale a dire del più formidabile organismo mondiale che regola la produzione e la distribuzione, nei suoi indirizzi morali fondamentali e nei suoi rapporti economici internazionali, di tutto quanto nasce nei magici studi di Cinelandia.» Questo divertente ritratto «zavattiniano» corrisponde in parte alla verità di quel momento, anche se da una prospettiva soltanto satirica. È anche vero che in un'epoca di riflusso moralista il controllo di ciò che accadeva nelle storie e di ciò che si vedeva nelle immagini dei film americani era sentito come un aspetto importante per la tranquillità del Paese. Certe descrizioni della città del cinema erano piuttosto colorite, come evidenzia Koszarski: «Hollywood viene dipinta come una città di peccatori che infetta la moralità della nazione attraverso la produzione di film che non riflettono gli standard etici dominanti nel Paese.»²² Questo tipo di descrizioni di Hollywood erano diffuse in certi stati del Paese e il sistema degli Studios doveva difendersi da attacchi così veementi. È evidente che Will Hays e i funzionari della MPPDA non fossero un gruppo di «acidi puritani» in lotta genericamente contro l'immoralità. «La MPPDA era un ente posseduto col-

lettivamente dagli studios stessi e uno dei suoi fini era di evitare una censura esterna.»²³ È dato che l'attività dei monopoli di Hollywood era (ed è) prevalentemente diretta a fini commerciali²⁴, ed è quasi impossibile considerare la grande produzione cinematografica americana indipendentemente dai grandi gruppi industriali e finanziari che la controllano e che l'hanno controllata, il Codice Hays²⁵ ebbe facile accesso tra le norme che i produttori di Hollywood ordinavano ai loro artisti e registi. Poi, da un film all'altro, cambiando il costume alla fine degli anni Cinquanta (soprattutto con l'avvento della televisione e la disaffezione per le sale cinematografiche, ma anche con la crescita della distribuzione di film stranieri, in particolare neorealisti e francesi, dai modelli narrativi e culturali più sofisticati), le prescrizioni e le norme dettate dal Codice di autocensura furono accantonate o riviste; molti film uscivano ormai quasi «in barba» al Codice. Così, nel 1966, ci fu una forte revisione delle regole di autocensura: diventarono «suggerimenti».

Nel tempo il Codice è stato ristretto e allungato per adeguarsi ai tempi e alle necessità della produzione. Se da una parte esso ha dato un *imprinting* di moralismo edificante, ad esempio nell'uso frequentissimo degli *happy ends* che ancora oggi chiudono le più cupe storie hollywoodiane (basti citare il famoso *Blade Runner*, il film di Ridley Scott che uscì nel 1982 nella versione della produzione, e soltanto nel 1991 nella versione meno aurorale del *director's cut*), il Codice è stato la «formalizzazione del progetto ideologico del cinema americano di rivolgersi a un pubblico il più vasto possibile...»²⁶ Ancora una volta, quindi **morale e marketing sono andati a braccetto**. Dopo la crescita della televisione, di cui Hollywood si era occupata direttamente a livello finanziario-gestionale, era la volta delle nuove cinematografie europee, che negli anni precedenti avevano «studiato» gli espedienti e i generi americani, e adesso riuscivano a far fiorire autori e registi, e anche un pubblico, come sentenziava qualche anno prima Bazin: «Il cinema americano si fa oggi in Italia, ma mai il cinema della penisola è stato più tipicamente italiano.»²⁷ Mentre in America il crescente interesse per i film di Rossellini, Antonioni, Dreyer, Bresson, Godard, Mizoguchi e l'accettazione dei film di Fellini, De Sica, Visconti, Bergman, Truffaut, Kurosawa, significò che i film europei non erano più etichettati come *stranieri* e che, allo stesso tempo, i film americani non erano più del tutto *nostri*. Questi ultimi non erano più il centro senza rivali dello spettacolo popolare, arretrando anche un po' di fronte alla mercificazione autoritaria della tv, mentre invecchiavano i divi e i registi che avevano fondato e sostenuto l'età classica del cinema americano. «In altri termini – dice Stanley Cavell –, un risultato di questi sviluppi fu che il cinema acquistò, in quanto parte della nostra cultura comune, una determinata storia e un determinato registro di intellettualità condivisa.»²⁸

L'episodio del Gatt: il paradigma dell'economia di mercato

Quello che era accaduto negli anni '50 in America con la concorrenza della tv, avvenne in Europa (con più forza, soprattutto in Francia, Italia, Spagna) tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli '80 del Novecento. La crescita di concorrenza televisiva e il calo degli investimenti nel cinema europeo favorirono di nuovo un ingresso prepotente del cinema americano, per mezzo della sua capacità commerciale, come affermò nel 1985 ad Europa Cinema il regista John Boorman: «The strenght of American movies lies in their world-wide distribution network». Il rapporto con la tv (dopo lo scontro e l'integrazione avvenuta negli Stati Uniti) è stato difficile anche in

Europa. All'inizio la televisione ha tolto pubblico al cinema; successivamente essa è diventata una efficace risorsa per le produzioni cinematografiche. In Italia, per esempio, nel periodo dell'ascesa delle televisioni private la cessione del diritto d'antenna, serviva ai produttori cinematografici a chiudere in attivo il bilancio, prima ancora che il film iniziasse a circolare. È evidente che l'uscita sul grande schermo, in una condizione del genere, diventava una pura formalità. Se nell'immediato le cose iniziavano ad andare meglio per le case di produzione nostrane, il cinematografo perdeva colpi proprio come luogo di proiezione e di visione. Eravamo in presenza di una sorta di passaggio dal cinespettatore al telespettatore, con una larga maggioranza di cinespettatori (il 65% circa degli intervistati) che in un sondaggio del 1988 (a cura di un'agenzia demoscopica specializzata) dichiaravano di non amare i film italiani, per il fatto che si riconoscevano meglio nei film stranieri. Un anno dopo però accadde un fatto critico che stimolò l'orgoglio nazionale. Ci fu come una sorta di revanscismo culturale e politico da parte dei paesi europei (soprattutto Francia e Italia) che lanciarono una sfida al cinema americano e alla sua invasività commerciale. I presupposti furono dati dagli accordi bilaterali tra America ed Europa in merito alle questioni commerciali e ai rapporti economici tra i due soggetti. All'interno del GATT (organismo analogo all'Organizzazione mondiale del commercio - WTO), gli Stati Uniti volevano votare un documento commerciale unico in cui avevano inserito alcune norme sulla percentuale di scambio tra i prodotti cinematografici dei due soggetti. In sostanza l'America mostrava di voler aumentare la diffusione del proprio cinema in Europa, senza aumentare (in maniera percentuale corrispettiva), per parte propria, la possibilità di acquisto delle pellicole europee. Molti politici e intellettuali europei, e quasi tutte le persone di cinema del Vecchio Continente, si schierarono contro gli Stati Uniti (era in carica il presidente Ronald Reagan, che essendo stato uomo di cinema fu attaccato anche personalmente), sdegnati del fatto che dall'altra sponda dell'Atlantico si equiparava il cinema alla produzione di patate. La sfida lanciata dall'Europa non produsse particolari effetti positivi per le cinematografie nazionali e per la loro distribuzione, tuttavia fece capire che anche le nazioni europee, se unite, potevano contare qualcosa contro il gigante americano. Ciò dimostra comunque, ancora una volta, la differenza di senso tra America ed Europa, tra **cinema come industria dello spettacolo** (o arte cinematografica limpida e esemplare, in molti casi) e **cinema come arte** (o pseudoartisticità, in molti casi). E dimostra anche i legami profondi e duraturi tra Hollywood e Washington, anche se non sempre i rapporti furono positivi, come dimostra Sklar: «Ad un esame più approfondito però, si nota che i rapporti tra Hollywood e gli ambienti politico-governativi, nel corso del tempo, non sono sempre stati brillanti. Anzi, ci furono momenti piuttosto turbolenti, sia nel periodo della moralizzazione contro i facili costumi dello star system hollywoodiano, intorno alla fine del muto, sia durante il periodo della seconda guerra mondiale, sia durante i tempi della «lista nera» del senatore McCarthy. Addirittura, nel 1941 e nel 1943 i produttori hollywoodiani furono presi di mira dalla commissione bellica del senatore Truman per questioni legate ai finanziamenti statali per la produzione di film di guerra.»²⁵

Del resto, proprio in questi ultimi anni, anche a seguito della larga protesta contro la globalizzazione, si è tornati ad argomentare sul tema del regime distributivo cinematografico americano, come ha lasciato intravedere la recente inchiesta, svolta a maggio del 2001 da Cahiers du Cinema, che ha

invitato molti registi a discutere appunto sul tema dell'invasività dei prodotti cinematografici statunitensi. A riprova del fatto che l'argomento travalica spesso il precipuo interesse della storia e della critica del cinema (che peraltro è quello che ci sta più a cuore), in Italia l'argomento è stato affrontato, in termini eminentemente politici, in relazione ad un lavoro di approfondimento sulla galassia dei contestatori della globalizzazione mercantile e finanziaria che, come abbiamo visto, è quasi sempre anche supremazia culturale.*

* Alessandro Agostinelli, è dottorando in cinema presso l'Università di Pisa. Dirige il sito www.alleo.it, dedicato alle culture contemporanee.

NOTE

- 1 W.F. Wanger, «Donald Duck and Diplomacy», in *Public Opinion Quarterly*, autunno 1950.
- 2 J.C. Carrière, *Intervento*, Catalogo EuropaCinema, Ed. 1984.
- 3 «Il cinema nasce in pratica, simultaneamente, sulle due rive dell'Atlantico. I rispettivi meriti degli americani e degli europei sono diversi. I primi sono senza dubbio, i creatori del materiale cinematografico, ma sono gli europei a trasformare una innovazione tecnica in un divertimento popolare.» Cfr. P. Sorlin, *Caratteri del cinema europeo*, in *Storia del cinema mondiale. L'Europa 1. Miti, luoghi, divi - I* (a cura di G.P. Brunetta), Torino, Einaudi 1999.
- 4 G. Sadoul, *Manuale del cinema*, Torino, Einaudi 1960.
- 5 S. Gundle, *Il divismo nel cinema europeo 1945-60*, in *Storia del cinema mondiale. L'Europa 1. Miti, luoghi, divi - I* Op. cit.
- 6 Cfr. P. Sorlin, *Op. cit.*
- 7 W. Wenders, *Intervento*, Catalogo EuropaCinema, ed. 1985.
- 8 P. Sorlin, *Op. cit.*
- 9 D.W. Ellwood, *L'Europa ricostruita. Politica ed economia tra Stati Uniti ed Europa occidentale (1945-1955)*, Bologna 1994.
- 10 C. Lévi-Strauss, *Mito e significato*, Milano 1980.
- 11 P. Sorlin, *Op. cit.*
- 12 *Ibid.*
- 13 T. P. Elsaesser, «Heavy Traffic». *La Mitteleuropa va in America*, in *Storia del cinema mondiale. L'Europa 1. Miti, luoghi, divi - I* Op. cit.
- 14 S. M. Ejzenstejn, *Dickens, Griffith e noi*, in *La forma cinematografica*, Torino 1986.
- 15 B. Corsi, *Il mercato del cinema europeo dagli anni sessanta a oggi*, in *Storia del cinema mondiale. L'Europa 1. Miti, luoghi, divi - I* Op. cit.
- 16 P. Sorlin, *Caratteri del cinema europeo*, in *Storia del cinema mondiale. L'Europa 1. Miti, luoghi, divi - I* Op. cit.
- 17 B. Corsi, *Op. cit.*
- 18 R. Giacchetti, *Lo scrittore americano*, Milano 1987.
- 19 G. Duhamel, *Scènes de la vie future*, Paris 1930.
- 20 P. Sorlin, *Op. cit.*
- 21 J. Boorman, *Intervento*, Catalogo EuropaCinema, Edizione 1985.
- 22 R. Koszarski, *Il cinema degli anni venti*, in *Storia del cinema mondiale. Gli Stati Uniti - II** (a cura di G.P. Brunetta), Torino 2000.
- 23 D. Bordwell - K. Thompson, *Storia del cinema e dei film. Dalle origini al 1945*, Milano 1998.
- 24 «I dirigenti, che sono praticamente i delegati dell'alta finanza, stabiliscono con precisione quanto deve rendere ogni film [...]» Cfr. G. Sadoul, *Op. cit.* Un'altra sfacciata esibizione del concetto mercantile la dette Marcus Loew, il capo della MGM tra le due guerre, quando disse: «Noi vendiamo biglietti alla cassa, non film.» Cfr. D. Naylor, *American Picture Palaces*, New York 1981.
- 25 «La MPPDA promulga il Codice Hays il 31 marzo 1930. Il testo comprende due sezioni: *The Code*, articolazione pragmatica dell'autocensura, e *The Reasons*, introduzione etico-sociologica, scritta da Quigley e Lord.» Cfr. G. Muscio, *L'era di Will Hays. La censura nel cinema americano*, in *Storia del cinema mondiale. Gli Stati Uniti - II**, Op. cit.
- 26 G. Muscio, *Op. cit.*
- 27 A. Bazin, *Che cosa è il cinema?*, Milano 1973.
- 28 S. Cavell, *Alla ricerca della felicità*, Torino 1999.
- 29 L. Castellina, *Il cinema contro l'America*, in *I popoli di Seattle*, Limes 3-2001