

Enrico Biasin

*«Per un po' di tempo camminai come Yul Brynner».
I giovani uomini italiani del dopoguerra al cinema*

1. *Premessa*

Il presente intervento illustra gli aspetti metodologici essenziali di un progetto di ricerca incentrato sulle strutture di *rappresentazione* e *consumo* indotte dall'apparato cinematografico nei confronti della figura del giovane maschio italiano del dopoguerra e del 'miracolo' economico¹. L'obiettivo è di unire insieme l'analisi delle dinamiche di genere sessuale espresse dal cinema e lo studio delle forme di memoria spettatoriale, ponendo l'accento epistemologico sulla nozione di *mascolinità*. Quest'ultima categoria identitaria va intesa come configurazione storica e biologicamente sovra-determinata dei modi attraverso i quali gli uomini manifestano la propria iscrizione entro un sistema sociale, culturale ed economico, accettando implicitamente «di aprire degli spazi discorsivi sessuati» e così vanificando l'idea di una loro «invisibilità» e «intoccabilità linguistica»². La mascolinità non può essere considerata alla stregua di una struttura fisiologica permeante l'organismo umano; essa invece deve essere parimenti concepita come «una posizione nelle relazioni di genere, le pratiche tramite le quali gli uomini e le donne assumono quella posizione nei confronti del genere, e gli effetti di queste pratiche nelle esperienze del proprio corpo e della propria personalità»³. La mascolinità, quindi, si organizza mediante

¹ Il progetto è condotto dal sottoscritto come Marie Curie Research Fellow (proposal reference: Young-Italian – 656424) presso il Department of Italian della University of Bristol (anni accademici: 2016-2017, 2017-2018).

² S. BELLASSAI, *La mascolinità contemporanea*, Carocci, Roma 2004, p. 30, 32.

³ R.W. CONNELL, *Masculinities. Second Edition*, Polity, Cambridge 2005, p. 71. Per approfondire questa concezione 'relazionale' e storica della mascolinità, cfr. J. HEARN, *Men, Masculinity and Masculinities*, in *Gender: The Key Concepts*, a cura di M. Evans, C.H. Williams, Routledge, New York-London 2013, pp. 149-156; M. ROPER, J. TOSH,

un sistema sfaccettato di disposizioni e costellazioni, capaci di informare la cultura in cui si colloca di particolari forme di significato e di soluzioni egemoniche di potere.

In ottemperanza a tale impostazione di metodo, è logico seguire l'evoluzione e la trasformazione dei caratteri di genere attribuiti agli uomini del periodo temporale considerato, sottolineando due fenomeni storici di estrema importanza che si verificano in modo complementare nella società italiana dell'epoca. Da un lato, com'è noto, il nostro Paese, proprio a decorrere dagli anni della ricostruzione, va incontro a una radicale ristrutturazione dell'apparato industriale, che trova il proprio picco ascensionale nella prima metà degli anni Sessanta e che coinvolge i settori dell'intrattenimento popolare e della comunicazione⁴. Dall'altro, uno degli effetti più macroscopici di tale mutamento strutturale corrisponde all'emersione di un inedito soggetto sociale – quello proprio della sfera giovanile –, che progressivamente si (ri)produce quale luogo di aggregazione generazionale grazie alle nuove forme del consumo di massa indotte dal neocapitalismo (musica, moda, cinema e stampa popolare)⁵.

Quest'ultimo dato di realtà viene registrato in prima istanza dal medium della stampa periodica, il quale, soprattutto mano a mano che ci si appresta allo zenit della produzione e dell'acquisto di beni voluttuari, inquadra il fenomeno come specificatamente appartenente all'ambito di azione dell'universo giovanile. Il settimanale «Oggi», una delle testate di punta della pubblicistica italiana del dopoguerra, all'interno di un breve servizio dedicato alle recenti inclinazioni assunte da alcuni settori dell'industria dell'intrattenimento europea e statunitense, «sempre alla spasmodica ricerca di nuovi mercati», focalizza la propria attenzione sulle capacità proprie dei soggetti giovanili di orientare quest'ultimi a vantaggio non solo dei produttori ma altresì di chi, come loro, spende i propri guadagni per trasformare l'acquisto di beni materiali in pratiche di investimento simbolico per sé e per i propri pari. Anche il nostro Paese, secondo l'articolaista, non sfugge a questa

Introduction: Historians and the Politics of Masculinity, in *Manful Assertions: Masculinities in Britain since 1800*, a cura di Id., Routledge, London-New York 1991, pp. 1-24.

⁴ Cfr. P. GINSBORG, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi. Società e politica 1943-1968*, Einaudi, Torino 1989, pp. 283-343; G. NARDOZZI, *The Italian 'Economic Miracle'*, in «Rivista di storia economica», a. XIX, n. 2, agosto 2003, pp. 139-180; V. CASTRONOVO, *1960. Il miracolo economico*, in *Novecento italiano*, Laterza, Roma-Bari 2008, pp. 113-129.

⁵ Cfr. S. PICCONE STELLA, *La prima generazione. Ragazze e ragazzi nel miracolo economico italiano*, Franco Angeli, Milano 1993, pp. 13-19; P. SORCINELLI A. VARNI, *Premessa*, in *Il secolo dei giovani. Le nuove generazioni e la storia del Novecento*, a cura di Id., Donzelli, Roma 2004, pp. IX-XV.

prassi, presentando ormai capillarmente episodi di *agency* giovanile, dove il surplus economico consegnato al venditore di merci è immediatamente convertito in risorsa in grado di generare socializzazione, identificazione e reciproca condivisione di esperienze:

anche a Milano, a Roma, a Torino, a Genova, è difficile, il sabato pomeriggio, entrare in un negozio di dischi. I ragazzi lo invadono per sentire le ultime novità, per scovare il 'pezzo raro', per fare i loro acquisti con i risparmi di tutta la settimana. Anche chi non ha il radiogrammofono non sa resistere alla tentazione di comprare un disco: andrà poi a sentirselo da qualche amico⁶.

Tanto nelle pratiche effettivamente compiute, quanto nella loro trasfigurazione in chiave di rappresentazione sociale declinata dai media, il fattore biologico-generazionale si fonde con quello socio-culturale e con quello economico-industriale. La sintesi di tale mescolanza depone per la configurazione di un soggetto maschile nel contesto del dispositivo cinematografico degli anni Cinquanta e dei primi Sessanta. Nei successivi paragrafi ci si soffermerà su quattro campi di ricognizione analitica circostanziati dal progetto di studio. Una prima consacrazione della realtà del maschio italiano nel quadro delle novità impresse ai consumi di massa si determina nel discorso giornalistico dei periodici di ampia circolazione, dove è proprio l'uomo a occupare la scena performativa. Successivamente, la veduta si allarga fino a comprendere lo spazio inclusivo dello schermo cinematografico, sulla cui superficie si articolano tre distinti modelli di maschilità egemonica giovanile. Il terzo livello esplicativo propone un sintetico esame della stampa popolare del dopoguerra per rintracciare alcune isotopie discorsive tese a fissare le più frequenti figure empiriche del giovane spettatore italiano. Da ultimo, la funzione euristica delle tipologie interpretative emerse viene adoperata al fine di valutare i contenuti delle testimonianze del pubblico maschile di allora nel contesto dell'indagine etnografica prevista dal progetto di ricerca.

2. *Il discorso giornalistico*

Sander Gilman collega la nostra creazione di stereotipi all'esigenza di esercitare un controllo nei confronti dell'universo che ci circonda e nel

⁶ O. FENGHI, *I capricci dei minorenni sconvolgono l'industria*, in «Oggi», a. XV, n. 12, 19 marzo 1959, p. 42.

quale scorgiamo delle presenze che disturbano l'immagine mentale che di esso costantemente definiamo per abitarlo compiutamente: «Gli stereotipi – nota Gilman – si manifestano quando l'autointegrazione è minacciata. Essi sono dunque parte del nostro modo di rapportarsi con le instabilità della nostra percezione del mondo»⁷. Secondo la letteratura più accreditata, gli stereotipi costituiscono delle strutture cognitive che, muovendo da una base individuale, ratificano in forma difensiva e socialmente condivisa una limitata serie di convenzioni a proposito di come giudicare e rappresentare gruppi di persone che esibiscono sembianze e comportamenti difficili da sintetizzare⁸. Per un verso, quindi, lo stereotipo è uno strumento con il quale la realtà già sublimata dalla nostra percezione viene a essere semplificata; per l'altro, attraverso i suoi meccanismi di elaborazione concettuale, esso ci consente di stabilire una distanza culturale verso soggetti sociali per i quali tracciamo degli attributi in opposizione ai nostri modelli e stili di esistenza.

Questa doppia prerogativa strumentale di attuazione dello stereotipo è documentabile all'interno del discorso giornalistico di ampio consumo del dopoguerra quando affronta il tema della gioventù. Che qualcosa stesse mutando nei processi generazionali venne prontamente avvertito da una ricca schiera di commentatori di periodici illustrati. Le principali riviste dell'epoca – la cui proprietà editoriale è da attribuirsi alle più importanti case editrici sorte nel corso del Novecento (Mondadori, Rizzoli, Rusconi) e ad alcuni gruppi industriali (Olivetti) – esprimono generalmente una condotta di supporto culturale verso il nuovo clima politico e sociale inaugurato dopo le elezioni parlamentari del 1948, mantenendo un contegno critico e conformista nei riguardi di manifestazioni collettive e individuali non in linea con la tradizione cattolica e borghese a cui l'Italia si era adeguata immediatamente dopo l'unificazione del Paese⁹. Così, attraverso articoli informativi e servizi di cronaca nera, i cittadini italiani del dopoguerra iniziarono

⁷ S.L. GILMAN, *Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race and Madness*, Cornell University, New York 1985, p. 18.

⁸ Cfr. D. KATZ, K.W. BRALY, *Racial Stereotypes in One Hundred College Students*, in «Journal of Abnormal and Social Psychology», a. XXX, n. 2, luglio 1935, pp. 175-193; R.D. ASHMORE, F.K. DEL BOCA, *Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping*, in *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*, a cura di D.L. Hamilton, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale 1981, pp. 1-35.

⁹ Secondo David Forgacs: «A partire dai tardi anni Quaranta, la stampa [italiana] articolò un nuovo consenso conservatore, di viva simpatia nei confronti della politica estera americana e del Piano Marshall, ostile alla sinistra e al movimento dei lavoratori, e di silenzio verso il passato fascista». D. FORGACS, *Italian Culture in the Industrial Era. 1880-1980: Cultural Industries, Politics and the Public*, Manchester University, Manchester-New York 1990, p. 107. Per maggiori approfondimenti su questo punto, cfr. D. FORGACS,

progressivamente a familiarizzare con un nuovo soggetto pubblico, perlopiù di genere opposto a quello femminile, di un'età compresa fra i quindici e i venticinque anni, e principalmente, adoperando le parole dell'allora direttore di «Oggi», Edilio Rusconi, composto di individui «sfiduciati e inquieti, che oggi sono probabilmente più numerosi di un tempo perché molti di essi hanno vissuto esperienze che altre generazioni ignoravano»¹⁰.

Conformandosi, nel dare conto di fatti di attualità, a un preciso modello di giornalismo popolare improntato alla logica dell'immediatezza, questo genere di pubblicistica elabora delle soluzioni retorico-discorsive orientate alla formazione di universi di significato rispondenti all'esperienza dei propri lettori, creando delle storie plausibili, culturalmente verosimili e strutturate secondo dei pattern comunicativi costantemente ripetuti¹¹. I modelli stereotipici che nell'arco di poco più di due lustri emergono da simili contesti performativi di scrittura sono riconducibili alle seguenti strategie: 1. Traspare il tentativo di fornire alcune *definizioni* di giovani, intesi come inedito soggetto collettivo che si è palesato per la prima volta nella società del dopoguerra. 2. Viene data per ovvia la fondamentale divisione anatomica/biologica dei corpi umani, entro la quale sono fiorite due principali (se non esclusive) *configurazioni morfologiche* – quella 'maschile' e quella 'femminile'. 3. Viene ad essere sollecitata di significati culturali e sociali la *sola* determinazione organica maschile, generando, entro uno specifico arco temporale, la formazione di una particolare *tipologia di mascolinità*. 4. I rappresentanti di tale mascolinità recano tratti comportamentali sessualmente disfunzionali e sono socialmente violenti, tanto da agire collettivamente (in gruppi, *gang*, sottoculture) e trasversalmente alle classi sociali.

3. *La sfera pubblica cinematografica*

È noto come lo spettacolo cinematografico in Italia, dalla ricostruzione sino alla recessione economica, sia interessato da due fenomeni complementari. Da un lato, il primo dopoguerra vede ancora il cinema disporsi all'interno dell'industria culturale autoctona come comparto di forte importanza strategica nel connettere i gusti del pubblico nazionale

S. GUNDLE, *Mass Culture and Italian Society from Fascism to the Cold War*, Indiana University, Bloomington-Indianapolis 2007, pp. 97-112.

¹⁰ E. RUSCONI, *I giovani inquieti*, in «Oggi», a. VI, n. 51, 21 dicembre 1950, p. 4.

¹¹ Cfr. C. SPARKS, *Popular Journalism: Theories and Practice*, in *Journalism and Popular Culture*, a cura di P. Dahlgren, C. Sparks, Sage, London 1992, pp. 24-44.

verso il consumo di massa, nonostante i prodotti filmici più apprezzati siano quelli realizzati oltreoceano e la stessa fruizione cinematografica debba ora competere con altre forme di intrattenimento popolare¹². Dall'altro, il cinema – in particolare dopo che la televisione si è designata quale ulteriore dispositivo di spettacolo – si iscrive, seppure in una situazione ancora di privilegio, entro un quadro mediale assai complesso, che progressivamente conduce a un sistema integrato dei mezzi di comunicazione¹³. In questo scenario di riconfigurazione del divertimento generalizzato, gli apparati ideologici e industriali del cinema italiano si pongono quale obiettivo principale «la creazione di un pubblico cinematografico relativamente omogeneo, disposto a identificarsi in una serie di pellicole commercialmente validissime eppure non prive di decoro esteriore»¹⁴. Ne risulta la progettazione di prototipi industriali che, sulle ceneri della sperimentazione neorealistica, adoperano i generi narrativi della commedia e del melodramma per costituire trame e rappresentazioni i cui contenuti cercano di porsi al passo con gli sforzi di modernizzazione intrapresi dal Paese¹⁵.

Il tratteggio del giovane uomo italiano sul grande schermo appare del tutto consono al tentativo di collegare le immagini stereotipiche di mascolinità consolidate nell'immaginario di massa reificato della pubblicistica di largo consumo alle recenti trasformazioni avvenute in alcuni settori della società e della produzione culturale. Moralismo, opportunismo e spettacolo si intrecciano saldamente come fili di un'unica matassa, tesa fra l'impellenza di concepire dei protocolli educativi di recupero e di salvaguardia, e l'interesse a «trasformare la 'questione giovanile' in merce appetibile, vendibile su svariati mercati»¹⁶. Il nostro cinema nazionale coglie quindi l'occasione a portata di mano, articolando, cronologicamente,

¹² Cfr. L. QUAGLIETTI, *Storia economico-politica del cinema italiano. 1945-1980*, Riuniti, Roma 1980, pp. 74-94.

¹³ Cfr. F. CASETTI, M. FANCHI, *Le funzioni sociali del cinema e dei media: dati statistici, ricerche sull'audience e storie di consumo*, in *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia. 1930-1960*, a cura di M. Fanchi, E. Mosconi, Marsilio, Venezia 2002, pp. 135-171.

¹⁴ V. SPINAZZOLA, *Cinema e pubblico. Lo spettacolo filmico in Italia 1945-1965*, Bompiani, Milano 1974, p. 117.

¹⁵ Per maggiori approfondimenti su questi aspetti, cfr. P. BERTETTO, *La costruzione del cinema di regime: omogeneizzazione del pubblico e rimozione del negativo*, in *Il cinema italiano degli anni Cinquanta*, a cura di G. Tinazzi, Marsilio, Venezia 1979, pp. 132-147.

¹⁶ E. CAPUSSOTTI, *Gioventù perduta. Gli anni Cinquanta dei giovani e il cinema in Italia*, Giunti, Firenze 2004, p. 56.

almeno tre modelli di identità maschile nei quali il tema del conflitto generazionale viene declinato secondo una prospettiva di genere.

La prima di queste formazioni istituzionali prende corpo nell'arco temporale che va dal '43 agli anni della ricostruzione. In questi anni, il maschio italiano è trattato come un soggetto 'deviante', i cui stili di vita minacciano le abitudini sociali e condizionano il tradizionale modo di concepirne l'incarnazione storica e nazionale. Le figure che più rispondono a tale disposizione di genere possono essere ad esempio identificate nei personaggi di Gino (Massimo Girotti) in *Ossessione* (1943) di Luchino Visconti; di Ernesto (Amedeo Nazzari) in *Il bandito* (1946) di Alberto Lattuada; di Stefano (Jacques Sernas) in *Gioventù perduta* (1947) di Pietro Germi; di Walter (Vittorio Gassman) in *Riso amaro* (1949) di Giuseppe De Santis. L'abiezione generata nei loro riguardi è raggiunta ricorrendo a un duplice procedimento: le strategie di rappresentazione non solo ne sovradeterminano l'aspetto esteriore (la bellezza ostentata del corpo maschile insieme all'eleganza tracotante ed esclusiva fine a se stessa); ma parimenti ne costruiscono l'alterità giustapponendogli soggetti portatori di mascolinità ancora improntate agli ideali tipici della nazione e della virilità mediterranea (la famiglia come organismo di riproduzione di valori identitari; la religione cattolica quale referente morale primigenio; l'autorità indiscussa dell'ordine militare e poliziesco).

Con l'avvento di mutamenti stimolati dall'industrializzazione e dall'aumento generalizzato dei consumi, il giovane uomo nazionale è effigiato come un 'docile' soggetto, capace di assicurare la transizione dalla società rurale a quella moderna e urbana, e di fare scattare al medesimo tempo alcuni meccanismi di contestazione nei confronti della sfera dei comportamenti sessuali stabiliti dalla norma patriarcale¹⁷. A tale riguardo, per fare un unico esempio, sarebbe sufficiente soffermarsi sul personaggio messo in scena da Franco Fabrizi in *I vitelloni* (1953) di Federico Fellini, Fausto, per iniziare a considerarne le qualità di mediatore della cultura di massa in uno spazio sociale e geografico marginale – quello della profonda provincia italiana –; ma anche la funzione di 'disvelatore', sebbene inconsapevole, delle finzioni che per decenni hanno sorretto il collaudato impianto della rispettabilità borghese (matrimonio, devozione coniugale

¹⁷ Assai più cauto, invece, il giudizio di Giorgio De Vincenti riguardo a questi aspetti rispetto all'analisi di uno dei film paradigmatici del periodo. Cfr. G. DE VINCENTI, *Poveri ma belli: un modello di erotismo nella commedia degli anni Cinquanta*, in *Dietro lo schermo. Ragionamenti sui modi di produzione cinematografici in Italia*, a cura di V. Zaggarro, Marsilio, Venezia 1988, pp. 51-58.

e discrezione sessuale). Il ruolo assunto da altri giovani interpreti quali Maurizio Arena, Renato Salvatori, Marcello Mastroianni, Walter Chiari, fino a Vittorio Gassman, nel consolidare alcune caratteristiche costitutive esteriori di indubitabile impatto spettacolare – il vigore atletico dei loro corpi quale indice di salute fisica e di erotismo virile – aggiunge un altro tassello importante al modello di maschilità indotto dalla nuova fase della civiltà delle merci¹⁸.

All'interno del terzo tornante temporale preso esame dalla ricerca – che circoscrive gli anni di massima espansione industriale raggiunta dal Paese (1959-1963) –, il giovane maschio indigeno inizia a manifestare apertamente segnali 'instabilità' di genere. Dopo aver di fatto guadagnato la posizione di maschio egemone nell'arena delle dinamiche di genere, il giovane italiano pare avviarsi verso quella condizione di 'inettitudine' che Jacqueline Reich ha identificato nell'incapacità di tradurre in pratica quegli ideali di mascolinità disposti dalla cultura patriarcale nazionale (la magnificazione visibile della potenza sessuale e la santificazione della famiglia)¹⁹. Per compensare questa inerzia alienante, che porta a fenomeni di mancata prolificità e all'indisponibilità a stabilire delle relazioni sociali adeguate al proprio status biologico, la nuova versione del giovane uomo italiano propone atti di autocompiacimento e narcisismo conclamati, che possono avere delle serie ripercussioni sulla sua persona. In questo senso, ad esempio, la brutalità con cui viene trattato il personaggio di Anna dal giovane aristocratico Marcello in una drammatica sequenza di *Un amore a Roma* (1960) di Dino Risi è emblematica del malessere attraversato da una soggettività maschile che è costretta a servirsi dell'umiliazione fisica per riaffermare la propria autorità.

4. *Il pubblico maschile*

Come già evidenziato nei paragrafi introduttivi, il progetto di ricerca intende ampliare l'osservazione della figura del giovane uomo italiano del dopoguerra e del miracolo economico oltre gli schemi di rappresentazione forniti dalla stampa periodica e dai prototipi offerti dall'immaginario

¹⁸ Per maggiori approfondimenti su questi aspetti, cfr. M. WOOD, 'Pink Neorealism' and the Rehearsal of Gender Roles 1946-1955, in *The Trouble with Men: Masculinities in European and Hollywood Cinema*, a cura di P. Powrie, A. Davies, B. Babington, Wallflower, London-New York 2004, pp. 134-143.

¹⁹ Cfr. J. REICH, *Beyond the Latin Lover: Marcello Mastroianni, Masculinity, and Italian Cinema*, Indiana University, Bloomington-Indianapolis 2004, pp. 9-10.

cinematografico. In questo senso, lo studio prevede l'esame specifico delle relazioni che si instaurano fra *audience* cinematografica maschile e spettacolo proposto dal grande schermo. La plausibilità di questa ulteriore prospettiva epistemologica è da ricercarsi nella duplice articolazione del processo di «mascolinizzazione del pubblico del cinema»²⁰ e di contestuale «progressivo allontanamento del pubblico femminile» dalla sala cinematografica che si verifica proprio negli anni considerati²¹. L'effetto diretto di una simile circostanza – che ha comunque radici sociali e culturali, e che rappresenta il portato di scelte operate a livello di politiche statali – corrisponde alla formalizzazione di una spettatorialità maschile dominante, le cui caratteristiche *qualitative* possono essere indagate secondo un doppio registro analitico²².

Il primo versante investigativo, di carattere indiziario, richiede un percorso esplorativo nei coevi paratesti giornalistici di matrice popolare e di taglio editoriale sia divulgativo che maggiormente informativo e pedagogico. Lo scopo è di isolare alcune formule discorsive capaci di testimoniare modelli di spettatorialità maschile (dominante) che trovano la propria determinazione nella rete delle pratiche sociali del dispositivo linguistico. Gli «ordini di discorso» predisposti così da tali relazioni intertestuali facilitano la creazione di particolari rappresentazioni sociali e culturali nella interazione fra le persone – nel nostro caso, le diverse rappresentazioni del giovane spettatore italiano all'epoca dei consumi di massa rivolte a un pubblico di lettori diviso fra i due generi²³. I paratesti cinematografici del periodo – nella loro veste pragmatica e nella loro traduzione semiotica di prodotti editoriali di ampio consumo legati all'intrattenimento del grande schermo – qualificano il soggetto maschile come luogo effettivo

²⁰ M. FANCHI, *Audience caleidoscopiche. La trasformazione del pubblico e del consumo di cinema*, in «Cinema e storia», a. V, n. 1, 2016, p. 234.

²¹ M. FANCHI, Tra donne sole. *Cinema, Cultural Consumption, and the Female Condition in Post-war Italy*, in *Film-Kino-Zuschaer: Filmrezeption. Film-Cinema-Spectator: Film Reception*, a cura di I. Schenk, M. Tröhler, Y. Zimmermann, Schüren, Marburg 2010, p. 306.

²² Pierpaolo Luzzatto Fegiz, presentando i risultati di un sondaggio DOXA sui comportamenti e abitudini della popolazione italiana nel decennio 1955-1965, rileva che, rispetto agli anni immediatamente precedenti il 1958, il numero di spettatori cinematografici che frequenta le sale di visione si è fortemente ridotto, e che «Le maggiori defezioni fra tutti gli spettatori sembrano dovute proprio al pubblico femminile», soprattutto nella sua componente di «donne più giovani». P. LUZZATTO FEGIZ, *Il volto sconosciuto dell'Italia. Seconda serie 1956-1965*, Giuffrè, Milano 1966, pp. 241, 243.

²³ Per maggiori approfondimenti sulla nozione di «ordine di discorso», cfr. N. FAIRCLOUGH, *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, Routledge, London-New York 2003.

di attrazione di una serie di sguardi e di discorsi. Più specificatamente, la costruzione, nella rete paratestuale di cui ci stiamo occupando, di un punto di vista spettatoriale maschile avviene per via *implicita* e secondo un procedimento che si affida ai discorsi che proliferano a proposito di pratiche, processi e modelli di consumo cinematografico e paracinematografico espressamente incentrati sul soggetto femminile.

In via del tutto schematica, sono almeno quattro le occasioni in cui la formazione di una mascolinità spettatoriale si palesa nella circolarità dei discorsi paratestuali che riguardano la soggettività femminile e le logiche di fruizione del prodotto audiovisivo sancite dall'istituzione cinematografica. In esse, l'elemento maschile si qualifica quale *manifestazione* di una posizione nei confronti di pratiche di consumo essenzialmente femminili.

1. La prima occasione d'interesse è quella rappresentata dalla *fan mail culture*, che trova spazio di articolarsi entro rubriche e appuntamenti fissi con i lettori di vari prodotti editoriali. Sappiamo da Henry Jenkins che una delle caratteristiche fondamentali del *media fandom* è quella di estrinsecarsi come un fenomeno strettamente femminile, e quindi di incarnare uno dei principali veicoli attraverso il quale si esprime la sottocultura di uno specifico consumo mediale²⁴. Non è per niente raro però trovarsi di fronte a manifestazioni di una cultura fandom cinematografica declinata al maschile. Giovannissimi appassionati, collezionisti di immagini dei loro beniamini del grande schermo, nonché estimatori di particolari produzioni cinematografiche si distinguono quali componenti performative di un pubblico di uomini speculari a quello composto di donne.
2. La seconda occasione in cui traspare la modellizzazione di una spiccata spettatorialità maschile si ritrova nella predisposizione assunta dai lettori di riviste e rotocalchi cinematografici a volersi candidare quali esperti o critici di cinema. Anche in questo caso, la funzione della presenza del soggetto femminile nella dinamica dei procedimenti discorsivi appare essenziale. Uno dei terreni ideali dove rintracciare simili processi di costituzione identitaria è rappresentato dalla rivista «Cinema nuovo».
3. La terza area di trasparenza discorsiva è quella che fa riferimento a una individualità maschile che si raffronta, in modo conflittuale ma allo stesso tempo vincente, con la nuova pedagogia consumistica

²⁴ Cfr. H. JENKINS, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, London-New York 1992.

dell'Italia del benessere economico. Nonostante sia sempre latente la deriva di una femminilizzazione identitaria, molti uomini vi vedono «la possibilità di preservare se stessi in un contesto che si valuta irrimediabilmente destinato al cambiamento» e «in cui la presa di distanza dalla mascolinità tradizionale è chiaramente apprezzata»²⁵. La revisione della propria soggettività virile coincide con l'inclinazione positiva verso i beni voluttuari, l'edonismo e l'individualismo, l'aspirazione al successo, oltre una certa cura di sé. La tendenza è quella di servirsi del cinema e di altri prodotti culturali a quest'ultimo associati al fine di promuovere un'inedita modalità di essere e sentirsi uomini, suffragata, peraltro, da un notevole portato di narcisismo.

4. L'ultima categoria è quella del maschio *predatore*. Questa forma di attualizzazione di identità si lega a doppio filo con un insieme di continuità discorsive che intervengono sistematicamente nel corso degli anni Cinquanta e dei primi anni Sessanta, e che individuano nel cinema – inteso sia come apparato industriale che come luogo di articolazione di una sfera pubblica – un elemento di problematicità sociale. Così, se un articolo pubblicato dal periodico di sinistra «Noi donne» sentenzia che «il mondo del cinema, in Italia, è ancora un mondo corrotto»²⁶, i luoghi di fruizione dei film sono per eccellenza – stando a un'inchiesta condotta nel 1960 dallo scrittore Giorgio Scerbanenco – condizionati dalla presenza di spettatori maschi, perlopiù giovani, che non disdegnano di importunare le spettatrici ivi presenti²⁷.

Il secondo versante investigativo lungo il quale rintracciare ulteriori aspetti qualitativi della spettatorialità maschile dominante di cui sono appena state illustrate alcune particolarità indiziarie si concretizza nella realizzazione di un sondaggio etnografico. Il progetto di ricerca prevede infatti l'esecuzione di interviste rivolte a soggetti maschili cercando di sondarne l'esperienza di spettatori cinematografici attuata nel periodo storico considerato. L'indagine etnografica contempla inoltre la somministrazione di un questionario scritto e l'analisi di materiali documentali quali diari,

²⁵ S. BELLASSAI, *Mascolinità, mutamento, merce. Crisi dell'identità maschile nell'Italia del boom*, in *Genere, generazione e consumi. L'Italia degli anni Sessanta*, a cura di P. Capuzzo, Carocci, Roma 2013, p. 107.

²⁶ ANTONIETTA, *Il cinema e le ragazze*, «Noi donne», a. VIII, n. 9, 1 marzo 1953, p. 3.

²⁷ Cfr. G. SCERBANENCO, *Gli uomini molestano le donne*, in «Annabella» a. XXVIII, n. 31, 31 luglio 1960, pp. 9-13.

memorie e lettere personali all'interno dei quali rintracciare modelli di fruizione del prodotto filmico. L'intero apparato di sollecitazione diretta nei riguardi del pubblico maschile si struttura lungo due fondamentali direttrici. La prima, che esplora le motivazioni e le scelte personali sottese all'atto di recarsi presso una sala cinematografica, si concentra sulla dimensione sociale della fruizione, inscrivendo la posizione di genere entro il tracciato spaziale che dai luoghi esterni alla sala si congiunge all'ambiente specifico di visione. La seconda, orientata verso l'analisi del dispositivo cinematografico costruito dall'istituzione, riflette sulla componente 'schermica' del consumo, vagliando i modelli di identificazione nei confronti dei divi e degli attori della finzione filmica, e legando tali processi agli schemi di costituzione di una soggettività maschile.