

Teresa BIONDI
(Università degli Studi di Torino)

**Romanità, identità nazionale
e americanismi nel cinema italiano
degli anni Cinquanta. *Made in Italy*,
intercomprensione linguistico-culturale
e cineturismo a partire dalla
*Hollywood sul Tevere***

Abstract: (Romanity and Americanism in Italian cinema in the 1950s: linguistic intercomprehension and *Made in Italy* starting from *Hollywood on the Tiber*) As the films of post-war Italian cinema and those of *Hollywood on the Tiber* show, the links of cultural interdependence between film and international perception of Italianness were fundamental in the media and intermediary dissemination of national culture, as well as the basis of a socio-economic process leading to mass tourism to Italy, and to the development of *Made in Italy*. Specifically, the *Made in Italy* promoted and incentivised by the films themselves was used/represented in the works, and also narrated, not only as a complex set of commercial practices, but also as a cultural and behavioural one, since it was linked to the mutation of the national identity and to the ongoing economic recovery. At the same time, the reciprocal cultural interdependence between cinema and Italian identity was self-sustaining in the imagery of Romanity at the centre of most films of the 1950s, which recounted and represented cultural aspects of the *Eternal City* also in a transhistorical perspective, and as a paradigm of a more complex matrix of identity, on the one hand identifying Italianness, and on the other hand already open to Americanism and the psycho-socio-anthropological transformations underway, hybrid aspects of a new national identity which, at the advent of the economic boom, would present itself in a new modernist guise. This rich patrimony of material and immaterial culture today constitutes a precious documentary source for studies and for the recovery of the national identity and linguistic (and interlinguistic) memory, to be analysed precisely in its transformations and hybridisations that took place from the post-war period, when mass culture spread, based on the processes of human, cultural and linguistic intercomprehension, induced by the new forms of filmic narrative of modernity.

Keywords: *Rome, romanity, Made in Italy, Hollywood on the Tiber, Italian cinema.*

Riassunto: Come dimostrano le opere del cinema italiano del dopoguerra e quelle della *Hollywood sul Tevere*, i legami di interdipendenza culturale tra film e percezione internazionale dell'italianità sono stati fondanti nella divulgazione mediale e intermediale della cultura nazionale, nonché alla base di un processo socio-economico che condurrà al turismo di massa verso l'Italia, e allo sviluppo del *Made in Italy*. Nello specifico del *Made in Italy* promosso e incentivato proprio dai film, nelle opere era usato/rappresentato, e anche raccontato, non solo come insieme complesso di pratiche commerciali, ma anche culturali e comportamentali poiché legato alla mutazione dell'identità nazionale e alla ripresa economica in corso. Al tempo stesso, la reciproca interdipendenza culturale tra cinema e identità italiana si è auto-alimentata nell'immaginario della romanità posta al centro della maggior parte dei film degli anni Cinquanta, i quali hanno raccontato e rappresentato aspetti culturali della 'città eterna' anche in prospettiva transtorica, e quale paradigma di una più complessa matrice identitaria da un lato identificativa dell'italianità, e da un altro lato già aperta agli americanismi e alle trasformazioni psico-socio-anthropologiche in corso, aspetti ibridi di una nuova identità nazionale che all'avvento del boom economico si presenterà sotto una nuova veste di tipo modernista. Questo ricco patrimonio di cultura materiale e immateriale, oggi costituisce una fonte documentale preziosa per gli studi e per il recupero della memoria identitaria e linguistica (e

interlinguistica) nazionale, da analizzare proprio nelle sue trasformazioni e ibridazioni che avvennero a partire dal dopoguerra, quando si diffuse la cultura di massa, basata sui processi di intercomprensione, umana, culturale e linguistica, indotti dalle nuove forme del racconto filmico della modernità.

Parole-chiave: *Roma, romanità, Made in Italy, Hollywood sul Tevere, cinema italiano.*

Introduzione.

Il cinema italiano del dopoguerra o la *lingua moderna del reale*

Il presente saggio intende spiegare, attraverso il cinema e i film, come la città di Roma e la romanità sono entrate a far parte dell'immaginario globale, intese rispettivamente come *luogo reale* (cultura materiale o testimonianza concreta della civiltà romana) e *luogo virtuale* (cultura immateriale o testimonianza simbolica di lingue e costumi) di un nuovo *paradigma antropologico e socio-linguistico* di tipo trasformativo e modernista, generato, a seguito della Seconda guerra mondiale, da più fattori, tra i quali, principalmente: il Piano Marshall, la modernità dell'industria filmica nazionale e di quella internazionale (*Hollywood sul Tevere*) e il conseguente avvento del turismo di massa direttamente legato alla promozione dell'Italia, e specialmente della città di Roma, nel cinema (cineturismo). Questo legame profondo tra la città di Roma e l'immaginario globale, che si riverbera nella percezione dell'italianità stessa (Patota e Rossi, 2017), da questo momento contraddistinguerà l'immagine dell'Italia, auto-alimentandosi ulteriormente nelle forme e nei modi del *Made in Italy* riprodotti nei film (Paulicelli 2014, 2016), e per tali motivi promozionali, diretti e indiretti, responsabili della nascita di icone dei marchi commerciali che ancora oggi sono considerati emblematici di italianità (D'Achille e Patota, 2016): si pensi al marchio Vespa nel film *Roman Holiday* di William Wyler (1953), o anche alle camicette Capucci che Audrey Hepburn indossa nel film e che rese un *must have* dei tempi; nonché si pensi alla moda in generale quale principale forma di *Made in Italy* riconosciuta in tutto il mondo come simulacro di italianità e usata nei film come tratto distintivo della creatività e delle competenze manifatturiere e artigianali italiane.

I film nazionali degli anni Cinquanta ambientati a Roma, infatti, raccontano, e al tempo stesso documentano, aspetti culturali e concreti oggi non più integri così come si presentavano ai tempi, tanto della 'città eterna' (luoghi storici e della tradizione cattolica) quanto dei romani stessi, e per quest'ultimi specialmente nei comportamenti e nell'uso del dialetto (romanesco e folklore locale) che contraddistinguono la *romanità*. Riprendendo le teorie sul cinema di Pier Paolo Pasolini (1972) si può affermare che si tratta della capacità dei film di divenire "lingua del reale" con tutti gli aspetti consustanziali alla sua ontologia, caratterizzata da una moltitudine di aspetti *culturali e psico-socio-antropologici* intrinseci e che la riproduzione/rappresentazione del vero (del reale) si trascina dietro (Biondi 2005; 2007; Sobrero 2015). Questa pratica

era già sfruttata con piena coscienza espressiva a partire dal *neorealismo*, dal quale si genera la prassi di raccontare ciò che Luchino Visconti (1943) chiamava le 'verità umane' in termini di valore antropomorfo del cinema, ovvero la capacità del linguaggio filmico e del corpo dell'attore di riprodurre l'autenticità degli uomini-personaggi o le capacità umane di ogni uomo o donna rappresenti sullo schermo, in qualsiasi forma filmica (Biondi, 2016). E se il valore antropomorfo così come descritto da Visconti risiede nell'autenticità umana data ai personaggi dall'attore e dai modi della drammaturgia filmica, il cinema italiano, per le sue doti veriste perseguite dal *neorealismo* in poi, è divenuto 'specchio di italianità' nelle sue disparate forme o multi-forme culturali che contraddistinguono i regionalismi (Parigi 2014; Carluccio et. al. 2017; Pitassio 2019), Pasolini, in ragione degli elementi materiali e immateriali che caratterizzano questo tipo di drammaturgia verista e umanista, al tempo stesso anche insieme simbolico della complessa semantica alla base del linguaggio cinematografico – e riversata nei film tramite la scenografie, costumi, suoni, musiche, voci, lingue, comportamenti, ecc.) –, parlerà di una *lingua del cinema* (e di ogni singolo film) autonoma dalle altre, o meglio come comunicazione autonoma dalle lingue parlate e da quelle scritte, espressione poetica complessa di una realtà riprodotta e raccontata da un autore che in tal modo si esprime tramite *immagini del reale*, usandone l'ontologica forza espressiva consustanziale alla sua materia e comprensibile da tutti poiché insita nelle azioni, nei paesaggi, negli oggetti, nei corpi, nelle voci, ecc. In questa prospettiva, inoltre, la lingua del cinema è anche una lingua internazionale, poiché, essenzialmente, visione di immagini, complesse e multi-discorsive a più livelli semantici e linguistici in cui il ruolo della lingua parlata costituisce un ulteriore valore aggiunto che si somma al livello della riproduzione visuale (Raffaelli 1992; Ruffin e D'Agostino 1997; A. Rossi 2003; F. Rossi 2007), e che, nello spirito antropologico del rispetto del reale, deve essere esclusivamente correlato al dialetto del personaggio, alla sua cultura e al tempo storico, e parlare l'italiano corretto solo nel caso in cui sia la prima lingua di formazione, dunque istintiva e autentica; questa lingua istintiva, la lingua appresa sin da piccoli nel contesto di vita, capacità innata in ognuno e potenziata e sviluppata durante la crescita come carattere espressivo fondante della singola personalità e cultura (anche cultura linguistica), secondo Pasolini è la lingua che a livello intradiegetico ogni film dovrebbe far parlare ai personaggi costruiti correttamente.

Seguendo questa prospettiva negli anni Cinquanta nasceranno narrazioni di tipo commedico che partono dal basso della società per raccontare fatti di vita vera e situazioni realistiche tipiche della società italiana del tempo, una pratica narrativa nasce dal *neorealismo* e che sarà seguita da tutto il cinema del dopoguerra per arrivare ai nostri giorni. Bisogna però precisare che l'incrocio tra cinema del reale e commedia agli inizi degli anni Sessanta muterà i toni leggeri e comici in un versioni più ciniche e grottesche, dando vita alla cosiddetta *commedia all'italiana*, una critica amara della società industriale italiana ai tempi del boom economico e degli italiani corrotti dal consumismo (d'Amico 1985).

Gli autori del dopoguerra, infatti, avevano imparato a guardare al paese con gli occhi dell'antropologo, incentrando le trame sul contesto storico e sociologico alla base della radicale 'trasformazione antropologica del paese' come l'ha definita ai tempi Pasolini nei cosiddetti *Scritti corsari*¹, e come cerca di mostrare nei suoi primi film *Accattone* 1961 e *Mamma Roma* 1962: si queste due opere raccontano drammi umani vissuti nelle borgate della capitale, quando tutti, anche gli ultimi della società (delinquenti e prostitute) vorrebbero approdare alla classe media e vivere 'l'idillio del boom economico' e del capitalismo promosso dai media, ma la loro esistenza, realisticamente, rimane difficile e dolorosa, impossibile da risollevare a passo con il 'troppo veloce cambiamento', anche nonostante gli sforzi e i sentimenti propositivi dei protagonisti.

Ma il dopoguerra è contraddistinto anche da un forte spirito di rinascita e di desiderio di spensieratezza, e, nonostante l'avvento del realismo filmico segni per sempre l'identità verista e umanista del cinema italiano, tramutandolo in una sorta di manifesto antropomorfo (in termini viscontiani) del paese e degli italiani stessi, dei quali si racconta la vita e l'esistenza in maniera molto realistica e con toni anche denigratori, scanzonati e spesso senza lieto fine nel rispetto dell'autentica verità umana, in opposizione a tutto ciò, il cinema italiano si apre a un altro tipo di opere, rivolte allo svago e all'allontanamento dal verismo umano/filmico. A fare questa differenza saranno i film della cosiddetta *Hollywood sul Tevere* (Della Casa e Viganò 2010), opere di tutt'altro genere che oltre a divertire e far sognare nuovamente gli italiani, hanno avuto anche un ruolo determinante nella diffusione e nella promozione della cultura italiana a livello internazionale, e più nello specifico della capitale quale luogo catalizzatore dell'identità nazionale in ogni suo aspetto, a partire da quello storicomitologico che ha contraddistinto la maggior parte di questi film.

Il cinema hollywoodiano girato in Italia assume uno spirito di pura spettacolarizzazione dei luoghi veri e di quelli ricostruiti in teatro di posa (Cinecittà), e da una lato racconta favole della modernità, come nel già citato *Roman Holiday* di William Wyler (1953); mentre da un altro lato recupera la 'grande storia' collegata alla città di Roma come *Quo Vadis?* di Mervin LeRoy (1951) e le grandi imprese storiche che hanno contraddistinto personaggi come *Cleopatra*, usando un doppiaggio attento alla lingua italiana e promuovendo una 'simbolica dell'italianità' connessa ai paesaggi, ai costumi, alle scenografie e alle pratiche stesse del cinema girato a Cinecittà oltre che nei luoghi dal vero: proprio l'Italia, con il suo clima mite, consente di girare all'aperto per lunghi periodi dell'anno, con la luce naturale a favore; inoltre, a pochi chilometri dalla capitale e dagli studi di Cinecittà, si possono raggiungere diverse tipologie di location quali spiagge, colline, montagne, campagne, fiumi, laghi e centri cittadini minori, potenziali drammaturgici ed estetici che rendono realizzabili storie con una moltitudine di ambientazioni, spesso intercalate tra teatri di posa e location dal vero.

¹ *Scritti Corsari*, raccolta di articoli pubblicati per quotidiani nazionali e riviste tra il 1973 e il 1975, pubblicati postumi per la prima volta nel 1975 da Garzanti; Pasolini stesso, prima della tragica scomparsa, ne aveva licenziato le bozze all'editore.

Cosicché possiamo dire che sia nei film italiani del tempo, sia quelli della *Hollywood sul Tevere*, Roma e la romanità rappresentate nelle opere definiranno i modi in cui esse stesse saranno percepite dagli spettatori di tutto il mondo, influenzando sostanzialmente la percezione e la conoscenza dell'italianità in una nuova prospettiva narrativa e rappresentazionale. In particolar modo sono stati resi oggetti della drammaturgia filmica:

- la *città*, o il luogo reale quale insieme complesso di svariati aspetti e oggetti della cultura materiale (architettura, opere d'arte, cibi, moda, mezzi di trasporto, negozi, ristoranti, musei, quartieri, ecc.), a sua volta testimonianza concreta della civiltà romana nei suoi molteplici aspetti storici e artistico-culturali; proprio il *neorealismo* aveva avviato la pratica delle riprese nei luoghi reali come uno dei principali tratti distintivi del cinema italiano e dell'estetica del reale, che a partire da questo momento presenterà il paese come un insieme di paesaggi culturali complessi e variegati a livello di regionalismi, un potenziale narrativo multi-semantic;

- la *romanità*, luogo virtuale o della cultura immateriale locale, altrettanto complessa e variegata, e principalmente testimonianza simbolica di lingue e costumi sociali e culturali, parti integranti di un paradigma antropologico e socio-linguistico ai tempi in fase di profonde trasformazioni indotte dalle mutazioni storiche date dalla ricostruzione del paese a seguito della guerra e dall'avvento della civiltà industriale e del boom economico.

Il cinema italiano del periodo e degli anni a venire andrà sempre più approfondendo la riproduzione del vero, dell'italianità e dei multifaccettati tratti culturali, linguistici e socio-antropologici tipici dei regionalismi, aspetti che hanno contraddistinto specialmente la cosiddetta *commedia all'italiana*, la forma narrativa che ha concentrato maggiore attenzione sui tratti variegati dell'identità nazionale (regionalismi) in perenne mutamento per sua ontologia (Bollati, 1996; Patriarca 2010), e che oggi, per naturale sviluppo, non appaiono più "integri" così come si presentavano ai tempi, ovvero prima dell'avvento della cultura di massa (pop) e della globalizzazione imperante che hanno accelerato i processi fisiologici di trasformazione identitaria, che, come da sempre in ogni cultura, contraddistinguono la sua plasmabilità e l'adattabilità ai cambiamenti storici, economici e sociali.

Contesto storico: dal ruolo fondativo del fascismo nello sviluppo delle arti filmiche in Italia al *neorealismo*

Come detto finora, a partire dal dopoguerra Roma è al centro dell'immaginario di una nuova modernità italiana che condurrà al boom economico, e al tempo stesso anche del moderno immaginario mediale, quest'ultimo in altrettanta fase di cambiamento radicale dovuto alla modernità del cinema, profusa sin dal 1943 con le pratiche espressive e narrative del *neorealismo*, e a partire dai primi anni Cinquanta espressa nella riproduzione realistica delle trasformazioni socio-economiche, politiche e culturali che condurranno – grazie al Piano Marshall – al boom economico, l'immagine simulacrale più consona della modernità industriale tutti gli anni Sessanta.

Cosicché, come ha spiegato Pasolini sempre in merito alla 'trasformazione antropologica' in corso, l'immaginario filmico della modernità dei tempi riproduce forme e modi dei cambiamenti indotti all'identità nazionale dai processi di trasformazione sociale, economica e politica alla base prima della ricostruzione e poi dell'industrializzazione (selvaggia) del paese. Inoltre, anche a livello di storia della produzione cinematografica nazionale, di seguito agli investimenti e agli sviluppi nel settore ereditati dal regime fascista – che aveva centralizzato il mercato nazionale a Roma, costruito Cinecittà e il Centro Sperimentale di Cinematografia, fondato l'Istituto Luce e il Ministero della Cultura Popolare, nonché i primi studi di doppiaggio –, le attività si concentrano in misura sempre maggiore proprio nella capitale, attirando anche gli investimenti di Hollywood e di altre nazioni con le quali stringere i primi contratti di coproduzione che, da questo momento, diverranno una pratica cinematografica sempre più diffusa.

Lo sviluppo dell'industria filmica nel regime fascista faceva parte degli strumenti di divulgazione politica e di propaganda dei programmi di sviluppo, come quello di 'italianizzazione' che prevedeva l'unità linguistica e culturale a partire da l'oscuramento dei dialetti, del folklore e della tradizione, tratti identitari soppiantati dall'introduzione forzata di una nuova matrice culturale futurista e avanguardista a servizio dell'immagine del 'potere' o meglio del regime. In questo contesto Mussolini, con piena coscienza circa il valore politico, sociale e culturale del cinema, avvezzo anche ai successi del cinema di propaganda tedesco, ne usa a suo vantaggio la capacità di *imprinting* e di condizionamento culturale tipica del mezzo, adottando e rendendo celebre la frase di Lenin: “Il cinema è l'arma più forte dello Stato”.

I film del periodo, ai fini del totalitarismo, sono tutti all'insegna dell'italianità prefabbricata nei modi voluti dal regime, ovvero abbattendo ogni forma linguistica estera ma anche regionalistica, come spiegato nel documentario *Me ne frego!* di Gianni Gandolfo (2014), nato da un'idea della linguista Valeria Della Valle. Il film, incentrato sulla storia della lingua italiana durante il fascismo, racconta i modi di ideazione, applicazione e sviluppo del *Programma di italianità e romanità* ideato da Mussolini, spiegando in modo esemplare il tentativo del Programma di rendere la lingua italiana un idioma moderno, epurato dalle forme dialettali e da ogni influenza straniera, con ricadute non solo nel parlato ma anche nell'arte, nella moda e nella letteratura, e, inoltre, in ogni forma di comunicazione mediale, tra le quali anche la lingua usata nel cinema, considerata un mezzo fondamentale per l'educazione a una nuova comunicazione linguistica unitaria e nazionalistica.

Il cinema, dunque, aveva già avuto un ruolo importante nel *Programma di italianità e romanità* del regime, come dimostrano sia le regole sul doppiaggio, rivolte al rispetto assoluto della grammatica italiana e all'adattamento di ogni possibile influenza linguistica o *stranierismo*, sia la scelta di una voce ufficiale che rappresentava il potere e la dittatura con modi prosodici preordinati, perentori e ben scanditi, simbolici della forma politica dittatoriale. Il documentario *L'ultima voce. Guido Notari* di Enrico Menduni (2015), racconta il ruolo storico di Guido Notari in questo processo di radicale

trasformazione della lingua nazionale, veicolato e diffuso tramite la sua voce. Notari, speaker dei Cinegiornali Luce e della propaganda fascista, è stato 'la voce del potere dittatoriale' attraverso i media del tempo, l'immagine sonora del Duce o 'del padrone' come si evince dalle inflessioni rigide, dalle vibrazioni altisonanti e inquisitorie che profondavano, proprio grazie alla prosodia, lo stato di potere in atto. Di fatto la cadenza dei discorsi era contraddistinta da ritmi meccanici rivolti a imprimere nell'immaginario collettivo un senso di indiscutibilità del potere e, a sua rappresentanza, di imprescindibile mascolinità.

Nello stesso modo anche il cinema di finzione era costruito in modo propagandistico (Zagarrio 2004), atto a mostrare mondi sociali principalmente borghesi, molto ligi alle regole sociali del regime e senza alcuna nota idealistica da parte dei personaggi, che apparivano in scena come marionette standardizzate, per rappresentare il modello di italianità fascista che Mussolini intendeva costruire a sua immagine-politica. I racconti venivano edulcorati da ogni problematica tipica della vita reale, e la lingua doveva seguire, in modo manualistico, le regole della grammatica italiana senza alcuna interpretazione soggettiva o inclinazioni personale nel parlato da parte dei protagonisti, e, specialmente, anche in tal caso vietando l'uso dei dialetti e la stessa inflessione dialettale. Ad esempio ne *La casa del peccato* (1938) di Max Neufeld interpretato dalla diva del fascismo Assia Noris, l'immaginario ricco e borghese era costruito fittiziamente per promuovere l'immagine dell'italianità rampante che il fascismo voleva ostentare, anche se totalmente irrealistica poiché specchio di un benessere falso, inesistente nei modi umanamente piatti e senza alcuna prospettiva culturale rappresentato nel film. In tutti queste commedie – dette 'dei telefoni bianchi' per la presenza di questo oggetto di lusso che simbolizza il benessere ostentato nei film –, si evince in generale un appiattimento delle storie e la banalizzazione dei personaggi, svuotati di ideali e in balia di situazioni leggere, dai toni ingenui e immaturi che ostentano un italiano perfetto ma a sua volta svuotato di umanità e di elementi soggettivi, emozionali e finanche culturali. In queste storie, commedie dell'equivoco, spesso è messo in crisi il sentimento di un coniuge, e di rimando il matrimonio per mostrare l'ombra oscura del divorzio, allora illegale in Italia, e per condannare al tempo stesso ogni forma di sentimento libero che andava a intaccare l'inviolabile e sacro istituto matrimoniale. Il lieto fine, obbligatorio e riparatorio della crisi coniugale, che in tal modo era condannata a priori, doveva garantire la salvezza di ogni ideale fascista e cattolico.

Il *neorealismo* irrompe contro il cinema di regime con l'uscita di *Ossessione* di Luchino Visconti (1943), il film che fonda (involontariamente) la pratica del cinema neorealista tramite l'inserimento della 'verità umana' inserita nel racconto filmico, il principale interesse di Visconti in ogni suo racconto. La trama è incentrata su un uxoricidio compiuto da una coppia di amanti che intende vivere il proprio amore liberandosi definitivamente del marito di lei: è un film di svolta nella storia del cinema mondiale, e nonostante la censura fascista non consentiva questo tipo di rappresentazioni umaniste e veriste, l'opera viene girata lo stesso, tra problemi di vario

tipo tra i quali la censura stessa, sia durante le ripresa sia alla sua uscita. Si riporta di seguito un breve articolo di Guido Aristarco, che nonostante la repressione censoria aveva compreso il valore innovativo e antifascista del film e ne promuoveva i tentativi di divulgazione:

"Osessione di Luchino Visconti è stato, per la seconda volta, fermato dalla censura. "Con lodevole provvedimento — riferisce un foglio cattolico: L'Avvenire d'Italia — l'autorità competente ha deciso il ritiro del film dagli schermi bolognesi". E la decisione verrebbe a "avvalorare e, nello stesso tempo, a suffragare i voti e i rilievi espressi" — da quel cattolico foglio — "contro una tale produzione cinematografica, in piena coincidenza, del resto, con quanto era sentito e proclamato dalla critica più avveduta e dalla coscienza degli spettatori consapevoli". (...) Leggo su Roma Fascista del 17 giugno, che il Cineguf dell'Urbe ha proiettato, con discussione finale, il film di Visconti. L'iniziativa — per un'attenta revisione dei valori di Osessione — è ottima. E pertanto proporrei che altri Cineguf (e, in particolar modo, quelli attivi: Milano, Venezia, Treviso, Parma) questa iniziativa riprendessero" (Corriere Padano, 27 giugno 1943).

I tratti espressivi di questo film, che per svelare le 'verità umane' non prevede il lieto fine obbligatorio (la donna, incinta, muore in un incidente e l'amante è catturato da polizia che ha scoperto il loro assassinio) si basano su una ricostruzione realistica dei fatti senza edulcorare o affabulare la storia, da questo momento caratterizzeranno tutto il cinema della modernità, nazionale e internazionale, basando i discorsi, sempre più votati a raccontare la vita vera nelle sue grame difficoltà (personali e sociali), sulla capacità del reale stesso di divenire forma naturale di *intercomprensione* tra gli uomini, al di là della lingua parlata e scritta come ha spiegato Pasolini (op. cit.).

I film del *neorealismo* italiano generato dal rivoluzionario *Osessione*, e tutti quelli prodotti dal dopoguerra in poi, sull'onda neorealistica metteranno al centro delle opere la realtà e consustanzialmente parleranno i dialetti (Raffaelli 1983; De Rossi 2010); inizialmente proprio il romanesco ha una prima grande divulgazione internazionale a partire dal successo di *Roma città aperta* di Roberto Rossellini (1945) e *Ladri di biciclette* di Vittorio De Sica (1946), due opere tuttora considerate le più distintive sia del *neorealismo* sia dell'avvento della modernità cinematografica con la sua ontologica 'lingua del reale', capace di indurre *intercomprensione* (umana) che il cinema precedente non era stato in grado di infondere per mancanza di capacità psico-socio-antropologiche e linguistiche autentiche. Mentre l'opera che farà del romanesco e della romanità un manifesto di autentica italianità sarà *Bellissima* (1951) di Visconti, il film che chiude la stagione neorealista per cedere il passo alla sua evoluzione in forme commediche, o di altro tipo, ma sempre espressamente incentrate sul racconto dell'identità italiana in veloce e radicale cambiamento, mutando addirittura un genere americano nella sua forma italianizzata, il cosiddetto *western all'italiana* o *spaghetti western*.

Un ruolo importante nella rappresentazione del vero umano è dato dunque dalla lingua autoctona, in netta rottura con lo standard artificioso tipica del cinema di regime. In *Roma città aperta* attori professionisti come Anna Magnani e Aldo Fabrizi, nati e cresciuti a Roma, sono intrisi per loro formazione di cultura locale e pertanto in grado di esprimersi in romanesco nel modo più congeniale al verismo umano e sociale che caratterizza i personaggi; Magnani, in particolare, è detta Nannarella proprio per la romanità che la contraddistingue, e ne rappresenta tuttora l'icona divistica indiscussa.

In *Ladri di biciclette* gli attori sono 'presi dalla strada' nello stile del *neorealismo* più puro; uomini, donne e bambini romani di borgata che nel film interpretano la propria vita e parlano la lingua di ogni giorno con totale libertà e spontaneità, in tal caso il romanesco delle borgate, una testimonianza oggi preziosa e unica nel panorama del cinema del tempo.

Bellissima, invece, costituisce un esempio unico di un altro tipo di interpretazione verista e autentica, ovvero quella dell'attore professionista capace di doti antropomorfiche, come voluto da Visconti per i personaggi dei suoi film, l'unico modo per portare nella scena valori *psico-socio-antropologici* autentici. A muovere le doti antropomorfiche di Magnani, anche in questo film vi è senz'altro l'uso del romanesco e la riproduzione della romanità come intesa nei comportamenti culturali tipici delle donne di borgata che ai tempi vivevano ancora in ristrettezze e spesso anche in ambienti casalinghi degradati, ma aspiravano all'ascesa sociale alla classe media, o almeno, come accade nel film, lo speravano per i propri figli e le proprie figlie.

Questi tre film, inoltre, presentano tutti una caratteristica unica che li accomuna: mostrano la città di Roma, con i suoi quartieri ricchi e poveri, come un'attore principale, che è presente in ogni scena in modi e forme disparate (monumenti, strade, caseggiati, quartieri, parchi, ristoranti, il Tevere, ecc.), dispiegandosi, immagine per immagine, in una forma di auto-racconto che dialoga costantemente con i fatti della trama e con la cultura dei personaggi (romani di borgata e 'cinematografari'), inclusa quella linguistica che, per l'estrazione sociale di quest'ultimi, non si potrebbe esprimere in altra forma se non nel romanesco. È un esempio emblematico della lingua del vero tipica del cinema di cui parla Pasolini, non la lingua parlata scissa dal contesto del luogo e dalle doti antropomorfiche dei personaggi, ma la lingua del luogo stesso di cui sono intrisi gli uomini e le donne che vi vivono, e che spesso non ne conoscono altre. E inoltre, è anche la lingua del vero di contro a quella finta e artificiosa di tutto il cinema precedente (di regime), ma anche del cinema americano e di altre cinematografie che fino a quel momento avevano usato la lingua italiana standard (anche nel doppiaggio) come fattore uniformante la comunicazione, decurtando di autenticità umana i personaggi e le trame.

Ne deriva una dialogica semantica e simbolica sull'identità nazionale molto complessa, instaurata essenzialmente tra tre elementi chiave: paesaggio cittadino, lingua locale e romanità nei suoi disparati modi antropologici ed etnografici che ai tempi la definivano in nuovo paradigma in radicale cambiamento poiché esposta all'influenza degli americani in città e degli americanismi divulgati dal cinema americano e dalle riviste sul divismo. Inoltre, questa dialogica tra il luogo rappresentato

nel film e l'identità che si evince dall'intero mondo filmico in modi differenti (Bernardi 2002; Provenzano 2007), appare ontologicamente doppia poiché espressione al tempo stesso, e in modo inseparabile, di romanità e di italianità.

In merito ai tratti linguistici più autentici, la rappresentazione filmica è principalmente atta a mostrare la dimensione folklorico-popolare di Roma, dei romani e dell'uso del romanesco intercalato all'italiano come accadeva nella vita vera e spontanea, un ibrido che, anche se praticato maggiormente nelle periferie, arriva dal 'ventre della città' e la rappresenta (e la racconta) in modo veristico e transtorico. Il risultato è un manifesto vivente o *antropomorfico* in termini viscontiani, della capitale di allora, che si presentava, in tale autenticità e autoreferenzialità, tanto antica quanto moderna, o pronta al suo lancio nell'immaginario della modernità; infatti, anche nel discorso metacinematografico stesso inserito nel racconto, echeggia il valore modernista del cinema neorealista che ancora cerca gli attori dal vero come mostrato nel film: la storia è incentrata su una giovane donna e madre, popolana del prenestino e moglie di un operaio, che per riscattare la figlia da un futuro di sacrifici e rinunce come il suo, cerca di lanciarla nel mondo del divismo, ai tempi inteso quale lasciapassare per la crescita sociale e per una vita migliore. Nel film Alessandro Blasetti nei panni di se stesso sta cercando una bambina del popolo per un film neorealista, e Maddalena porta la figlia ai provini, affrontando un mondo difficile e cinico che non si aspettava di incontrare. Il film mostra anche le influenze del divismo straniero prodotto da Hollywood e dalla *Hollywood sul Tevere*, i cui divi campeggiano sulle riviste, nelle sale e nelle arene di cinema all'aperto, avvento di un americanismo cinematografico divenuto centrale nell'immaginario collettivo dei romani e degli italiani, e che produce l'emulazione e il desiderio di appartenenza al mondo 'mitico' delle star dei nuovi tempi, e anche alla base del desiderio di Maddalena di far diventare la figlia un'attrice famosa.

Bellissima è anche un film 'cerniera' per le capacità narrative di tipo commedico. Si tratta, infatti, di un'opera che racconta l'avvento della commedia nel cinema del reale come genere atto a far dimenticare le pene e la distruzione della guerra, ricordando al tempo stesso a ognuno 'chi è veramente', come prova la scelta finale della protagonista di abbandonare il sogno di far fare l'attrice alla figlia lasciandola crescere di contro nel contesto umano e popolano di appartenenza, l'unico in cui esprimere e sviluppare la sua cultura in modo autentico, relegando l'immaginario filmico, specialmente quello americano, a puro onirismo.

Dalle macerie al boom economico passando dalla Hollywood sul Tevere: l'oblio della guerra e il desiderio di rinascita

Con il *neorealismo*, dunque, nel cinema italiano comincia a prevalere la 'lingua del reale', e in termini antropomorfici viscontiani si cerca di far emergere le doti di autenticità espressive di divi e dive in grado di rappresentare figure del popolo veraci, come nel caso di Magnani in *Bellissima*; le sceneggiature non sono più 'di ferro' come prevedeva la pratica fascista, ma sono realizzate nella prospettiva del 'pedinamento della realtà' descritta da Cesare Zavattini, ovvero seguire dal vero la vita di un

personaggio con la macchina da presa, riprendendo l'esistenza quotidiana di gente comune e al tempo stesso scrivendo il film direttamente con gli strumenti tecnici di ripresa. In tal modo, nel contemporaneo farsi del reale e del film stesso, si realizzano racconti diretti della vita, mostrando un'originalità comportamentale, ambientale e linguistica che contraddistingue e taccia i contesti e i personaggi di verismo umani e sociale, con precipua attenzione alle classi basse, protagoniste indiscusse delle narrazioni del tempo. Inoltre, sin da *Roma città aperta*, Roma, il Lazio e la romanità si attestano sempre più al centro di tutto il cinema degli anni Cinquanta, sia come location delle produzioni, sia come argomento della narrazione; mentre il secondo polo produttivo e narrativo si costituisce a Napoli; ci vorranno gli anni Sessanta per un ampliamento più ricco di location italiane e di una narrazione più densa dei differenti regionalismi del paese, anche se Visconti nel 1948 aveva girato il suo capolavoro neorealista *La terra trema* in Sicilia, caso unico interpretato in dialetto trezzota, e per tale motivo non compreso dagli italiani stessi, sia per la lingua, che necessita di sottotitoli, sia per la cultura rappresentata, tipica di un micro-mondo locale molto ristretto, quello degli autoctoni trezzoti, che interpretano il film in maniera magistrale sia dal canto verista, sia antropomorfo. Per tali ragioni, il film costituisce un documento storico e socio-antropologico di autenticità umana, o antropomorfa, come nessun altro film della storia del cinema ha saputo riprodurre nel suo racconto.

Ma va precisato che il ribaltamento definitivo dei condizionamenti linguistici e socio-culturali che il fascismo aveva instillato e profuso vietando l'uso di *stranierismi* e dei dialetti, arriva con la *Hollywood sul Tevere*, quando le grandi produzioni cinematografiche americane si installano a Roma per realizzare opere in coproduzione con l'Italia e da distribuire in tutto il mondo.

La convivenza di americani e italiani ha prodotto due fenomeni linguistici molto importanti: da un lato ha rafforzato l'uso della lingua inglese nella capitale (già importata dall'arrivo delle truppe alleate nel 1943), mentre da un altro lato gli americani hanno imparato la lingua italiana e conosciuto la cultura nazionale, che apprezzano sotto vari aspetti, divulgandone a loro volta i valori di un *lifestyle* nuovo rivolto al piacere, alla moda, al cibo e alla vacanza, a loro volta subito apprezzati dal resto degli americani. È dunque evidente il processo di reciproco interscambio conoscitivo che avvicina le due culture e comincia anche a integrarle, specialmente dopo l'avvio del Piano Marshall (1947) e gli investimenti americani per la ricostruzione e la ripresa economica, a loro volta alla base della *Hollywood sul Tevere* e del correlato cineturismo indotto. In altre parole, possiamo affermare che la presenza degli americani in Italia ha determinato la ripresa economica grazie a varie interrelazioni tra il sistema mediale del tempo e la modernità in atto, come descritto sinteticamente di seguito.

La cultura mediale come mezzo unico di intercomprensione

La diffusione della cultura mediale italiana – e conseguentemente dell'italianità – sviluppatasi negli anni Cinquanta, è data da un insieme di eventi promozionali legati

alla modernità della nazione e al suo arricchimento dovuto al Piano Mashall e al boom economico che ne è conseguito.

Il primo di questi momenti storici, alla base della nascita della *Hollywood sul Tevere*, è 'costruito' nel 1949 sulle nozze di Linda Christian e Tyrone Power, il primo evento mediale a determinare il successo globale della cultura visuale a servizio di un immaginario creato senza una lingua scritta e comprensibile per tutti poiché fatto di aspetti figurali e sonori che non necessitano di parole per 'mostrare una favola': le nozze di due principi. Al tempo stesso le immagini dell'evento presentano la città di Roma con i suoi monumenti e luoghi storici come lo scenario favolistico dell'evento, e la moda italiana, attraverso l'abito nuziale della sposa realizzato dalle sorelle Fontana, come maschera sociale o linguaggio simbolico ed elitario alla base del rito romantico. Questi due aspetti, la città e l'abito della sposa, nel loro complesso e sontuoso immaginario favolistico, accompagnarono l'evento determinando le emozioni come principale mezzo di intercomprensione, ovvero che non necessita di alcuna traduzione. Da questo momento nasce la pratica per le donne americane di farsi fare gli abiti del guardaroba nuziale in Italia, mentre dive e donne famose di tutto il mondo cominciano a comprare i propri abiti presso i marchi italiani più prestigiosi, in particolare negli atelier romani.

Ma nel lancio del *Made in Italy* come costume della favola dell'italianità nata con queste nozze, vi è un'altra tappa fondante del tempo, data da un secondo evento di successo mondiale, ovvero la prima sfilata di moda italiana organizzata da Giovanni Battista Giorgini (esportatore di prodotti dell'artigianato italiano nel mondo sin dal 1923) nella sua casa fiorentina Villa Torreggiani il 12 febbraio 1951, l'evento che darà vita al mercato nazionale delle sfilate di alta moda e allo sdoganamento dell'italianità a partire dal linguaggio e dai luoghi del *Made in Italy*. In particolare gli aspetti coreutici e simbolici delle sfilate, intercomprensibili a partire dall'estetica, dalle forme e da altri tratti figurali legati al design degli abiti e ai luoghi lussuosi in cui si tengono gli eventi, diverranno stilemi e topoi dell'immaginario nazionale che ancora oggi contraddistinguono l'idea di italianità simbolizzata nell'alta moda.

Roma e la romanità saranno nuovamente al centro di un evento mediale di portata globale nel 1960, l'anno delle Olimpiadi italiane, quando i mezzi di ripresa leggeri sono ormai in grado di consentire una nuova narrazione degli eventi sportivi, riprodotti in modo intensivo e molto più immersivo, realizzando una serie di eventi medialità che hanno presentato al mondo intero la città di Roma e la lingua italiana (nella cronaca in diretta degli eventi) tramite la creazione di un immaginario di successo e di modernità mai vista prima nella storia dei media.

I modi di rappresentare e promuovere la lingua italiana nel mondo grazie al sistema mediale del dopoguerra, fino agli anni Sessanta, passano dunque dai film della modernità cinematografica, ma anche dai mezzi televisivi e dal 'sistema moda', un continuo connubio di pratiche culturali e idioma nazionale che si incrociano in modo indissolubile, in un'autorappresentazione reciproca. Il cinema, dal suo canto, mostra anche il dispiegarsi di questi aspetti nell'immaginario filmico stesso. Due opere del

tempo appaiono essenziali a riprova di questo contesto, entrambe divenute iconiche di Roma e della romanità influenza da americanismi e dal turismo che già prendeva forma in modo molto incisivo: si tratta di *Roman Holiday* (1953) di William Wyler, un film che mostra come Roma e l'italianità (nella originaria variante romanesca) erano viste dallo "sguardo estero" (turisti stranieri), e di *Un americano a Roma* (1954) di Steno, un film che racconta influenze e ibridazioni tra romanità e divismo hollywoodiano nelle sue forme popolari e anche ingenue, inoltre riflesso dalla presenza degli americani a Roma non solo in veste di turisti, ma anche di artisti in generale e dei divi.

Roman Holiday, interpretato dai divi americani Audrey Hepburn e Gregory Peck, è un film che parla della trasformazione favolistica sia del racconto filmico sia della città di Roma così come rappresentata nei film, con un utilizzo della lingua italiana (nel doppiaggio dei divi stranieri) molto controllata, che incrocia in parte anche il dialetto romanesco, ma arginandolo alle scene in cui a parlare è il popolo romano. La forza del film sono le immagini dei luoghi più iconici di Roma, da Trinità dei Monti, a Piazza di Spagna, al Colosseo, al Pantheon, alla Bocca della Verità, e altri luoghi e monumenti che scorrono sullo sfondo delle azioni come scenario vivente. La storia racconta di una principessa in visita nella capitale per impegni istituzionali che lascia i panni regali per calarsi nella vita comune e vivere in libertà la scoperta della città di Roma: il film mostra un tour turistico vero e proprio, già allora ricercato da turisti e ancora oggi molto sfruttato dalle agenzie nazionali e internazionali.

Un americano a Roma, film italiano interpretato dal divo nazionale Alberto Sordi (Porro 1979), racconta, nello stile della commedia, la cultura nazional-popolare in cambiamento, ponendo l'attenzione sulla trasformazione linguistica e culturale a seguito delle influenze culturali americaniste legate proprio al cinema e al divismo, realizzando una prima critica amara, già dai toni grotteschi e cinici come sarà tutta la commedia all'italiana degli anni Sessanta, sui cambiamenti antropologici in corso prodotti dalle influenze (effimere) del divismo americano. Di fatto siamo ancora ai tempi del *neorealismo rosa*, quando film come *Le ragazze di Piazza di Spagna* (1952) di Luciano Emmer, *Peccato che sia un canaglia* (1954) di Alessandro Blasetti, *Povere ma Belle* (1957) di Dino Risi, *I soliti ignoti* (1958) di Mario Monicelli incrociano il verismo umano dei popolani romani ai toni comici della commedia leggera, raccontando la realtà della vita di tutti i giorni ma smussando i toni delle piaghe sociali con uno spirito propositivo che rispecchia la trasformazione storica della ricostruzione, e che per tale motivo prevedeva il lieto fine, spesso con un matrimonio. Invece, Brando-Sordi o Nando Moriconi protagonista di *Un americano a Roma* è l'immagine 'sempliciotta' di un popolano romano che confonde la sua realtà quotidiana con l'immaginario filmico americano e con la figura divistica di Marlon Brando, totalmente sconnesso dal suo ambiente e specialmente dalla sua persona. Il film si basa proprio sul fenomeno dell'intercomprensione culturale e dei processi di trasformazione socio-antropologiche dovuti al Piano Marshall, alla *Hollywood sul Tevere*, al divismo americano e al successo del cinema americano in Italia, un insieme complesso di aspetti variegati responsabili delle influenze filo-americane nella cultura visuale-globale e

nella sua ricezione nel cinema italiano, che nei racconti incrocerà l'italianità e cultura americana anche in altri modi come il già citato *western all'italiana* o, come vedremo più avanti, anche nei musicarelli con l'adozione della musica jazz.

Nando-Sordi imita Marlon Brando vestendosi nello stile de *Il selvaggio* (*The Wild One* di Laszlo Benedek del 1953), convinto di poter somigliare al mito americano, ma di fatto appare come una sorta di maschera deformata (o deformante la romanità) che ironizza sugli italiani che vogliono elevarsi socialmente imitando immagini e stereotipi del cinema americano. Il risultato presenta anche una critica e uno sbeffeggiamento ad aspetti tipici della cultura americana ibridata nel contesto nazionale italiano, come quello della moda giovanile ripresa dal film, mettendo anche in luce un primo elementare e sgrammaticato innesto tra le due lingue (italiano e inglese), molto fantasioso e improponibile nella realtà linguistica (il protagonista conosce poche parole inglesi e spesso inventa delle frasi in una lingua inesistente); nonché il film mostra pratiche sociali prodotte realmente dagli scambi culturali tra italianità e americanismi come quelle artistiche che vedono l'arrivo a Roma di pittori e artisti americani che si stanziano in via Margutta e in Trastevere (luoghi storici della vita artistica romana) per studiare l'arte italiana e riprodurre i paesaggi della capitale, spesso dai tetti delle case.

In questo film si attesta anche un'immagine complessa e stereotipata dell'italianità e della romanità in un tutt'uno espressivo che fonde in esso simboli della cultura nazionale di tipo materiale, come ad esempio gli spaghetti: l'immagine di Nando-Sordi che nel film mangia un piatto di spaghetti mentre afferma in romanesco la frase divenuta slogan di italianità: "*Maccarone m'hai provocato e io ti distruggo adesso, io me te magno!*" è divenuta iconica dell'Italia in un tutt'uno che rappresenta la romanità espressa dal dialetto romanesco, l'immagine del divo romano e nazionale più famoso di sempre, e il piatto nazionale per eccellenza.

I film della *Hollywood sul Tevere*, invece, erano incentrati in gran parte sulla storia greco-romana, detti *peplum* per la connotazione data dagli abiti corti da uomo tipici di questo immaginario storico, e spesso raccontavano di figure mitiche come ad esempio *Ulisse* (1954) di Mario Camerini, interpretato da Kirk Douglas, opera che ottenne un successo degno di nota anche a livello internazionale. Molte opere intendevano rappresentare la magnificenza architettonica di Roma a partire dal contesto storico, con costumi d'epoca e scenografie grandiose che riprendevano stilemi e fatti che rimandavano alla cultura romana e alla grandiosa storia dell'Impero: sono nate in tal modo opere come il primo colossal del tempo *Quo Vadis* (1951) di Mervyn LeRoy, che apre il filone legato anche al cristianesimo, al quale seguiranno *The Robe* (1953) di Henry Koster e *Ben-Hur* (1959) di William Wyler, per arrivare agli anni Sessanta con il film che ancora oggi caratterizza l'opulenza dell'immaginario filmico della *Hollywood sul Tevere*: *Cleopatra* (1963) di Joseph L. Mankiewicz. Queste opere sono state interpretate da grandi dive e divi americani, tra i quali Richard Burton, Robert Taylor, Charlton Heston e Liz Taylor, e per la loro realizzazione sono nate sartorie di alta moda che lavorano con il cinema (es. Gattinoni, Anna Mode e la stesse sorelle Fontana, quest'ultime già all'origine del mito mediale del *Made in Italy* con la

realizzazione dell'abito nuziale di Linda Christian), e che diventano famose nel mondo poiché vestono i divi anche nella vita; mentre dai primi anni Sessanta cominciano le attività di sartorie dedicate al cinema, alla televisione e allo spettacolo come Tirelli e GP11, laboratori di creatività e italianità che riassumo in modo unico le competenze del *Made in Italy* e l'arte manifatturiera nazionale applicate al cinema.

Tutte le opere citate hanno dato uno slancio al divismo americano e italiano, e unitamente al *Made in Italy* in un'unica formula espressiva, ovvero per il tramite dell'immaginario inter-trans-mediale: divi e dive dei film italiani e stranieri sono divenuti icone dei marchi di moda, e hanno portato alla ribalta internazionale il *Made in Italy* nelle loro uscite pubbliche oltre che nei film, nei servizi fotografici, in televisione e nelle riviste di tutto il mondo, incrementato in tal modo anche il fenomeno del turismo di moda italiano inizialmente istituito dalle nozze Christian-Taylor nel 1949, ma divenuto pratica frequente nei decenni successivi, quando le donne americane oltre a comprare il guardaroba nuziale in Italia, per l'occorrenza visitavano il paese dal nord al sud, scegliendolo anche come meta del successivo viaggio di nozze e spesso come luogo delle nozze stesse. In queste occasioni scoprivano anche la cucina italiana nelle sue specifiche tradizioni regionali, e imparavano un vocabolario ristretto della lingua fatto principalmente di parole inerenti il mangiare, il viaggiare e il vestire.

Dal cinema al cineturismo attraverso l'intercomprensione audiovisuale

Il cineturismo italiano nato nel dopoguerra, dunque, si è istituito come turismo 'di moda' e 'alla moda', e al tempo stesso, come provano tutti i fenomeni cinematografici del tempo, e nello specifico le opere citate in questo saggio, anche della 'moda dell'italianità' o dello stile di vita italiano ('dolce vita') promosso nei film degli anni Cinquanta. Di fatto, proprio l'interdipendenza dei due fenomeni industriali e culturali del cinema e del cineturismo, saranno, nel corso del decennio in questione e in quello successivo (anni Sessanta/boom economico), anche la fonte originaria di un processo di ibridazione linguistico-culturale che produrrà la mutazione rapida dei costumi sociali, delle mode e dell'italianità stessa: per controbilanciare questa tendenza, e nella prospettiva della modernità e dell'industrializzazione del paese, si cercherà un'immagine nazionale 'stabile' in una nuova culturale materiale – e immateriale al tempo stesso, dato il valore simbolico degli oggetti prodotti –: è l'esportazione dei punti vendita del *Made in Italy* all'estero, forma di mercificazione e vendita in altri paesi del 'desiderio di italianità' (promozione per la vendita di prodotti italiani) e di “esperienze di italianità” (promozione dell'uso di prodotti italiani e viaggi in Italia), due aspetti emozionali che proprio la Hollywood sul Tevere e il turismo di massa avevano ormai 'sdoganato'. Si tratta di un tassello fondante dell'avvento di una prima globalizzazione culturale-nazionale che andrà sempre più allargando i suoi confini, fino a divenire una forma di *location-placement* della nazionalità; d'altro canto, quale controparte negativa, nel corso degli anni Sessanta, come ha spiegato ai tempi Pasolini, l'intero paese era ormai in pieno processo di omologazione culturale e di assorbimento dei regionalismi e del folklore locale a vantaggio delle città capoluoghi di provincia, appiattendolo la

cultura nazionale e riducendo l'uso dei dialetti – un patrimonio di lingue romanze che oggi si cerca di recuperare con progetti di ricerca e studio mirati.

I film inoltre, nel loro specifico carattere esperienziale indotto nello spettatore, producono nuove forme di riconoscimento dei simboli culturali e linguistici grazie alla capacità enattiva: indurre esperienze di cultura che lo spettatore incorpora “soggettivamente” facendole proprie, mutando e ibridando al tempo stesso il bagaglio linguistico, un fenomeno che travalica le esperienze personali e la formazione interculturale dei singoli spettatori per divenire addirittura vocabolario della lingua italiana: si pensi all'influenza de *La dolce vita*, responsabile della nascita di neologismi famosi, come ad esempio la parola 'paparazzo'. Come spiegato in prospettiva socio-antropologica da studiosi dei linguaggi mediali (Morin 1956) e dei Cultural Studies (Appadurai 1996; Canclini 1998), tramite questa forma di “viaggio mentale-virtuale” prodotta dall'esperienza filmica, si attiva quello che oggi, grazie alla pervasività quotidiana della “cultura visuale”, è il principale modo di conoscere e comprendere/apprendere, in modo inter-compresivo, il mondo e gli altri, e al tempo stesso le culture e le lingue.

I singoli film si dimostrano dunque una fonte originale per lo studio della memoria e delle trasformazioni della cultura nazionale o dell'italianità, documentazione diretta o 'specchio antropologico' (Biondi, 2012) di aspetti culturali e linguistici da tutelare dall'oblio e da rivedere sotto una nuova lente di ingrandimento, quella che intende il cinema come superficie (Bruno 2014) o insieme di cultura materiale e immateriale ontologicamente carica di significati complessi e multi-stratificati, da interpretare spesso in prospettiva inter-trans-disciplinare.

Conclusioni

Il cinema italiano del dopoguerra, per le capacità documentali intrinseche alla narrazione e alla rappresentazione e descritte in questo saggio, consentono di osservare e conoscere elementi della cultura nazionale in una forma originaria e a volte oggi anche superata, e per tale motivo da riscoprire nei tratti emici ed etici riprodotti consustanzialmente alla drammaturgia delle opere.

Per i motivi descritti in questo saggio, il cinema italiano del dopoguerra si attesta come una fonte originale per lo studio della memoria e delle trasformazioni della cultura nazionale o dell'italianità grazie al potenziale documentale autentico e diretto poiché creato come 'specchio antropologico' di aspetti di vario tipo da tutelare dall'oblio, specialmente dal canto linguistico. Al centro del discorso come abbiamo visto emergono Roma e la romanità come esempio emblematico dei potenziali dell'immaginario filmico di rendere il luogo reale (Roma nei suoi posti istituzionali e storici più famosi, come il Colosseo, la Basilica di San Pietro, Trastevere, Piazza di Spagna, Fontana di Trevi, Trinità dei Monti, ecc.) e il luogo virtuale (romanità, romanesco, folklore locale) patrimonio simbolico della cultura nazionale e al tempo stesso immagine globale dell'italianità, promossa e percepita nel mondo come il paese del divertimento, della moda, del cinema, del buon cibo, dell'arte in ogni suo aspetto

(architettura, letteratura, musica, pittura, ecc.), ma anche delle mode del lifestyle più in voga del tempo, esprimendo pienamente il concetto di 'spirito del tempo' moriniano (1962) istituito dall'immaginario mediale. Questo complesso insieme di caratteristiche socio-antropologiche è stato a sua volta alla base del successo della *Hollywood sul Tevere* e delle profonde trasformazioni culturali, linguistiche ed economiche che ne conseguiranno, consolidando le radici filoamericane del boom economico e della modernità italiana del dopoguerra.

Bibliografia

- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Aristarco, Guido. 1943. Ossessione, in *Corriere Padano*, 27 giugno.
- Bernardi, Sandro. 2002. *Il paesaggio nel cinema italiano*. Venezia: Marsilio.
- Biondi, Teresa. 2005. *Dalla poesia al cinema di poesia. La realtà nella cinematografia di Pier Paolo Pasolini*, in Quaderni di CINEMASUD, 2, Atripalda (AV), Edizioni Laceno, p. 135-142.
- Biondi, Teresa. 2007. *Antropologia e modernità nel cinema di Pier Paolo Pasolini*, in "Un sordo sottobosco dove tutto è natura...". Atti della Giornata di Studi nel trentennale della morte di Pasolini a Sabaudia (a cura di Paola Benigni e Angelo Favaro). Roma: Azimut, pp. 115-126.
- Biondi, Teresa. 2012. *Elementi di Antropologia filmica. L'approccio psico-antropologico nella scena cinematografica*. Roma: Meti Edizioni.
- Biondi, Teresa. 2016. *Il cinema antropomorfo di Luchino Visconti. L'affresco umano degli antieroi viscontiani*. Torino: Meti Edizioni.
- Bollati, Giulio. 1996. *L'italiano. Il carattere nazionale come storia e come invenzione*. Torino: Einaudi.
- Bruno, Giuliana. 2014. *Surface: Matters of Aesthetics, Materiality, and Media*. Chicago: University of Chicago Press.
- Canclini, Néstor Garcia. 1998. *Culture ibride. Strategie per entrare e uscire dalla modernità*. Traduzione di A. Gigli). Milano: Guerini.
- Carluccio, Giulia; Morreale; Emiliano, Pierini; Maria Paola. (eds). 2017. *Intorno al Neorealismo. Voci, contesti, linguaggi e culture dell'Italia del dopoguerra*. Milano: Scalpendi.
- D'Amico, Massolino. 2021. *La commedia all'italiana. Il cinema comico in Italia dal 1945 al 1975*. Milano: La nave di Teseo.
- D'Achille, Paolo; Patota, Giuseppe. 2016. *L'italiano e la creatività: marchi e costumi, moda e design*. GoWare: Accademia della Crusca.
- De Rossi, Camilla. 2010. *Quando e Come il Cinema Parla Dialetto*, in "Italica", Vol. 87, No. 1, pp. 92-106.
- Della Casa, Stefano; Viganò Dario Eduardo. 2010. *Hollywood sul Tevere: anatomia di un fenomeno*. Milano: Electa.
- Morin, Edgar. 1956. *Le Cinéma ou l'homme imaginaire: Essai d'anthropologie*. Paris: Minuit.
- Morin, Edgar. 1962. *L'esprit du temps*. Paris: Grasset.
- Parigi, Stefania. 2014. *Neorealismo. Il nuovo cinema del dopoguerra*. Venezia: Marsilio.
- Pasolini, Pier Paolo. 1972. *Empirismo eretico*. Milano: Garzanti.
- Patota Giuseppe; Rossi, Fabio. 2017. *L'italiano al cinema, l'italiano nel cinema*. GoWare: Accademia della Crusca.
- Patriarca, Silvana. 2010. *L'italianità. La costruzione del carattere nazionale*. Roma-Bari: Laterza.
- Paulicelli, Eugenia. 2016. *Italian style: Fashion & film from early cinema to the digital age*. New York: Bloomsbury Publishing USA.
- Paulicelli, Eugenia. 2014. *Fashion: the cultural economy of Made in Italy*, in *Fashion Practice*", 6(2), pp. 155-174.

- Pitassio, Francesco. 2019. *Neorealist Film Culture 1945-1954: Roma, Open Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Porro, Maurizio. 1979. *Alberto Sordi*. Milano: CUE Press.
- Provenzano, Roberto. 2007. *Al cinema con la valigia*. Milano: FrancoAngeli.
- Raffaelli Sergio. 1992. *La lingua filmata. Didascalie e dialoghi nel cinema italiano*. Firenze: Le Lettere.
- Raffaelli, Sergio. 1983. *Il dialetto nel cinema in Italia (1896-1983)*, in "Rivista italiana di dialettologia", n 7, pp. 13-96.
- Rossi Alessandra. 2003. *La lingua del cinema*, in *La lingua italiana e i mass media* (a cura di Bonomi Ilaria, Masini Andrea e Morgana Silvia). Roma: Carocci, pp. 93-126.
- Rossi, Fabio. 2007. *Lingua italiana e cinema*. Roma: Carocci.
- Ruffin, Valentina; D'Agostino, Patrizia. 1997. *Dialoghi di regime. La lingua del cinema degli anni Trenta*. Roma: Bulzoni.
- Sobrero, Alberto. 2015. *Ho eretto questa statua per ridere: l'antropologia e Pier Paolo Pasolini*. Roma: CISU.
- Visconti Luchino. 1943. *Cinema antropomorfo*, in "Cinema", n. 173-174, settembre-ottobre, pp. 108-109.
- Zagarrio, Vito. 2004. *Cinema e fascismo. Film, modelli, immaginari*. Venezia: Marsilio