

Attività scientifica svolta nel triennio 2001-2004 prof. Carlo Grassi

L'attività di ricerca scientifica svolta nel triennio 2001-2004 ha seguito tre direttrici contigue e correlate

[Sociologia dei processi culturali e comunicativi](#)

[Sociologia e antropologia dell'arte](#)

[Teoria e tecnica del linguaggio cinematografico](#)

Sociologia dei processi culturali e comunicativi

Il problema che ha guidato la prima direttrice riguarda l'analisi dei presupposti e degli esiti scientifico-istituzionali della disciplina. Come risultato, questo filone di ricerca ha condotto alla redazione del manuale *Sociologia alla comunicazione*, Bruno Mondadori, Milano, 2002, II edizione in corso di pubblicazione; della monografia *Conoscenza pubblica e cultura popolare*, in corso di pubblicazione presso l'editore Meltemi di Roma; e dell'antologia *Oggettività, intersoggettività, solidarietà*, a cura e con un saggio introduttivo di Carlo Grassi intitolato *Analitica della verità nelle scienze sociali: il valore sociale della conoscenza*, in corso di pubblicazione.

La questione da cui questa ricerca ha preso avvio riguarda la collocazione della disciplina all'interno del sistema universitario. Se, infatti, negli Stati Uniti, gli studi e le ricerche sociologiche sono stati istituzionalizzati già alla fine dell'Ottocento; in Europa, invece, perché la sociologia divenisse una disciplina di studio pienamente riconosciuta dall'università, si sono dovuti attendere gli anni Sessanta del XX secolo. Dopo un primo periodo di graduale assestamento, le scienze sociali si sono progressivamente diffuse, hanno raggiunto un'importanza accademica di notevole rilievo e, attualmente, sono in una fase di ulteriore espansione che sta portando a uno sviluppo crescente di facoltà e corsi di laurea in sociologia e in scienze della comunicazione.

Tale crescita ha comportato dei problemi di definizione di campo e di distinzione di pertinenze che hanno toccato con particolare intensità la sociologia della cultura. In Italia questo ambito di ricerca ha preso il nome di sociologia dei processi culturali e comunicativi. La scelta del titolo ha risposto all'intenzione di conferire allo spazio occupato dalla disciplina una dimensione non circolare ma ellittica: una forma che, invece di possedere un centro intorno al quale ruotare, prevede due fuochi che la tengono costantemente in tensione.

La cultura e la comunicazione, le due focali intorno alle quali gravita la materia, non sono indipendenti e autonome l'una dall'altra ma descrivono due aspetti del medesimo territorio: la prima si riferisce al carattere oggettuale della costruzione di artefatti, la seconda al loro inserimento in una rete di rapporti ricchi di significato. Entrambe costituiscono il risultato di un'intenzione formulata, una competenza acquisita e un lavoro eseguito. Ma, mentre la prima si riferisce al termine *ad quem*, ciò che è fabbricato, la seconda rimanda al termine *a quo*, i presupposti che ne consentono produzione, distribuzione e consumo.

L'insieme di queste due attività dà vita a delle pratiche sociali in grado di generare un universo di significato grazie al quale gli artefatti vengono al contempo costruiti materialmente ed elaborati simbolicamente: forgiati in quanto oggetti e pensati come segni. Per esempio, un oggetto semplice come una selce appuntita, al pari di ogni altra arma o di ogni altro utensile più complessi, costituisce un oggetto culturale: un artefatto la cui morfologia, contrariamente a quella di una comune pietra, rinvia indirettamente agli obiettivi di colui che l'ha progettata e realizzata, alle conoscenze di cui ha potuto disporre e alla capacità di trasferire tali conoscenze astratte in un'operazione concreta. Pertanto, se si prende in considerazione tale oggetto, lo si può usare come prototipo per farne degli altri che rispondono alle medesime esigenze: se ne possono ricostruire a ritroso le condizioni di possibilità e utilizzarle indirettamente come modello per situazioni analoghe. Questo perché nella sua

conformazione è stato depositato un sapere: delle informazioni che si trasmettono implicitamente insieme con lui. Tuttavia, le conoscenze contenute in tale oggetto, elaborate durante la sua costruzione, non sono il frutto di un'azione individuale ma di una rete più o meno coordinata di cooperazione e di comunicazione. Colui che l'ha costruito, infatti, non ha tratto dal nulla la sua intelligenza e le sue cognizioni ma le ha sviluppate a partire da un contesto sociale o protosociale di relazioni, scambi, insegnamenti, regole collettivamente condivise, tabù.

Una volta differenziato l'aspetto relativo ai processi culturali da quello concernente i processi comunicativi, è sorta un'altra questione decisiva. Poiché, diversamente dagli Stati Uniti, in Europa la tradizione scientifica riconosciuta accademicamente è molto estesa nella sfera della cultura ma non lo è altrettanto nel campo della comunicazione, quest'ultimo ambito ha avuto notevoli difficoltà a costituirsi come disciplina autonoma.

In effetti, fino agli anni Quaranta, anche negli Stati Uniti gli studi in comunicazione non hanno formato un indirizzo di ricerca indipendente ma sono stati effettuati sotto l'egida di settori scientifico-disciplinari già accreditati e, in generale, hanno costituito degli orientamenti particolari posti all'interno di altri insegnamenti universitari. Poi, nel 1943, divenuto direttore della Scuola di Giornalismo dell'University of Iowa, Wilbur Schramm ha messo in piedi il primo Dottorato (PhD) in comunicazione (più tardi chiamato di comunicazioni di massa). Schramm, che deve essere considerato come il fondatore ufficiale della disciplina, ha coniato un curriculum in comunicazione e fondato una nuova scienza sociale mettendo in correlazione i lavori distinti di sociologi come Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson o Samuel Stouffer che indagavano empiricamente sugli effetti sociali dei media, di psicologi come Carl Hovland, Arthur Lumsdaine o Fred Sheffield che studiavano il problema della credibilità delle fonti informative e delle modalità di fruizione della comunicazione, di scienziati politici come Harold Lasswell, Ralph Casey o Bruce Lanne Smith che praticavano l'analisi del contenuto (*content analysis*) sui messaggi informativi e propagandistici, di matematici come Norbert Wiener o Claude Shannon che avevano ideato rispettivamente la cibernetica e il modello lineare della comunicazione.

In Europa, per trovare una strada unitaria e ricevere la legittimazione di un riconoscimento accademico forte, gli studi in comunicazione hanno dovuto attendere gli anni Ottanta del XX secolo. Oggi, tuttavia, malgrado il moltiplicarsi degli insegnamenti che vi afferiscono e l'esplosione delle iscrizioni di studenti in facoltà e corsi di laurea rivolti alla comunicazione, la disciplina ha ancora bisogno di molti approfondimenti che riescano metterne pienamente in luce la profondità delle radici, la ricchezza delle fonti e l'ampiezza delle prospettive.

Da questo insieme di preoccupazioni sono nati tre programmi di ricerca: (1) sulla storia e la geografia delle teorie della comunicazione, (2) sullo spazio di non sovrapposizione tra processi culturali e processi comunicativi, (3) sul carattere sociale dei criteri di validazione della conoscenza.

1. *Sociologia alla comunicazione*

Ripresi alcuni dei risultati della ricerca *Dalla sociologia alla comunicazione: prospettive, metodi, parole chiave*, finanziata nel 1999 dalla Facoltà di Scienze Politiche della Libera Università Internazionale degli Studi Sociali "Guido Carli", si è elaborato un quadro storico-geografico di sociologia dei processi comunicativi con l'aspirazione di restituire a tali studi lo spessore che meritano.

Per fare ciò, si sono seguiti due percorsi distinti ma correlati.

a. Seguendo l'esempio di Wilbur Schramm, sono stati ricondotti alla disciplina tutta una serie di materiali che, pur facendone indubbiamente parte, sono stati elaborati a partire da tradizioni diverse. Prese in esame alcune ricerche accreditate come pertinenti ad altri orientamenti accademici, ne sono state estrapolate le parti che devono essere considerate come interne agli orizzonti degli studi in comunicazione o che hanno avuto una profonda incidenza nell'identificare e circoscrivere le tematiche proprie a tali studi.

b. Si sono presi in considerazione non solo le pubblicazioni librarie più importanti, ma anche un insieme molto vasto di articoli usciti su riviste specialistiche a partire dagli anni Venti. Cioè, per poter andare al di là dei risultati già storicizzati e delle ipotesi più note, si è cercato di mostrare il prendere corpo delle ricerche nel momento in cui hanno assunto la loro prima configurazione. In modo tale da mettere in luce non solo le sinuosità dei percorsi compiuti ma, soprattutto, il quadro di appartenenza e la rete di riferimenti da cui sono scaturite definizioni dei problemi e individuazione della loro possibile chiarificazione e spiegazione.

Così, in primo luogo, si è cercato di articolare le ricerche secondo l'epoca in cui sono state svolte e, in secondo luogo, se ne sono ripartite le risultanze in base all'origine geografica o accademica di provenienza dei loro autori.

Il lavoro è stato quindi suddiviso in sette capitoli, ciascuno relativo a un decennio: a partire dagli anni Venti fino agli anni Ottanta. Gli studi dei ricercatori della scuola di Chicago o di quella di Francoforte, per esempio, non stanno tutti nello stesso capitolo ma, distribuiti lungo le diverse fasi del loro svolgimento, scavalcano i periodi in modo tale da rendere evidente che quanto ha potuto essere pensato negli anni Quaranta concerne delle condizioni di possibilità particolari e specifiche: in parte deriva per continuità o per opposizione dalle riflessioni che essi stessi avevano compiuto negli anni Trenta, ma in parte corrisponde alla mutata situazione sociale, politica, economica.

Ciascun capitolo è stato poi, a sua volta, strutturato in un grande numero di paragrafi ciascuno dei quali circoscrive una nazione, una scuola o una tendenza riconoscibili per affinità nelle premesse di partenza e per attinenza nelle prospettive di lavoro.

Si è cercato inoltre di tenere conto non solo degli studi e delle ricerche compiuti in ambito universitario ma anche di tutti quei lavori che, a volte parzialmente incompleti o non ancora interamente elaborati, sono sembrati utili e fruttuosi per aver aperto prospettive originali o aver identificato problemi inediti. Si è così dato risalto a una saggistica che, pur non risultando sempre accreditata da un punto di vista istituzionale, appare imprescindibile per comprendere gli sviluppi e i passaggi principali della storia della disciplina. Non si fa riferimento solo alla vicenda, a suo modo esemplare, di uno studioso come Walter Benjamin che, respinto al Dottorato, ha visto richiudersi di fronte a lui le porte dell'insegnamento universitario. Ma si tratta anche di casi come quello di Alfred Schutz o di esempi come la Scuola formalista russa, la Scuola di Praga o la Scuola di Palo Alto che, pur non essendo fioriti in ambito strettamente accademico, hanno compiuto delle indagini di una rilevanza inconfutabile.

Infine, il lavoro di ricerca svolto e già pubblicato è in questo momento, su richiesta della casa editrice che ne prevede una nuova edizione aggiornata, in una fase di revisione e di approfondimento in due direzioni:

- a. il proseguimento della trattazione storica e l'inclusione degli studi e delle ricerche relativi agli ultimi dieci anni fino all'attualità più immediata;
- b. l'attenta riconsiderazione dei capitoli già scritti in modo tale da trovare dello spazio da destinare ad altre figure autorevoli e ad altri lavori qualificati che si erano dovuti tralasciare nel fermento della prima edizione.

2. *Conoscenza pubblica e cultura popolare*

Affrontata la questione del sottodimensionamento degli studi sulla comunicazione rispetto a quelli sulla cultura, rimane inevitata l'interrogazione posta all'inizio sullo spazio di non sovrapposizione tra i diversi ambiti relativi ai processi culturali e a quelli comunicativi. Per cercare di rendere conto di quest'altra pista di ricerca si è lavorato sui due diversi tipi di conoscenza di cui hanno parlato William James e Robert Park: "conoscenza con" (*acquaintance with*) e "conoscenza su" (*knowledge about*).

La "conoscenza con" può essere definita come quella specie di sapere che si acquisisce inevitabilmente nel corso dei propri incontri personali e di prima mano con il mondo. In tali circostanze si arriva alla fin fine a conoscere le cose non semplicemente attraverso il medium dei propri sensi particolari ma attraverso le risposte dell'organismo nel suo insieme. Si tratta di ciò che è chiamato tatto (*tact*), senso comune (*common sense*) o conoscenza basata sull'esperienza pratica e clinica (*knowledge based on practical and clinical experience*): qualcosa di appreso mediante una sperimentazione inconscia come quella implicata nel contatto con oggetti o nella loro manipolazione. In contrasto con quest'ultima, c'è il tipo di conoscenza che può essere definita "conoscenza su". Tale conoscenza è formale, razionale e sistematica. È basata su osservazione e fatti. Su fatti che sono stati verificati, classificati, ordinati e infine inquadrati in questa o quella prospettiva, in accordo con gli obiettivi e con il punto di vista del ricercatore. La "conoscenza su" è una conoscenza formale, cioè una conoscenza che ha raggiunto un certo grado di esattezza e di precisione.

Rielaborando questa concezione di James e Park, si è distinto tra processi comunicativi e processi culturali: tra una conoscenza critica e una clinica. La prima concerne l'apprendimento, il sapere mediato dall'astrazione e dall'insegnamento teorico. La seconda la sperimentazione, la conoscenza diretta di ciò con cui si ha a che fare. Naturalmente, anche nella prima situazione si produce un'esperienza diretta:

solo che si tratta di un'esperienza diretta del medium e non del materiale in questione. Per esempio, quando si legge un libro che parla della flora di un determinato habitat, si fa "conoscenza su" rispetto alle piante e agli arbusti in questione, mentre si fa "conoscenza con" riguardo alla grana delle pagine, al colore dell'inchiostro, alla nitidezza dei caratteri. Nel primo caso si può parlare di una distanza critica, nel secondo di una prossimità di tipo clinico.

È possibile pervenire alla vicinanza clinica che consente di vivere il consumo culturale non in termini di astrazione concettuale ma di esperienza vissuta, solo quando il distacco critico è costantemente rielaborato soggettivamente e collettivamente nelle pratiche quotidiane. In questi termini, nel mondo attuale, nella società dello spettacolo, in un ambiente totalmente mediatizzato all'interno del quale ogni individuo è sempre meno agente e sempre più solo spettatore, potrebbe accadere che si diffondano a macchia d'olio tante persone per le quali il divario tra esistenza ed esperienza rimanga inarticolabile: essendo spettatori, conoscono il mondo, ma la loro conoscenza è informazione, nozione, sapere, non incontro né contatto o condivisione. Si tratta ancora di *fare esperienza* dell'esistenza, di vivere *prima* di conoscere. Si tratta di elaborare delle forme di mediazione simbolica adeguatamente attrezzate non solo al mondo degli stati di fatto ma anche a quello relativo alla necessità di esorcizzare l'angoscia, la paura, l'insicurezza: al bisogno d'imparare a padroneggiare il contatto con l'ignoto. Infatti, per costruire delle rappresentazioni perspicue (*übersichtliche Darstellungen, thick descriptions*), grazie alle quali è possibile orientarsi nel mondo, si deve incessantemente affrontare ciò che non si conosce, tastarlo, esplorare attraverso continue *défaillances* l'indeterminatezza dello spingersi e del ritrarsi, la zona interdetta del contatto, le sabbie mobili del calibrare uno sforzo, una presa, una carezza.

Questa monografia, dunque, intende rendere conto di perché la Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi sia suddivisa in due parti distinte ma contigue e correlate. Tuttavia, come scansione delle due focali non sono state utilizzate le voci processi comunicativi e processi culturali ma i titoli *Conoscenza pubblica* e *Cultura popolare*. Questo per sottolineare che il sapere non è mai sola opera di singoli individui, ma sempre azione concertata di gruppi, collettività, popoli: pratica collettiva tramite la quale si costruisce un universo comune di significati per potersi orientare nel mondo. Grazie a questa dinamica di produzione, le società danno vita a un *common sense language*, un linguaggio comprensibile da tutti, e a un regime condiviso di giudizi, gusti e valori: un sistema che tutti sono in grado di riconoscere, indipendentemente dal fatto che vi aderiscano o meno. Tale *common sense language* rappresenta l'articolazione empirica del complesso di sistemi di mediazione simbolica che scaturisce dalla negoziazione incessante tra l'insieme dei gruppi e delle istituzioni sociali.

Il versante che, all'interno della sociologia dei processi culturali e comunicativi, è rivolto più specificamente alla conoscenza pubblica, concentra la sua attenzione principalmente sulle forme della comunicazione politica, sulla produzione e ricezione dell'informazione, sulle modalità di generazione e di mutamento dell'opinione pubblica. Il versante volto alla cultura popolare si occupa soprattutto di spettacolo, finzione, gusto, divertimento: delle condizioni di produzione-consumo dei generi d'intrattenimento e delle interazioni sociali che si organizzano in correlazione con le attività di fruizione culturale. Le due parti della ricerca sono suddivise entrambe in 6 capitoli. A. *Conoscenza pubblica*: 1. *Cos'è l'opinione pubblica?*; 2. *L'attore sociale e i suoi tratti distintivi*; 3. *Forme dell'interazione*; 4. *Media, moda, propaganda*; 5. *Media e socializzazione*; 6. *Dalla società di massa alla società demassificata*. B. *Cultura popolare*: 1. *La cultura e il suo pubblico*; 2. *Tecnologie culturali*; 3. *Approssimazioni ed esercizi del conoscere*; 4. *Modelli empirici di comunicazione*; 5. *Pratiche del consumo*; 6. *Generi e dispositivi*.

3. *Oggettività, intersoggettività, solidarietà*

All'interno di questa direttrice di ricerca deve essere inserito anche il dialogo costante, diretto e indiretto, con altri sociologi italiani e stranieri: in particolare con Howard Becker, Franco Crespi, Marc Augé, Alberto Abruzzese, Paolo Fabbri, Eligio Resta. Sono state organizzate con loro cinque giornate di studio sul tema del valore sociale della conoscenza e, attualmente, è in corso di redazione un volume che raccoglie le loro conferenze e un saggio introduttivo che mette a fuoco l'unità problematica delle differenti prospettive. Le giornate di studio, che si sono svolte presso la Facoltà di Design e Arti, Università Iuav di Venezia, sono state: 1. *Incontro con Howard Becker, what about Mozart? what about murder?*, 7 aprile 2003; 2. *Incontro con Franco Crespi, identità e riconoscimento*, 8 marzo 2004; 3. *Incontro con Marc Augé, la montée du silence*, 17 marzo 2004; 4. *Incontro con Alberto Abruzzese e*

Paolo Fabbri, *lessico della comunicazione*, 7 aprile 2004; 5. *Incontro con Eligio Resta, il diritto fraterno*, 20 aprile 2004. Il volume che raccoglie le conferenze, intitolato *Oggettività, intersoggettività, solidarietà*, è introdotto dal saggio *Analitica della verità nelle scienze sociali: il valore sociale della conoscenza*. La traduzione dei testi di Howard Becker e Marc Augé è di Carlo Grassi che ha già assicurato la traduzione “consecutiva” durante le giornate di studio.

Sociologia e antropologia dell'arte

La seconda direttrice di ricerca, che riguarda l'indagine socio-antropologica sull'arte, ha seguito due orientamenti che hanno condotto alla redazione: 1) dell'antologia Georges Bataille, *Lascaux o la nascita dell'arte e altri scritti di antropologia dell'arte*, a cura e con un saggio introduttivo di Carlo Grassi, Skira, Milano, in corso di pubblicazione; 2) del manuale *Sociologia dell'arte*, Bruno Mondadori, Milano, in corso di pubblicazione.

1. Antropologia dell'arte

L'obiettivo di questa ricerca, che ha condotto alla traduzione in italiano di alcuni testi di antropologia dell'arte scritti da Georges Bataille negli anni Cinquanta e prevede la stesura di un saggio introduttivo in corso di elaborazione, riguarda lo studio di come l'opera d'arte sia intimamente legata alla costituzione stessa dell'essere umano. In questo lavoro, infatti, si analizza il modo in cui, dalle origini della presenza umana sulla terra, il sacro, il maestoso, il miracoloso si siano manifestati attraverso l'impulso a un dispendio inutile di ricchezza in grado di farsi arte: in grado, cioè, d'istradare sul cammino del meraviglioso, della sensibilità, del riso o del disordine dell'erotismo.

2. Sociologia dell'arte

L'obiettivo di questo lavoro di ricerca risiede nell'elaborazione di un testo che esponga il quadro generale delle conoscenze di sociologia dell'arte che deve avere lo studente di un corso di laurea triennale.

In primo luogo, si è voluto situare la sociologia dell'arte in opposizione costruttiva con storia dell'arte ed estetica in modo tale da delimitare con una certa approssimazione i rispettivi territori. La storia dell'arte fa l'inventario di tutti gli oggetti che una società ha definito opere d'arte, recensisce i giudizi a cui devono tale attribuzione, ricostruisce le modalità creative dei loro autori e descrive il contesto in cui tali autori sono vissuti e hanno agito. L'estetica elabora i criteri generali in base ai quali un oggetto può essere definito come artistico, riflette sulla funzione dell'arte e analizza criticamente l'insieme delle teorie che si sono misurate con la spiegazione, la giustificazione e la legittimazione dell'agire artistico. La sociologia dell'arte studia la rete delle relazioni sociali che danno forma al mondo dell'arte e analizza la divisione del lavoro che organizza l'operare artistico: prende in esame i punti di vista di tutte le persone che sono implicate in questo operare per descriverne le azioni e i rapporti unilaterali e reciproci indipendentemente dal fatto che tali persone occupino una posizione centrale o laterale, ad alto o a basso valore di riconoscimento.

In secondo luogo, si è cercato di spiegare come il fatto di esaminare la molteplicità delle azioni che danno vita al mondo dell'arte non equivale solo a descrivere le relazioni esistenti tra gli artisti propriamente detti e le altre figure sociali che partecipano alla realizzazione dell'opera. Vuol dire anche analizzare come tali persone, interagendo tra di loro e con gli altri gruppi sociali, rielaborano le definizioni del proprio ruolo, delle azioni svolte e da svolgere, nonché del prodotto di tali azioni. E significa, inoltre, mostrare come il modo in cui le differenti componenti del mondo dell'arte concepiscono il proprio lavoro interviene sulla messa a punto dei percorsi d'ideazione e di progettazione di nuove iniziative.

In terzo luogo, si è voluto specificare che l'obiettivo più importante che si pone l'analisi dell'arte come fenomeno sociale consiste nel descrivere il processo attraverso il quale i gruppi organizzati definiscono collettivamente la natura del fatto artistico. Nell'illustrare, cioè, il procedimento in base al quale, da una parte, si viene a stabilire che determinati oggetti materiali e intellettuali appartengono ad una particolare sfera chiamata artistica e, d'altra parte, si arriva a mettere in piedi un sistema di produzione per la fabbricazione, la diffusione e la fruizione di tali artefatti. Questa complessa dinamica

si manifesta negli atti concreti compiuti dagli attori che partecipano alla produzione dell'arte. Si tratta di azioni di ordine manuale e simbolico che riguardano, da un lato, la fabbricazione sia delle opere, sia degli strumenti che tali opere permettono di realizzare: sia la scultura di una statua, sia la costruzione di scalpelli e bulini. E, d'altro lato, la creazione sia di chiavi di lettura delle opere, sia di codici per la comprensione di tali chiavi: la composizione sia di una sonata per pianoforte, sia di un sistema di notazione musicale in base al quale eseguire tale sonata al piano o comprenderne l'arditezza stilistica.

Il manuale è diviso in due parti a loro volta scandite da 5 capitoli ciascuna. A. *La realtà sociale dell'arte: componenti e strutturazione*; B. *Il sistema integrato dell'arte: storia e discorso*

A. *La realtà sociale dell'arte: componenti e strutturazione*

a. *Il guardiano simbolico (gatekeeper)*. Per diventare artisti è necessario che qualcuno, dotato dell'autorità necessaria, lo dichiari pubblicamente. Oltre che alla formazione tecnica e concettuale, l'accesso al mondo dell'arte è subordinato alla legittimazione di un'investitura morale assicurata da individui e da istituzioni che, grazie al loro prestigio, sono in grado di introdurvi o cooptare altre persone.

b. *La rete di cooperazione*. Un artista non crea *ex nihilo*, ogni sua azione prevede l'attività di altre persone che, pur appartenendo integralmente al mondo dell'arte, non necessariamente sono artisti essi stessi. Questi altri soggetti possono essere gli artigiani che costruiscono gli utensili, i committenti che richiedono l'intervento artistico, il pubblico che fruisce delle opere, le istituzioni che favoriscono, promuovono, ostacolano o impediscono la creazione di determinati lavori; gli altri artisti che hanno creato degli stilemi a cui ci s'ispira, da cui ci si distingue o con cui ci si confronta.

c. *Critici, mercanti e collezionisti*. Al mondo dell'arte appartiene un numero enorme ed eterogeneo di oggetti che non hanno la stessa rilevanza e non ricevono la medesima considerazione. La società stabilisce una serie mobile di gerarchie, classificazioni e ordini che struttura la sterminata mole di opere e stabilisce delle scale di valore. I protagonisti di questo ambito del mondo dell'arte sono i critici d'arte che, per l'autorità culturale o la posizione accademica di cui godono, stabiliscono delle vere e proprie graduatorie di rilievo estetico; i commercianti d'arte che, per l'attività che svolgono, sono costretti a fare scelte ed esclusioni che influenzano fortemente l'apprezzamento complessivo di artisti e lavori; i collezionisti di opere che, in virtù del loro ingente investimento economico e passionale, compiono anch'essi delle selezioni che esercitano una notevole influenza sulla valutazione artistica.

d. *L'apparato istituzionale*. La formazione degli artisti e la diffusione delle opere d'arte esigono l'ausilio d'istituzioni pubbliche e private atte a fare emergere le persone che intendono dedicarsi all'attività artistica e a favorire l'interazione tra i prodotti dell'arte e il pubblico che in essi si riconosce. (1) *La trasmissione*. Dalle botteghe, alle scuole, alle accademie e, oggi, alle università, da sempre le società hanno organizzato delle forme di trasmissione del sapere artistico e di formazione di nuove generazioni di autori. (2) *La diffusione*. Dalle piazze pubbliche alle chiese e ai musei, non è mai esistita una società che non abbia sentito il bisogno di organizzare degli spazi e delle cerimonie pubblici per il godimento collettivo periodico o permanente dei prodotti che considera artistici.

e. *I circuiti paralleli*. In tutti i tempi e in tutti i luoghi, accanto agli artisti riconosciuti, è sempre esistito un numero più o meno alto d'individui che, respinti o ignorati dal mondo dell'arte loro contemporaneo, hanno investito forze ed energie in un'attività che essi reputavano artistica. Non conta che questi ultimi siano stati o meno successivamente riconosciuti come artisti. Ciò che è importante è descrivere quell'universo di confine che, in contrasto o in opposizione con la società del proprio tempo, ha costantemente prodotto e fatto circolare degli artefatti che hanno preteso di essere artistici pur rifiutando o non richiedendo un riconoscimento ufficiale da parte delle istituzioni preposte.

B. *Il sistema integrato dell'arte: storia e discorso*

a. *Mutamento e rinnovamento degli stili artistici*. In virtù del suo carattere sociale, la dimensione artistica fa confluire su di sé una molteplicità eterogenea di ambiti integrandoli più o meno stabilmente. I materiali facilmente o difficilmente reperibili, le tecnologie tradizionali o innovative, i procedimenti conosciuti e i linguaggi condivisi da un numero più o meno alto di persone trovano, grazie alla creazione artistica, delle connessioni inedite e delle relazioni inconsuete. È, infatti, grazie

alla loro capacità di riprendere degli strumenti, dei materiali o delle prospettive non direttamente implicate con il proprio lavoro, che gli artisti rinnovano stili e linguaggi.

b. *L'arte nelle società arcaiche tra rito e tecnologia.* Dando precipuamente luogo a un'esperienza liminare, nelle società arcaiche l'arte coincide, da un lato, con il gioco e la sperimentazione tecnica e, d'altro lato, con il sacro e tutto ciò che è tabù. Cioè, in tale tipo di società, quando non si confonde con l'artigianato, l'attività artistica è generalmente appannaggio dei marginali o dei religiosi. Questo in virtù del fatto che coloro che appartengono a tali categorie sociali intrattengono rapporti più o meno intensi con ciò che risulta estraneo o esteriore alla vita collettiva: con l'esterno sociale gli uni, con quello simbolico gli altri.

c. *Le origini della modernità in Occidente.* Dai mecenati ai committenti, dalle botteghe alle accademie, lungo il processo di civilizzazione l'artista ha lentamente abbandonato i margini della società per conquistarsi un ruolo e un'identità sociale sempre più riconoscibili. La qualità estetica e immaginativa ha progressivamente sostituito come criterio di valore l'abilità tecnica rappresentativa: il valore delle opere non dipende più al costo dei materiali da cui sono composte, ma dalle loro qualità formali e dalla reputazione di che ne è considerato l'autore.

d. *Il lavoro artistico come professione: cultura di massa e arte d'avanguardia.* Con l'avvento delle moderne metropoli e del sistema industriale di produzione, la figura sociale dell'artista compie una nuova mutazione. Trasformandosi in produttore e regista, l'autore diventa lavoratore salariato. Questo processo ha un aspetto duplice e un andamento binario: da un lato, dà corpo a un sistema di tipo elitario che trae tutta la sua autorità dall'elaborazione di linguaggi ermetici e inaccessibili alla maggioranza della popolazione e, d'altro lato, dà vita a un vero e proprio mercato all'interno del quale l'artefatto artistico è fabbricato industrialmente e venduto commercialmente.

e. *Globalizzazione, istituzionalizzazione e marketing.* Tra la fine del XX e l'inizio del XXI secolo, nel momento in cui i media generalisti perdono il loro primato a favore dei personal media, la cultura di massa comincia a deperire lasciando progressivamente il posto ad una cultura di tipo demassificato. In questo contesto, nel mondo dell'arte si affermano con forza tre rilevanti processi: la globalizzazione, l'istituzionalizzazione e il trionfo del marketing. (1) La progressiva amplificazione delle relazioni politico-economiche e degli scambi comunicativi su scala planetaria, mettendo in relazione i componenti di diversi gruppi sociali attraverso la comune esposizione a un universo culturale più ampio, ha creato le basi per l'integrazione tra le varie regioni, società e culture del pianeta innescando un processo di messa in discussione della rigidità dei confini geografici nazionali. In tale situazione, lo spazio sociale dell'arte si viene a caratterizzare per il fatto di diventare un fenomeno totalmente e assolutamente transnazionale e cosmopolita: gli artisti giovani e meno giovani si trovano ad avere come palcoscenico e come orizzonte le strade del mondo e non le realtà provinciali del loro luogo di provenienza. (2) Man mano che viene a perdere ogni valore la distinzione tra cultura d'élite e cultura di massa (discriminazione per la quale si ritiene che esistano due forme differenti di cultura, una dominante, alta, complessa e stratificata, l'altra subordinata, bassa, popolare, superficiale e standardizzata), nel mondo dell'arte la figura dell'outsider non riesce più a fungere da cerniera e bisettrice tra i due poli del professionismo e del dilettantismo e finisce per essere completamente esautorata. Sempre di più, cioè, le istituzioni pubbliche e private occupano ogni spazio disponibile di formazione e distribuzione respingendo nell'amatorismo o nell'artigianato tutti coloro che vi si vorrebbero sottrarre. (3) La completa istituzionalizzazione del mondo dell'arte favorisce l'affermarsi di un sistema di circolazione delle opere che privilegia il trionfo del marketing: che prevede la parcellizzazione radicale del processo di creazione artistica in modo tale da rendere ogni fase della produzione monetizzabile e potenzialmente generatrice di reddito per tutti coloro che risultano implicati nel circuito produttivo e distributivo.

Teoria e tecnica del linguaggio cinematografico

La terza direttrice di ricerca riguarda la sociologia del cinema. Nel 2004 viene dato inizio a un lavoro di ricerca su *Stile e professione nel cinema all'epoca della rivoluzione digitale*. Nel suo prosieguo questo studio prevede di essere svolto nel quadro dell'unità di ricerca *Un mondo di oggetti: usi, funzioni e significati degli oggetti (architettura, design, moda) nel cinema italiano* di cui è co-responsabile

scientifico insieme ad Antonio Costa, professore Ordinario di Storia del Cinema, Facoltà di Design e Arti, Università Iuav di Venezia, Programma di ricerca “cofin2004” *Rapporto tra modi di produzione e forme di espressione nel cinema italiano*, Coordinatore scientifico nazionale Giorgio De Vincenti, professore Ordinario di Storia e Critica del Cinema e Direttore del Dipartimento di Comunicazione Letteraria e Spettacolo, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi Roma Tre.

Il problema da cui parte questa direttrice di ricerca riguarda le innovazioni tecnologiche digitali come camera elettronica, video, dvd, in quanto portatrici di profondi mutamenti nelle modalità di produzione e di consumo delle opere cinematografiche. Moltiplicando i tempi e gli spazi di fruizione, infatti, tali innovazioni hanno allargato il numero delle persone in grado di apprendere ed esercitare dei mestieri legati al mondo cinematografico e hanno favorito, un'accresciuta consapevolezza delle tecniche narrative e spettacolari. Partendo da questa valutazione e circoscrivendo l'indagine comparativa ad alcuni casi esemplari, l'obiettivo di quest'attività di ricerca riguarda tre punti principali:

- a. identificazione delle ricorrenze stilistiche principali che, debitorie dell'uso delle nuove tecnologie, sono divenute tipiche del cinema a grande pubblico;
- b. impatto della presenza di questi nuove cifre stilistiche nell'ambito della composizione delle singole équipes e dell'insieme delle professioni cinematografiche;
- c. descrizione delle variazioni e delle innovazioni con cui i nuovi organigrammi professionali hanno integrato gli staff di produzione tradizionali.