

# L'oscena flatulenza della realtà *Cinico tv*: un'analisi ideologica

Giacomo Tinelli

In molti dei diversi ambienti in cui mi è capitato di partecipare a un dibattito critico su *Cinico tv* è emersa puntualmente la critica moralistica intorno alla posizione etica che assumono Ciprì e Maresco nel riprendere i resti, umani e postumani, urbani e posturbani, della città di Palermo. Molti accusano i due registi di una sorta di uso improprio dell'intelligenza nel mettere alla berlina gli errori, le condizioni di vita misere, i desideri abnormi, i destini infimi cui costringe l'ignoranza e la povertà radicale dei protagonisti. Il loro sarebbe sostanzialmente un lavoro reazionario, altezzoso, che cede all'antico vezzo aristocratico di ridere dei propri servi accentuandone i tratti comici al fine di divertire le classi borghesi, ricche e colte. Una posizione che ho sorprendentemente riscontrato anche nelle menti più brillanti e che dunque deve avere una qualche forma di fondamento. D'altra parte devo ammettere che anche chi scrive durante i primi approcci alle scene feroci e desolanti di *Cinico tv* ha condiviso in parte la sensazione di una comicità che pesa tutta sulle spalle inconsapevoli dei poveri protagonisti, umiliati dalla voce fuori campo di Maresco (Voce off: «Tirone!» Tirone: «dica!» V. o.: «Lei è un pezzo di m...?» T.: «...un pezzo di maschio, di motore? [...] E' impossibile che io sia un pezzo di merda perché ancora non mi chiamo così!»<sup>1</sup>). Se ci si ferma alla prima risata, tutta pietistica, allora le conclusioni non possono che tendere verso la condanna di una messa in scena tanto crudele dei difetti del popolo (e non solo di quello palermitano).

---

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=gimrQsIk-Go&nohtml5=False>

Certamente *Cinico tv* merita una riflessione di gran lunga più articolata rispetto alla semplice reazione all'autoevidenza, caratteristica di cui è sempre bene diffidare, di alcune scene (uno dei 'leitmotiv' di Tirone è appunto: «ah ah ah, siamo davvero pietosi!»). Ho l'impressione che, più o meno consapevolmente, l'accusa verso Ciprì e Maresco di "godere delle disgrazie altrui" sia una sorta di proiezione del proprio senso di colpa davanti all'irresistibile risata che strappano i corti cinici, ovvero alla messa a nudo della propria posizione di 'padroni' di fronte a tali immagini, quantomeno in termini simbolici. È uno dei meccanismi più antichi e riconoscibili della psiche umana, quello di proiezione e inversione, che possiamo definire perverso nel senso etimologico del termine<sup>2</sup>: ciò che non si sopporta è probabilmente questo trascinarsi su un terreno di sadismo sociale, dalle implicazioni etiche non univoche. Alla perversione di Ciprì e Maresco si risponde con la perversione proiettiva.

Non è mia intenzione spingermi oltre in questa polemica, poiché sembrerebbe un tentativo di riabilitazione laddove non c'è nulla da riabilitare, visto che altri hanno pensato a sancire la memorabilità di *Cinico tv* e più in generale del cinema di Ciprì e Maresco (Cfr. Morreale 2003, Ghezzi). Ciò che è importante sottolineare, ad ogni modo, poiché pare in molti casi la posizione implicita di chi muove tali accuse, è che non sarà certo una rappresentazione compassata o idealizzante del povero e della povertà, sia nella versione dell'umile rinuncia cattolica sia in quella palinogenetica e ribelle di sinistra, che potrà riscattare un giogo che il popolo ha portato su di sé in ogni società di ogni epoca. Si potrebbe affermare che sia proprio la visione proromantica ed euforizzante di un popolo povero che comporrebbe però una società fertile di relazioni positive cui il potere sottrae, espropria le ricchezze (costituite proprio da queste relazioni), ad essere radicalmente rifiutata da *Cinico tv*. In esso i personaggi mettono in scena la distruzione delle relazioni, le brutture e, spesso, il godimento irrelato e osceno di ciascun

---

<sup>2</sup> Pervertire significa 'sconvolgere' (comp. Di 'per' e 'vërtere', volgere), Cortellazzo - Zolli 2000: 1176.

soggetto, che sopravvive a qualsivoglia forma d'ingiustizia sociale e che è partecipe della riproduzione di una realtà uguale a se stessa. Al contadino 'leopardiano' rappresentato nel coevo *Il cacciatore di stelle* (1995) di Tornatore (un personaggio puro cui il protagonista senza scrupoli sottrae denaro, chiara allegoria di un capitalismo dello spettacolo che espropria il popolo perfino della propria immagine di purezza) si contrappone il lungo peto di Paviglianiti che accompagna la carrellata su una 'wasted land' di macerie postindustriali: un atto che sancisce la sovranità ottusa del godimento, oscenamente indifferente alla questione strettamente sociale delle condizioni di vita misere. Il buon povero, così come il buon selvaggio d'altra parte, è un'invenzione borghese e mistificante.

### **Il tempo in vita di morte**

*Cinico tv* ha il merito di recidere ogni legame rispetto a falsi idoli forieri di speranze consolatorie. Lo fa con una violenza inconsolabile, che tronca simmetricamente ogni derivazione genealogica e ogni futuribilità escatologica, lasciando le immagini di devastazione cui assistiamo in un limbo situato dentro il nostro mondo storico pur non avendo coordinate storicistiche. I personaggi che compaiono non vengono da nessuna parte, non vanno in alcun luogo ma piombano sulla terra a constatarne lo sfacelo, «sempre come un attimo prima o un attimo dopo che qualcosa accada, troppo presto o troppo tardi rispetto all'illuminazione che una volta [*Cinico tv*] ha provato a mettere in scena» (Ghezzi): la sua radicale inattualità, in senso nietzschiano, gli conferisce uno statuto eterno.

A livello stilistico è pertinente chiamare in causa ciò che Deleuze, in *Immagine-tempo* (Cfr. Deleuze 1989: 48), descrive come la pura testimonianza temporale: la tecnica che più si avvicina all'idea di tempo è il piano fisso. Quest'ultimo rappresenterebbe la negazione della fotografia non per inversione ma, per così dire, secondo prossimità: piccoli dettagli segnalano il movimento dentro la cornice dell'immagine. Là sta il tempo (un fruscio dell'erba, il tremolio di una palpebra, l'oscillazione di un ramo ecc...), in molti casi la sola forma di

tempo concessa ai corti cinici. Nonostante la quasi totale assenza di movimento in questo «paesaggio impossibile» (La Gioia 2012: 2), che induce un forte sentore di astrazione, la legge che le domina è la radicale assenza di metafisica: tutto il mondo sta sotto quel cielo scuro che suggerisce, più che l'infinità tenebrosa dello spazio, un coperchio caliginoso che grava su ciascun essere umano che ha la (s)ventura di capitare nella vita. Come quel bambino, venuto alla luce non a caso il giorno di natale, che Carlo Giordano prontamente vende per tremila lire al primo che incontra<sup>3</sup>.

La morte è non solo in molti casi messa a tema come assenza e incontro inevitabile, ma si manifesta come condizione caratteristica e strutturale della vita in questo tempo assoluto, che è anche il nostro. Pietro Giordano, in un video del '92, è sepolto vivo ma non è mangiato dai vermi<sup>4</sup>: al contrario, di essi si nutre, proprio come tutto sommato faceva da vivo (alternativamente, nelle sue metamorfosi, Giordano mangia vermi, insetti, scorpioni, pane secco rubato al canile ecc...). L'interscambiabilità delle posizioni determina la possibilità, per Giordano, di impersonare ciò che in un altro video rappresenta il proprio cibo: nel video *Tarzan di Palermo*<sup>5</sup> afferma di mangiare topi, e puntualmente diventa, in un'altra 'clip', topo di fogna<sup>6</sup>; allo stesso modo quest'ultimo afferma di mangiare i vermi, che Giordano ha personificato in passato<sup>7</sup>. Mangiare ed essere mangiati è la stessa cosa, rappresenta solo un'inversione della diatesi verbale, ma la sostanza rimane la stessa: vita e morte si equivalgono, che sia nelle continue metamorfosi di Pietro Giordano o nella statuaria, impassibile ed epica serenità del corpo abnorme di Giuseppe Paviglianiti. Il 'memento mori' è dunque rivolto a noi, 'padroncini' del 'fuori', illusi di condurre una vita con un senso assiologico, con un inizio e una fine, con una consequenzialità e un tempo progressivo. Tutto salta in *Cinico*: tempo e

---

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=co2j3SB1yI4>

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=UEUJC1eOg7E>

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=L0eHug4TeuE>

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=iwBrngToiIA>

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=6ClzerdwOII>

morte (oppure tempo e vita, se si preferisce) non esistono se non nelle brevi e ostinate ripetizioni dell'umiliante interpellazione della voce intervistante. La morte non riguarda questi personaggi poiché nemmeno la vita li riguarda. Come afferma con saggezza, poco importa se consapevole o meno, Carlo Giordano nel finale del primo volume della raccolta dei video edita dalla Cineteca di Bologna nel 2011: «la vita è assurda quando c'è la vita e la morte. Ma quando ci sono tutt'e due le cose assieme si può superare. Questo è il mio concetto». Naturalmente riceve un sonoro «Giordano, lei è un imbecille!»

### **Cinica: la perversione televisiva**

C'è un altro aspetto che rende inconsistente l'obiezione che più sopra ho definito moralistica, questa volta, a dispetto delle polemiche affermazioni dei registi sulle questioni dell'impegno politico<sup>8</sup>, di carattere ideologico.

Si è già inteso il carattere televisivo di *Cinico TV*, a partire dalla titolazione stessa. Della tv si conservano le cornici e i formati standard: le interviste, le pubblicità, l'avanspettacolo, il telegiornale ecc... L'ordine retorico e sintattico formale è determinato dalla scelta di inserirsi in tali 'format' televisivi. Tuttavia, il dispositivo retorico che a questi ultimi si sovrappone non è la posizione ironica, come ci si potrebbe aspettare da chi, come Ciprì e Maresco, ha per anni ininterrottamente e violentemente criticato la tv a logica commerciale nata negli anni '80 e in grande espansione durante il periodo delle riprese. I corti di *Cinico tv* non intendono infatti evidenziare una distanza tra ciò che si mostra e la posizione che emerge implicitamente: non credo che tutta la batteria di strumenti a disposizione dell'ironia sia un bagaglio utile per leggere le scene desolanti cui assistiamo. Non c'è sarcasmo quando Pietro Giordano si trasforma nell'uccello di uno

---

<sup>8</sup> «il nostro punto di vista non ha niente a che fare, lo ripeto, con l'ideologia. È un punto di vista puramente estetico» Cantone 2001.

stupratore<sup>9</sup> o quando i fratelli Abbate sciorinano le sentenze più viete e misogine<sup>10</sup>. Non c'è alcuna posizione di purezza da difendere, né inversione da effettuare nella lettura. Allo stesso modo è del tutto assente ogni forma di umorismo nel senso freudiano del termine. In questa categoria è all'opera infatti un dispositivo retorico di smorzamento della crudeltà del reale che ha l'obbiettivo di difesa, attraverso la parola, del proprio godimento di fronte al dato di realtà doloroso: il principio di piacere non cede così facilmente a quello di realtà. L'esempio di Freud è un condannato a morte di lunedì che esclama: «questa settimana inizia proprio bene!» (Freud 1985: 500). Eppure, parlando di morte e di una realtà tragicamente difficile, se ne avrebbe ben donde. Ma il dato di compromissione delle cose, la distruzione, l'abiezione, l'abnormità che l'umorismo mirerebbe a sublimare in una espressione linguistica qui giocano un ruolo fondamentale e certamente non sono oggetto di rimozione umoristica. Al contrario della distanza ironica, è qui all'opera un meccanismo di letteralità che ci impone di prendere tragicamente sul serio tutto ciò che vediamo: nulla di più lontano dalla gratuità di una comicità frivola. Letteralità che ovviamente non va intesa in opposizione a un supposto linguaggio figurato e caratteristica di un'idea di 'grado zero del realismo'; piuttosto letteralità come meccanismo di vicinanza che ad un tempo, nella posizione di spettatori, ci attrae e ci respinge. I corti cinici ci portano, proprio attraverso le tecniche della retorica 'drammatizzante' televisiva, ad un'identificazione esasperante e in definitiva impossibile con l'abnormità dei personaggi, con tutto il bagaglio dei loro desideri abietti. In un'intervista a Giuseppe Filangeri<sup>11</sup> la voce intervistante di Maresco insiste ostinatamente nel costruire, mescolando la reale difficoltà psichica del protagonista con la finzione di una storia pruriginosa buona per la curiosità morbosa del talk show di metà pomeriggio, un sentito 'storytelling' che ci coinvolge

---

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ESg213H61Mc&nohtml5=False>

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Rd8nF3DCb5w&nohtml5=False>

<sup>11</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=yKvHsKS\\_so8](https://www.youtube.com/watch?v=yKvHsKS_so8)

per la sua drammaticità (Voce off: «Filangeri lei è un testimone di fede...») Filangeri: «sì, vado in chiesa...» V. o.: «Filangeri adesso ci racconterà una storia davvero tragica, per fortuna finita bene! E' il giorno del quarantunesimo compleanno del signor Giuseppe...» F.: «no, io veramente ho trent'anni... trentuno anni ci ho io veramente...» V. o.: «Filangeri, avviciniamoci e raccontiamo al microfono la sua vera storia... Lei nasce quarantasette anni fa...» F.: «no, io veramente ci ho trentuno anni... ce ne ho trentuno, trentuno...» V. o.: «...in un quartiere povero. Venticinque figli...» F.: «no, veramente non ho figli...» V. o.: «No, no: lei era il venticinquesimo figlio.» F.: «ma noi siamo sette, no venticinque» V. o.: «La famiglia Filangeri è una famiglia povera, ma onesta. [...] Eppure, malgrado tutto, Filangeri viene su male: brutte compagnie, cattive esperienze. E come se non bastasse, Filangeri è soggetto a crisi epilettiche.» F.: «no, veramente questo no...»). È noto come la tv del 'realitysmo' metta in scena una realtà «depotenziata», ossia osservabile e riproducibile nella realtà vera, dando il via ad un circolo vizioso che ha ben descritto Walter Siti tra le pagine saggistiche del romanzo *Troppi paradisi*:

Quella che di solito, sbagliando, chiamiamo 'irrealtà' televisiva è invece *realtà depotenziata*. La realtà mostrata in tivù deve essere accettabile (e produrre denaro): dunque è bene tenerla sotto controllo, aggiustarla *prima* che la telecamera la riprenda. [...] Il cinema è realizzazione onirica, la tivù è onirizzazione (cioè addormentamento) del reale. La gente ospitata, anche se vera, è comunque 'gente da televisione', già predisposta dentro e fuori ad essere televisionabile. (Siti 2014: 769)

Nel caso citato dell'intervista a Filangeri, il meccanismo di drammatizzazione della realtà è infine svelato con una potenza inconsueta: quella della letteralità tragica, appunto. Ci sarebbe ironia se l'intervistato fosse una persona 'normale', per la quale la storia inventata sarebbe palesemente e sin da subito incongruente con la sua faccia (tutto il video è un primissimo piano del volto occhialuto di Filangeri). Il problema nasce quando ci rendiamo conto che la storia

inverosimile del venticinquesimo fratello della famiglia Filangeri è un'iperbole delle difficoltà che Giuseppe ha certamente incontrato. Perciò abbiamo la chiara sensazione di Sadismo dell'intervistatore. Ed in effetti egli è in una posizione di perversione nel senso posturale del termine: prende alla lettera la legge televisiva del 'dramma senza tragedia' (ovvero dell'ossessiva presenza di storie (melo)drammatiche sugli schermi televisivi senza che esse possano raggiungere un livello tragico, ovvero senza che possano agire sullo spettatore tutti quegli effetti impegnativi di cui la tragedia è sempre stata portatrice: catarsi, introspezione, ecc...) mostrandocene il lato sostanzialmente manipolatorio e autoritario. L'intervistatore si fa freddo strumento di questo ordine della rappresentazione, e in questo senso assume una posizione perversa: integra la legge televisiva attraverso le sue domande e rende manifesto il conformismo e l'aderenza della perversione al potere (Cfr. Žižek, 2004: 29). Tutti gli aspetti di ripetizione ossessiva delle domande, degli errori anagrafici, dell'insistenza sugli strafalcioni linguistici commessi dai personaggi, andranno letti come attuazione letterale della legge sadica che guida l'intervistatore e che sussume la posizione del pubblico.

### **La voce intervistante**

In tal senso può essere interessante un'analisi retorica e ideologica della voce off che in quasi tutti i corti modula il ritmo delle battute. Prenderemo in esame il genere televisivo più frequentato dagli autori palermitani: la pseudo-intervista. Qual è il ruolo e quali sono gli strumenti propri della voce fuori campo?

Anzitutto si può riscontrare, a dispetto dell'urbanità delle presentazioni e dei commiati, il carattere autoritario dell'intervistatore: il vocativo è un caso imperioso di 'interpellazione' althusseriana, che istituisce i personaggi come soggetti delle scene ciniche, proprio come Dio, nell'esempio di Althusser, istituisce il fedele proprio attraverso il dispositivo della vocazione:



L'ideologia religiosa cristiana [...] *dice*: io mi rivolgo a te, individuo umano di nome Pietro (ogni individuo è chiamato col suo nome, in senso passivo, non è mai lui a darsi il nome proprio) [...] ecco chi sei: tu sei Pietro! Ecco qual è la tua origine [...] ecco qual è il tuo posto nel mondo! Ecco ciò che devi fare! (Althusser 1976: 77)

Da questo punto di vista esiste una 'clip' abbastanza eloquente, che mette in luce il rapporto dialettico tra struttura eterna e declinazioni storiche del discorso ideologico. È il caso di una delle metamorfosi di Pietro Giordano, che si trasforma questa volta in Dio<sup>12</sup> (), e mette esplicitamente a tema ciò che era già emerso implicitamente attraverso la ripetizione ossessiva, da parte dell'intervistatore-interpellante, della stessa batteria di domande, qui puntualmente riproposta: e cioè che ad essere eterna, ripetitiva, sempre uguale a se stessa non è la voce di Dio (Voce off: «Da quanto tempo è Dio?» Giordano: «Da vent'anni» V. o.: «e prima cosa faceva?» G.: «chiedevo l'elemosina fuori dalle chiese», naturalmente) ma quella dell'intervistatore, della televisione. E non è proprio la correlazione tra queste due voci che illumina la distinzione di Althusser tra 'ideologie' (storicamente determinate, transeunti, contingenti) e 'ideologia' (il funzionamento strutturale dell'interpellazione, ripetitivo e prevedibile cui nondimeno non possiamo sfuggire (Cfr. Althusser 1976: 50))? La voce di Maresco ha cioè il ruolo di surdeterminazione delle voci espressive che ciascun personaggio offre alla telecamera, attraverso un montaggio in presa diretta. Non è il montaggio classico del cinema, di cui Pasolini affermava l'equivalenza con la morte nella sua opera di selezione delle scene e poiesi del significato di una vita (Pasolini 1972: 241), ciò che poneva il regista in posizione pantocratrice. Il montaggio si sposta dall'articolazione di video e sonoro alla gestione sintattica del discorso: una parte decisiva degli interventi della voce off riguarda l'ordinamento e il montaggio sintattico delle frasi, che in sé sono liberamente espresse dai protagonisti. Lo si vede, ancora una volta,

---

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=FlKgbv8Q2QI>

nelle interviste alle bizzarre metamorfosi di Pietro Giordano. Prendiamo la metamorfosi che lo ritrae come escremento di un barbone<sup>13</sup>: Voce off: «Lei è?» G.: «un escremento» V. o.: «che ci fa da queste parti?» G.: «sono stato depositato da un barbone» [...] V. o.: «qualche problema?» G.: «faccio puzza» V. o.: «be', mi sembra naturale» G.: «certo, è naturale» V. o.: «e allora?» G.: «sa io avrei preferito che sarebbe stato qualche uomo aristocratico, raffinato, ricco [...]» V. o.: «e invece?» G.: «questo barbone ha mangiato un piatto di pasta con i fagioli, improvvisamente gli è venuto mal di stomaco e mi ha depositato qui [...]».

Qui come in altri casi la voce intervistante funge da articolazione sintattica delle parole di Pietro Giordano ed è proprio nell'aspetto di gestione del discorso che si manifesta una caratteristica ideologica da cui possiamo trarre una critica al potere che mi pare più attuale che mai. Il potere contemporaneo agisce infatti attraverso dispositivi che, più che limitare o censurare o vietare del tutto l'espressione, la costringono in una struttura definita – con regole simili a quelle sintattiche, appunto. Questa operazione, oltre ad avere il compito di valorizzare economicamente l'espressione umana, attraverso l'interessamento del grande 'cavallo di Troia' della pubblicità, ha l'effetto non secondario di normalizzarla e costringerla in una sintassi predeterminata. Quanto appena brevemente descritto diviene regola strutturante se consideriamo il web: Google e Facebook, ad esempio, sono due strumenti che organizzano il 'mare magnum' del web secondo logiche algoritmiche apparentemente opposte ma affatto analoghe, se analizziamo con precisione. Il primo impone una sintesi secondo indicizzazioni che seguono logiche commerciali; il secondo dispone le varie espressioni degli utenti sull'homepage a seconda delle indicazioni sugli interessi e sulle preferenze dello 'user'(con il risultato di una ripetizione e di una conferma infinita della propria identità). Entrambi gli strumenti hanno cioè il compito di stabilizzare una logica,

---

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=5k2W2kE7xQ4&nohtml5=False>

il senso di ciò che è espresso senza tuttavia costringerlo o censurarlo apertamente.

## **L'anima del commercio**

Per andare più a fondo nella critica ideologica potremmo chiamare in causa un video del 1994 che mette a tema la questione della pubblicità<sup>14</sup>. Protagonista è uno dei fratelli Abbate, in piedi di fronte a un tavolo cui sono seduti anche Francesco Tirone (il ciclista di Palermo, uno dei componenti storici della compagine di *Cinico tv*) e Marcello Miranda (il malinconico e silente personaggio, anch'esso presente sin dai primi video di Cipri e Maresco, che interpreta spesso lo smaniosissimo Rocco Cane). Tutto il video è incentrato intorno alla seguente domanda, su cui Franco Abbate è interpellato e di cui naturalmente non sa nulla: che cos'è la pubblicità? Il gioco della voce intervistante, ancora una volta, è improntato alla ridicolizzazione dell'ignoranza dell'interpellato; egli drammatizza la sua inconsapevolezza ponendola al 'ralenty': Voce off: «che cos'è la pubblicità?» Abbate: «... è uno sport!» V. o.: «uno?» A.: «sport!» V. o.: «uno sport?» A.: «Sì, di... di... di qualunque cosa della pubblicità» V. o.: «...cominciamo male?» A.: «Sì!» Franco Abbate ammette di non sapere di cosa si tratta quando si parla di pubblicità, così, su suggerimento e concessione dell'intervistatore, si concede un minuto per riflettere. Dopo un intervallo, che per noi è rappresentato da una grottesca pubblicità di una 'carnizzzeria' palermitana (ossia di un macellaio), Abbate ha una risposta, probabilmente tratta da un rapido consulto con Tirone e Miranda, e giunge a tale conclusione: «la pubblicità è l'anima del commercio», anzi: 'commeccio'. L'intervistatore ovviamente non gli risparmia l'errore e spende un minuto abbondante a prendersi gioco della pronuncia regionale del termine commercio. Prima però insiste: Voce off: «e che vuol dire [che è l'anima del commercio?]

---

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=WSI4667Ro-M&nohtml5=False>

l'anima del commercio?» A.: «...boh!» A questo punto, attraverso un parallelismo con un'altra frase fatta (Voce off: «partire è un po'...» Abbate: «morire!»), l'intervistatore fa notare (ma nel registro della gentilezza ipocrita e persuasiva della televisione, si avvicina molto all'imporre un punto di vista) ad Abbate che si tratta di uno stereotipo. Tuttavia non si tratta di un avanzamento sul piano epistemologico, non c'è nessun incremento del sapere, poiché quest'ultimo è, ancora una volta, solo un ulteriore elemento di comicità e di gran confusione per il protagonista. Tant'è che l'intervistatore ricomincia a torturarlo sulla pronuncia siciliana di "commercio". Fino a quando, per concludere, dopo che Abbate si è reso conto dell'errore di pronuncia, chiede: V. o.: «diciamolo insieme: l'anima del...?» A.: «l'anima del... eeh... l'anima del commercio» V. o.: «del commercio?» A.: «Sì» V. o.: «che vuol dire...?» A.: «Morire!» Così si conclude l'intervista, dopo che tutto l'interpellare della voce fuori campo ha confuso Abbate fino a fargli rimescolare le due frasi fatte. Infine ciò che emerge dalla 'clip' è una meta-considerazione della frase fatta: «"la pubblicità è l'anima del commercio" vuol dire morire». È interessante che si giunga a questa inattesa conclusione non attraverso un ragionamento razionale e simbolico di dispiegamento della questione, bensì attraverso un puro processo confusivo di cortocircuito dei significanti, che fa assumere alla battuta una dimensione sintomatica. Essa ci mostra, in accordo con quanto affermato da Althusser, come il processo ideologico possa essere se non distrutto almeno posto in crisi non tanto da una decostruzione puntuale del concetto di pubblicità, quanto piuttosto dall'insistenza sul significante ideologico: in questo senso va letta l'affermazione secondo la quale l'uscita dal discorso ideologico avverrà inevitabilmente attraverso l'ideologia (Cfr. Althusser 1976: 71).

## Conclusioni

Quest'ultima affermazione althusseriana ha senso se interpretiamo l'ideologia alla luce della rilettura della classica formula marxiana («non sanno ciò che fanno, ciononostante continuano a farlo») che affronta Slavoj Žižek, in particolare ne *L'oggetto sublime*

*dell'ideologia*. Spostando il 'focus' della questione dall'ambito della conoscenza (l'ideologia come velo e distorsione della realtà) all'ambito del godimento (l'ideologia come ciò che torna sempre al proprio posto, la forza pulsionale che ci guida verso la riproduzione dello status quo per vie inconse e legate agli investimenti libidinali sulle fantasie soggettive), i problemi di un tentativo emancipatorio sono molto meno legati ad un lavoro di decostruzione dell'ordine simbolico-immaginario e più connessi inevitabilmente alla riflessione critica sul legame libidico che ciascuno sviluppa con le abitudini, gli stili di vita, gli atti che si ripetono nella propria vita. In un certo senso, assunto il fatto che una sorta di 'normalità' media della vita tende a ristrutturarsi in ogni mondo possibile, l'emancipazione 'tout court' dall'ideologia è una chimera: alienazione (nel senso di formazione e dipendenza della propria identità da un mondo altro, di cui non sappiamo le ragioni dell'esistenza), identità (e necessariamente il concetto ad essa correlato: l'esclusione), appartenenze ecc... sono fatti di cui dobbiamo assumere l'ineluttabilità. Ciò che si può fare, arguita l'influenza radicale che il potere (e oggi potremmo dire l'ideologia del capitalismo consumistico e liberista) detiene nei confronti del desiderio, cioè della parte ritenuta (ideologicamente) la più vera, la più vicina all'individualità, il nostro nucleo di verità, è cercare di intuire come funziona il nostro godimento e ridiscutere la propria individualità soggettiva attraverso ciò che torna sempre al proprio posto, ovvero le più innocenti e inconsapevoli abitudini.

Mi pare che *Cinico tv* non si spinga fino a tal punto, non faccia alcuna proposta politica positiva. Ma il suo rifiuto radicale della storicizzazione (pur, come si è visto, tenendo presente la Storia) e la messa in scena del sintomo sociale incarnato dai personaggi compie un analogo spostamento di attenzione: dalle ragioni storico-sociali di tale miseria al funzionamento logico che riproduce la realtà uguale a se stessa. Nel video già citato in cui Paviglianiti accompagna la carrellata sulle macerie del nostro mondo con un prolungato peto esso viene interpellato dalla voce fuori campo: Voce off: «Paviglianiti!» Paviglianiti: «Dica!» V. o.: «che cosa è successo?» P.: «non ne ho idea!»

V. o.: «lei non c'entra per caso?» P.: «certamente no!» V. o.: «Grazie Paviglianiti!» P.: «prego!» E ricomincia la sonora scorreggia di sempre.

## Bibliografia

- Althusser, Louis, *Sull'ideologia*, Bari, Dedalo libri, 1976.
- Castellazzo, Manilo - Zolli, Paolo, *Il nuovo etimologico*, Bologna, Zanichelli, 2000.
- Deleuze, Gilles, *L'immagine-tempo*, Milano, Ubulibri, 1989.
- Freud, Sigmund, "L'umorismo", *Opere*, Ed. Cesare Luigi Musatti, Boringhieri, Torino 1985: 499 – 508, X.
- La Gioia, Nicola, *In memoria di Ciprì e Maresco*, Milano, Doppiozero, 2012.
- Morreale, Emiliano, *Ciprì e Maresco*, Alessandria, Falsopiano, 2003.
- Pasolini, Pier Paolo, *Empirismo eretico*, Milano, Garzanti, 1972.
- Sesti, Mario, *Nuovo cinema italiano: gli autori, i film, le idee*, Roma, Theoria, 1994.
- Siti, Walter, *Il dio impossibile*, Milano, Rizzoli, 2014.
- Valentina Valentini e Emiliano Morreale (eds.), *El sentimento cinico de la vida, il cinema, i video, la televisione di Ciprì e Maresco – Da Cinico tv a Totò che visse due volte*, Palermo, s.n., 1999.
- Žižek, Slavoj, *L'oggetto sublime dell'ideologia*, Milano, Ponte alle grazie, 2014.
- Žižek, Slavoj, *L'epidemia dell'immaginario*, Roma, Meltemi, 2004.

## Sitografia

- Ghezzi, Enrico, *Illuminazioni*,  
[http://www.digilander.libero.it/irriverenza/partners\\_friends/blob\\_cinico-tv/blob\\_cinico-tv.htm](http://www.digilander.libero.it/irriverenza/partners_friends/blob_cinico-tv/blob_cinico-tv.htm), web (ultimo accesso: 14/04/2016).
- Cantone, Umberto, *Ciprì e Maresco: le facce e i corpi di Cinico tv*, 2001,  
<http://www.storie.it/numero/terza-quarta-quinta-persona/cipri-e-maresco-le-facce-e-i-corpi-di-cinico-tv-per-noi-paviglianiti-e-bello-sicuramente-piu-bello-di-isabelle-adjani-guardalo-recitare-a-silvio/>, web (ultimo accesso: 15/04/2016).
- <https://www.youtube.com/>

## **Filmografia**

*Cinico tv, vol.I: 1989-1992*, dir. Daniele Ciprì e Franco Maresco, Italia, 2011.

*Cinico tv, vol. II: 1993-1996*, dir. Daniele Ciprì e Franco Maresco, Italia, 2011.

*Il cacciatore di stelle*, dir. Giuseppe Tornatore, Italia, 1995.

## **L'autore**

### **Giacomo Tinelli**

Giacomo Tinelli (30/10/1986, Merate -LC-) è dottorando in letterature comparate all'università di Bologna. Si occupa di ideologia e di rappresentazione del sé nella cultura contemporanea in rapporto ai diversi media, prendendo in considerazione in particolare l'opera di W. Siti. Ha collaborato con la rivista "Between". Ha collaborato con il centro di Ideology Critique di Cardiff (Wales) e con il suo direttore Fabio Vighi.

Email: [giatin8@gmail.com](mailto:giatin8@gmail.com)

## **L'articolo**

Data invio: 15/05/2016

Data accettazione: 30/09/2016

Data pubblicazione: 30/11/2016

## **Come citare questo articolo**

Tinelli, Giacomo, "L'oscena flatulenza della realtà. *Cinico TV: un'analisi ideologica.*", *Chi ride ultimo. Parodia satira umorismi*, Eds. E. Abignente,



F. Cattani, F. de Cristofaro, G. Maffei, U. M. Olivieri, *Between*, VI.12 (2016), <http://www.betweenjournal.it/>