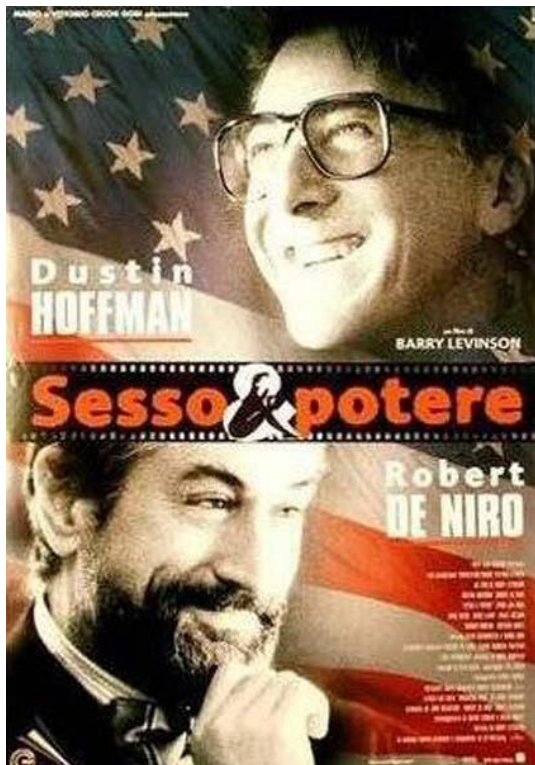


Sesso & potere

Wag the Dog



Regia: Barry Levinson
Soggetto: Larry Beinhart (dal proprio racconto *American Hero*)
Sceneggiatura: David Mamet, Hilary Henkin
Fotografia: Robert Richardson
Montaggio: Stu Linder
Musiche: Mark Knopfler
Interpreti: Robert De Niro (Conrad Brean), Dustin Hoffman (Stanley Motss), Anne Heche (Winifred Ames), Denis Leary (Fad King), Willie Nelson (Johnny Dean), Andrea Martin (Liz Butsky), Woody Harrelson (sergente William Schumann), Kirsten Dunst (Tracy Lime), William H. Macy (agente Charles Young), John Michael Higgins (John Levy), Suzie Plakson (Grace), James Belushi (se stesso), Craig T. Nelson (senatore John Neal).
Produzione: USA (1997).
Durata: 97 min.
Premi: Festival di Berlino: *Orso d'Argento* (1997); National Board of Review Awards 1997: miglior attrice non protagonista (Anne Heche).

IL REGISTA. BARRY LEVINSON (1942) è un regista, sceneggiatore, attore e produttore cinematografico e televisivo statunitense. Attore e autore di commedie per il teatro e la televisione, è noto soprattutto per la realizzazione di film assai celebri, tra i quali *Good Morning, Vietnam* (1987), *Rain Man - L'uomo della pioggia* (1988, con il quale ha vinto il premio Oscar per la migliore regia nel 1989), *Toys - Giocattoli* (1992), *Rivelazioni* (1994), *Sleepers* (1996), *Sesso & potere* (1997) e *The Bay* (2012).

LA TRAMA. Mancano due settimane alle elezioni e il Presidente degli Stati Uniti in carica viene coinvolto in uno scandalo: è accusato di aver molestato una minorenne all'interno della Casa Bianca. Prima che l'incidente possa causare danni irreparabili per la rielezione, viene chiamato alla Casa Bianca Conrad Brean, consulente esperto di mass media (uno *spin doctor*), al quale viene affidato il compito di fare in modo che l'opinione pubblica sia impegnata con qualche altro avvenimento, così da coprire l'eventuale svolgersi della "questione" che coinvolge il Presidente. Conrad ha una straordinaria abilità nel manipolare politica, stampa e popolazione. Si reca subito in California e, a Los Angeles, convince abilmente Stanley Motss, produttore cinematografico, a partecipare all'impresa. Dopo avere buttato giù varie idee, viene trovata quella giusta: far credere alla popolazione che è scoppiata una guerra, alla quale gli Stati Uniti non possono non partecipare...



RECENSIONI. Società dello spettacolo tra realtà e apparenza

Nella società dello spettacolo è sempre più difficile distinguere tra realtà e visibile, poiché le immagini sono generalmente considerate prove. Il film narra di una televisione che lungi dal riprodurre esclusivamente la realtà, possiede capacità manipolative utili per sostenere i più oscuri e abietti giochi di potere. In *Sesso & potere*, come in *Capricorn One*, abbiamo l'estremizzazione massima di questo aspetto: un evento di portata mondiale come una guerra è elettronicamente costruita ex novo e fatta passare per vera attraverso le immagini televisive. Il fantomatico conflitto in questione vede come protagonisti gli Stati Uniti e l'Albania, nazione di cui si sa ben poco e che pochi americani saprebbero collocare sulla carta geografica. La scelta del paese sconosciuto è paradigmatica per capire i metodi di elaborazione e di ricezione di un messaggio mediatico; infatti il pubblico è più propenso ad accettare il punto di vista dei giornalisti quando si tratta di notizie provenienti da aree di cui hanno scarsa esperienza personale. Il personaggio di Brean, interpretato da De Niro, ripete in continuazione durante tutto il film: «L'ha detto la tv». L'espressione è la chiave del film e significa che l'avvenimento in questione esiste e acquista autorevolezza attraverso il mezzo televisivo. Lo stesso messaggio, però, divulgato a mezzo stampa non avrebbe la stessa attendibilità, perché non accompagnato dall'elemento che attribuisce veridicità nella società moderna:



l'immagine. Per ricreare il conflitto il team di Brean costruisce un fittizio villaggio albanese e per rendere verosimile l'attacco vengono utilizzati tutti gli stereotipi di una guerra: un paesino bombardato, la ragazza albanese che fugge, soldati feriti, le sirene che annunciano i bombardamenti e soprattutto un eroe. Tutti questi luoghi comuni non è detto che esistano realmente, ma la maggior parte delle persone non possiede un'esperienza diretta della guerra; lo spettatore medio, quindi, ha la mente affollata di immagini belliche provenienti da televisione e cinema. La particolarità di questo film risiede anche nei riferimenti alla Guerra del Golfo; cosa hanno saputo i cittadini americani del primo attacco contro Saddam? La risposta è alquanto deludente ed è perfettamente espressa nel film: «Un video mostra una bomba che cade in un camino e il palazzo salta per aria, magari è stato fatto con il Lego». Anche il filosofo Jean Baudrillard aveva provocatoriamente dichiarato che la Guerra del Golfo non è mai esistita, l'era della televisione ha creato un paradosso per cui uno dei conflitti più visti di

sempre, in realtà è stato il meno visto¹. Il tema della pellicola è la potenzialità manipolativa della televisione che ha la pericolosa capacità di occultare notizie scomode semplicemente attraverso la messa in scena di argomenti, di diversa natura, più interessanti per il pubblico. In questo caso, infatti, creare una guerra doveva servire a coprire uno scandalo sessuale che aveva come protagonista il Presidente degli Stati Uniti². Lo

¹ J. Baudrillard, "La Guerra del Golfo non avrà luogo", in *Guerra virtuale e guerra reale: riflessioni sul conflitto del Golfo*, Mimesis, Milano 1991.

² Paradossalmente la situazione imbarazzante che fa da motore alla narrazione del film, cioè l'avventura sessuale del Presidente, aveva dei riferimenti inaspettati alla vicenda del sexgate di Bill Clinton. La pellicola, tuttavia, era in lavorazione quando scoppiò lo scandalo, quindi siamo portati a pensare che si tratti di una coincidenza.

scopo era di rendere insignificanti le prestazioni erotiche del Capo dello Stato, vista la gravità della situazione internazionale. Nei notiziari di Sesso & potere nessuno mette in dubbio che le notizie riguardo l'Albania possano essere false, anzi danno allo spettatore la sensazione che quello che vede è vero, quando in realtà è solo una ricostruzione. La televisione può mentire e falsare la verità, esattamente come qualsiasi altro strumento di comunicazione. La differenza è che la forza di veridicità insita nell'immagine rende la menzogna più efficace e quindi più pericolosa³. (Maria Luna Bonacci su mediastudies.it)

La fede americana nel potere taumaturgico dei media

Per ogni dieci pellicole che esaltano la figura del *mudracker*, il reporter che si sporca le mani pur di sbugiardare il Pezzo Grosso di turno ("è la stampa, bellezza"), ce n'è una che scuote cinicamente la testa. *Wag the Dog* rientra nell'ultima categoria. Il titolo gioca in antitesi al *watchdog*, "il cane da guardia" che una tipica mentalità liberale anglosassone suppone dover essere l'informazione a tutela dei cittadini. Di contro, il cane che "si morde la coda" rappresenta proprio i mezzi di comunicazione e la stessa opinione pubblica, in un circolo vizioso che inizia dalle stanze dei bottoni. [...] Qui il caso scottante da cui far distogliere l'attenzione è, tanto per cambiare, un affare di lenzuola del Presidente, che coinvolge addirittura una scout girl (da cui il "sesso" del titolo italiano, in realtà un mero pretesto narrativo). Per far cambiare discorso a giornali e tv si pensa bene di mettere su una (finta) guerra, contro l'Albania, giocando tutto sull'ignoranza dell'americano medio in fatto di geografia e politica estera. I potenti mezzi delle megaproduzioni si mettono allora al servizio di un grande inganno in technicolor, escogitando una sceneggiatura in corsa, con tanto di musiche originali, attori, comparse, colpi di scena e happyending che non sempre finiscono bene. Vale la pena dare un'occhiata alla cronologia: perchè il 1997 non anticipa soltanto il Sexgate che travolse Bill Clinton (e che il film quasi preannuncia) ma anche l'intervento della Nato in Kosovo contro la Serbia di Milosevic. A vederle col senno di poi, le affinità tra lo scenario prospettato da *Wag the Dog* e quello poi effettivamente concretizzatosi sono inquietanti, ancor più in un copione che parla di cospirazioni segrete. Senza avventurarsi in (ulteriori) congetture su chi sapeva cosa, quello che Levinson mette bene a fuoco è la nuova, disincantata consapevolezza che i governi statunitensi hanno imparato a sviluppare a proposito dell'argomento Guerra. Dopo l'esperienza del Vietnam, un altro conflitto "in diretta" sarebbe un'impensabile ingenuità: per questo si fa censura senza coprire le immagini, anzi moltiplicandole. Il caso limite di un attacco inventato dal nulla per distrarre da altre questioni serve soprattutto a dimostrare come la manipolazione della realtà passi necessariamente per l'**ipermediazione**, in piena sintonia con l'estetica hollywoodiana: al pubblico non si negano i fatti, gliene si dà quanti ne vuole per come li vuole, con aggiunta di effetti speciali. Le uniche verità certe restano quella che i media danno in pasto al pubblico ("è vero se l'ha detto la televisione") e quelle che non devono uscire dal retrobottega: lo imparerà a sue spese il produttore Motts, quando deciderà di seguire le sirene della vanità personale per porre la



firma in calce al suo lavoro. Ma il gioco della politica dietro le quinte è un gran Teatro che non ammette riflettori. (Simone Dotto su effettonotteonline.com)

SPUNTI FILOSOFICI VERITÀ, GIUSTIZIA E ALTRI EFFETTI SPECIALI

Che il potere intrattenesse una relazione speciale con la **rappresentazione** (di se stesso e del mondo) lo si era capito già dall'epoca di Luigi XIV, quel *Re Sole* che modestamente s'incarnava con lo Stato stesso (*l'Etat c'est moi*) e, creando Versailles e i suoi riti e cerimonie, aveva messo in scena quel *Teatro del Potere* in cui si specchiava e si mostrava. La "rappresentazione del potere" era, nel caso delle monarchie assolute, funzionale al loro assolutismo, il cui esercizio doveva sempre ricondursi anche alla celebrazione di se stesso e della propria unicità. Ma ci sono voluti i totalitarismi novecenteschi e la rivoluzione tecno-mediatica successiva perché diventasse evidente anche la vera natura del nesso tra potere e rappresentazione (e dunque tra potere e creazione di verità): dallo "spettacolo della politica" implicito nel paradigma hobbesiano del *Leviathan* si è passati alla "politica come spettacolo", al potere come manipolazione mediatica e creazione di realtà fittizie ma condivise e 'performative' (perché istituite dai media). Dalla rappresentazione del potere al "potere della rappresentazione" (o al potere *di* rappresentare) il passo è allo stesso lungo e breve. Lungo, perché presuppone un supporto mediatico e tecnico prima inesistente, e reso possibile solo dalle infinite e ancora inesauribili trasformazioni introdotte dalla rivoluzione industriale. Breve, perché in realtà, forse, la natura manipolatoria del potere (nei confronti della verità e dei suoi sensi) è, potremmo azzardare, di natura ontologica e non contingente. Lo fa capire bene questa pellicola e il ruolo del suo protagonista, lo **spin doctor** Conrad Brean (alias Robert De Niro), che impersona la vera natura del potere: invisibile, apparentemente inesistente, e "creatore". Chi è lo "spin doctor"? Il termine deriva dal baseball dove *to spin* si usa per descrivere un particolare effetto che il lanciatore dà alla palla per imprimerle una traiettoria poco chiara che possa ingannare il battitore. Così lo spin doctor è un esperto nel deviare il flusso dell'informazione. Un professionista della comunicazione che ne stravolge i mezzi (i "media") per diffondere "verità" ad uso e consumo delle necessità occasionali del potere per cui lavora. I media, qui il cinema e la televisione, possono trasformare il falso in verosimile, ma è poi il potere a trasformare il verosimile in verità pubblica, ovvero in verità *per il pubblico*, che è infine il "popolo sovrano". È per capire questo che la traduzione italiana del titolo originale del film gioca un pessimo servizio. Il titolo originale – l'assonanza *Wag the dog* – deriva da un gioco di parole spiegato in una didascalia all'inizio del film: «*Why does a dog wag its tail? Because the dog is smarter than the tail. If the tail was smarter, it would wag the dog*» («Perché un cane agita la coda? Perché il cane è più intelligente della sua coda. Se invece fosse più intelligente la coda, agiterebbe lei il cane»). Chi crea la verità? Chi ha il potere di rappresentarla? Nelle moderne democrazie tecnocratiche (ovvero massmediatiche) assistiamo visibilmente a questa inversione tra la parte (la coda) e il tutto (il cane), ovvero tra chi governa (e dovrebbe "rappresentare" – altro bisticcio interessante) e chi è governato (ed è "rappresentato"). Insomma è la parte a controllare il tutto ed è l'informazione a creare la notizia, e non la notizia a creare l'informazione. Si arriva così a *Wag the dog*: il cane è l'opinione pubblica costituita da persone vere, la realtà, forte, sostanziosa, organica che dovrebbe muovere e controllare la coda che è la sua rappresentazione. Nel mondo messo in scena dal film la coda è diventata più grande e potente del cane: è la rappresentazione a produrre la realtà, creando un evento più estremo dei fatti reali da cui distoglie l'attenzione.



FONTI: Wikipedia; Mereghetti, *Dizionario dei film* (2011); mymovies.it; comingsoon.it; cinesperienza.altervista.org; athenaeumnae.it/cineteca; mediastudies.it; effettonotteonline.com.

³ Cfr. G. Sartori, *Homo videns*, Laterza, Bari 1997, p. 69.