

Le innovazioni tecnologiche relative al consumo delle immagini in movimento (tv, vhs, dvd, internet) suscitano un intreccio di curiosità e timore: alla possibilità di estendere indefinitamente il *piacere del testo* si contrappone la minaccia che incombe sul *rituale* della sala di proiezione; per questo, ai fanatici della novità si contrappongono i censori. Nello spazio fra opposte reazioni oltranziste, si possono individuare tre prospettive critiche: *quantitativo/qualitativa*, *estetica*, *sostanziale*. Secondo la tesi *quantitativo/qualitativa*, il dvd non incide su produzione o ricezione dei film (i quali sono fatti e vengono visti sempre nello stesso modo), ma trasforma la loro distribuzione: se ne possono vedere *di più* e li si possono vedere *meglio*. Il dvd dà visibilità a film rimossi o banditi dal circuito commerciale, eccedendo la meschinità delle logiche distributive e così consentendo agli spettatori più curiosi o esigenti di eludere i soprusi del capitale; l'avvento dei dischi digitali infonderebbe poi nuova linfa al cinema in rapporto non solo alla *quantità* dei film visibili, ma anche

alla *qualità* del vedere, permettendo agli spettatori di svincolarsi dalle angherie dei distributori (censure, accorciamenti, doppiaggio). Inoltre, se è vero che il circuito del videonoleggio funziona sovente come una copia del mercato delle pellicole (e rinunciare a vedere un film al *multiplex* per noleggiare un disco al Blockbuster sembra un caso di transizione dalla padella alla brace), le potenzialità di Internet aprono canali per la circolazione su dvd dei titoli meno convenzionali. Ma l'ottimismo della tesi *quantitativo/qualitativa* conosce un'obiezione: l'avvento del *troppo piccolo* del dvd, insieme al *troppo grande* dei *multiplex*, sta stritolando le sale cittadine. Se in un mondo ideale i dvd pungolerebbero distributori ed esercenti a migliorare la qualità dell'offerta in sala, in realtà spostano spettatori dalle piccole sale al consumo domestico, rischiando così di radicalizzare la natura consumistica del circuito commerciale e di rendere assoluta l'egemonia dei *multiplex*. (1 - segue).

Hans Ranalli