

CINERGIE

il cinema e le altre arti



INDICE SPECIALE

Nicolò Gallio, Marta Martina

Love of the Common People. Il crowdsourcing e il crowdfunding nell'economia dell'audiovisivo contemporaneo

pag. 04

Chuck Tryon, Miriam De Rosa

Crowd, Space and the Movie Theater Lure. Notes on Contemporary Off/Online Moviegoing

pag. 09

Mariana Ciancia, Katia Goldoni, Walter Mattana

Enhancing the Crowd. Audience e creatività diffusa nei processi produttivi audiovisivi

pag. 16

Lucia Tralli

"The Biggest Fan Remake of All Time". Star Wars Uncut: fans e crowdsourcing in una galassia lontana lontana

pag. 23

Chiara Checcaglini

"How Big Can We Make It?": il dibattito intorno a The Veronica Mars Movie Project

pag. 32

Paola Brembilla

La produzione senza distribuzione: il caso Mobcaster

pag. 41

Luca Barra

Folle del piccolo schermo. Crowdsourcing e crowdfunding sulla televisione italiana

pag. 47

Valentina Re

Crowdfunding, produzione e marketing: il caso Subbuteopia

pag. 54

Riccardo Fassone, Mauro Salvador

Project Godus: Peter Molyneux e l'economia della curiosità

pag. 67

Talia Leibovitz, Antoni Roig, Jordi Sánchez Navarro

Collaboration and Crowdfunding in Contemporary Audiovisual Production: The Role of Rewards and Motivations for Collaboration

pag. 73

SOTTO ANALISI

Valentina Re

L'università che cade dalle nubi.

Spazi e rappresentazioni della ricerca nel cinema italiano contemporaneo

pag. 81

Elizaveta Zhdankova

Il cinema in Unione Sovietica attraverso lo sguardo degli spettatori: aspettative e realtà nel periodo della Nep

pag. 95

INDICE ART AND MEDIA FILES

Alain Boillat et Raphaël Oesterlé

Enjeux méthodologiques et théoriques liés à l'exploitation d'un fonds d'archives de magazines de bandes dessinées (1946-1959)

pag. 103

Matteo Stefanelli

La bande dessinée, expérience "archivable"

La mémoire en bédé, entre dispositifs de lecture et stratégies culturelles

pag. 114

CAMERA STYLO

Antonio Iannotta

Sleep Dealer, tra biopolitica e Philip K. Dick

Il nuovo sogno americano

pag. 120

Andrea Franco

L'Ucraina pittoresca ed eroica

I film tratti dalle opere di Gogol' e le commedie laccate

pag. 127

ORIENTI OCCIDENTI

Jean-Michel Frodon

Le monde, ça se voit dans les films

pag. 138

Francesco Boille

Quando la Francia produce l'Asia è arte (contemporanea)

pag. 145

CRITICA, CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Giulio L. Giusti

Expressionist Use of Colour Palette and Set Design in Dario Argento's *Suspria* (1977)

pag. 154

Simone Brioni

Zombies and the Post-colonial Italian Unconscious

Lucio Fulci's Zombi 2 (1979)

pag. 166

Gabriele Scalessa

The Female Vampires and the Uncanny Childhood

A Journey across Italian Gothic Cinema

pag. 183

Mariarita Martino Grisà

The Cinematic Unconscious and the Gaze in Dario Argento's *Profondo rosso* (1975)

pag. 192

SPECIALE *Love of the Common People. Il crowdsourcing e il crowdfunding nell'economia dell'audiovisivo contemporaneo*

“Il 26 ottobre 2013 l'Italia si racconta nel primo film girato da te.”⁽¹⁾

Per quanto tempo si può continuare a presentare come innovativo quello che ormai sta assumendo i tratti di un format seriale e localizzabile? La domanda sorge spontanea considerando il tono entusiasta con cui è stato presentato il progetto *Italy in a Day - Un giorno da Italiani*, l'adattamento di *Life in a Day* (Kevin Macdonald, 2011) prodotto da RaiCinema, Indiana e Scott Free: “un entusiasmante esperimento di cinema collettivo”, “il primo film girato da tutti noi”, “un esperimento di libertà e democrazia applicata al cinema”⁽²⁾, che ha documentato un giorno della vita degli Italiani, e la cui prima fase si è conclusa nei giorni scorsi.

È ancora possibile parlare di progetti come *Italy in a Day* in termini di modelli innovativi che si pongono come un'alternativa ai processi produttivi tradizionali? Presentare queste produzioni come se fossero sempre nuove e uniche, concorre infatti a mantenerle nell'alveo dei progetti sperimentali, quando invece le dinamiche dei film realizzati in crowdsourcing sono ormai ben evidenti almeno dal 24 luglio 2010, il giorno in cui *Life in a Day*⁽³⁾ ha invitato gli abitanti di tutto il globo a prendere parte al primo film collaborativo su scala mondiale.

Sempre più utilizzate nell'odierno panorama delle industrie creative, dunque, le pratiche di crowdsourcing e crowdfunding, a cui è dedicato lo speciale del quarto numero di *Cinergie. Il cinema e le altre arti*, necessitano di essere indagate tenendo conto di tutte le significative mutazioni che hanno avuto luogo nel versante produttivo, distributivo e fruitivo. Nello specifico, abbiamo tentato di dar conto di alcuni casi di studio che permettono di trarre considerazioni in ambito più generale delle prassi che caratterizzano i processi collaborativi in atto nelle industrie culturali.

Lo speciale, nato con lo scopo di fotografare una mutazione in atto, ha cercato di riunire una serie di contributi che hanno fatto emergere diversi tratti ricorrenti e alcune criticità. Ad un'analisi più dettagliata, infatti, ogni progetto che si rivolge alla “folla” presenta tre aspetti peculiari, che vogliamo mantenere come linee guida nell'introduzione a questa analisi e che consentono di arricchire il *frame* della cultura partecipativa: un aspetto legato alla *partecipazione*, uno alla *condivisione* e uno al *finanziamento*. Tenere in considerazione una possibile tripartizione di questi fenomeni ci consente di ricostruire pratiche, tensioni e dialoghi tra istanze produttive e volontà di coinvolgimento degli utenti.

Come ricorda [Lucia Tralli](#) nel suo articolo, ci troviamo “in un campo scarsamente esplorato, in cui è necessario combinare riflessioni provenienti da ambiti diversi per individuare percorsi efficaci alla comprensione del funzionamento di questi prodotti.” Ad esempio, analizzare la fase della partecipazione significa considerare le diverse modalità con cui è possibile prendere parte ad un progetto audiovisivo collaborativo: si delineano per cui diverse “intensità” di partecipazione, ognuna con le sue peculiarità. Questi nuovi assetti sono caratterizzati da complesse articolazioni che è necessario valutare a partire dall'area produttiva che, attraverso l'affermarsi del ruolo del *prosumer* e del *pro-am*, tra gli altri fattori, sta ridefinendo in modo sempre più marcato le dinamiche tra produttori e fruitori.

Ma per comprendere le implicazioni legate ai processi collaborativi, la contestualizzazione storico-critica del concetto di folla è una premessa utile ad evidenziare gli elementi di continuità e discontinuità tra la formulazione moderna e contemporanea. Se ne occupano nel loro contributo [Chuck Tryon e Miriam De Rosa](#): a partire dagli influenti lavori di Benjamin, Kracauer e Hansen, i due autori delineano una storia del concetto di folla e dell'atto di “andare al cinema” che implicano un processo collettivo che beneficia delle nuove tecnologie e delle possibilità collaborative che queste aprono. A questo proposito, il focus sulla piattaforma Gathr, modello di “theater-on-demand”, mette in evidenza la possibilità di abbinare i processi e gli spazi di consumo tradizionali a quelli innovativi, dando luogo ad una “integrazione virtuosa” che fa

SPECIALE del crowdsourcing uno strumento utile a promuovere progetti cinematografici indipendenti.

Inoltre, è necessario comprendere come cambia il *frame* della partecipazione intesa come “forza-lavoro creativa”, quando le spinte *top-down* e *bottom-up*, al centro delle pratiche mediali che stiamo considerando, danno vita a interazioni complesse sempre più fondamentali nella definizione di modelli di diffusione dei contenuti creati in crowdsourcing o finanziati in crowdfunding: si prenda l’esempio di progetti collaborativi fortemente strutturati come *Life in A Day* o *The Johnny Cash Project* (2010), spesso coordinati da curatori noti (Ridley Scott, Chris Milk) o legati a film cult (*Star Wars Uncut* come omaggio all’universo *Star Wars*). Inoltre, si consideri come sta cambiando il crowdfunding da quando, a chiedere supporto, sono *celebrities* come Zach Braff (<http://www.kickstarter.com/projects/1869987317/wish-i-was-here-1?ref=live>), registi affermati come Spike Lee (<http://www.kickstarter.com/projects/spikelee/the-newest-hottest-spike-lee-joint>) e Paul Schrader (<http://www.kickstarter.com/projects/1094772583/the-canyons>) o titoli conosciuti come la serie televisiva *Veronica Mars* (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project?ref=live>).

L’esperienza mediale, per cui, ora non riguarda solo ed esclusivamente il contenuto creativo, ma anche quella fase produttiva che fino a poco tempo fa era vista come un “extra” totalmente a carico degli addetti ai lavori. Questa fase diventa infatti più complessa e chi progetta una campagna di crowdsourcing e crowdfunding, si comporta come un vero e proprio “architetto dell’informazione”⁽⁴⁾. Già il transmedia storytelling, nella sua valenza di esperienza d’uso delle narrazioni seriali contemporanee, aveva ridefinito in maniera più ampia l’idea stessa di narrazione, spostandola verso l’estensione spaziale e temporale (delocalizzazione della fruizione; personalizzazione del proprio palinsesto) e sembra essere dunque alla base di cambiamenti sia nell’ambito della produzione creativa, sia in quello della cultura dei fan, sia nella *remix culture*⁽⁵⁾.

Le fasi di produzione e distribuzione di alcuni progetti che hanno compreso le potenzialità della Rete, si sono rifunzionalizzate in maniera fruttuosa alla luce dei cambiamenti portati dalle nuove forme di circolazione di contenuti legate alla diffusione di Internet, dalla fruizione multiplatforma, dal mutamento delle forme testuali, dall’aumento delle risorse destinate al marketing e alla promozione. Il settore distributivo, che con la disintermediazione della filiera sta progressivamente riconfigurando l’approvvigionamento dei contenuti mediali, ha reso la gestione della *delivery* non più una fase limitata di una produzione chiusa, ma un momento chiave della produzione in cui le strategie di *audience building* impattano sulla durata e sul ciclo di vita di un prodotto *crowdsourced* e *crowdfunded*. All’interno della riconfigurazione del sistema mediale contemporaneo, dunque, questi modelli spostano l’inizio dell’intrattenimento già in fase di produzione, rendendo possibile un percorso di *engagement* che comincia ben prima della forme narrative tradizionalmente intese.

Nel momento in cui film e serie TV assumono le forme di ecosistemi narrativi⁽⁶⁾ in cui non si segue semplicemente una *storyline*, ma si assiste alla creazione di un vero e proprio universo, partecipare attivamente o seguire le fasi di creazione di un progetto *crowd*, soprattutto nel caso di franchise più o meno noti, è un’esperienza parimenti distribuita e diversificata. A partire da questo differente tipo di impostazione si può infatti pensare che l’interesse degli spettatori sia stimolato sin dalle fasi di preparazione/concept. Per esempio, se una delle caratteristiche delle serie televisive è l’*overdesign*, tratto principale per la costruzione di un *media franchise*, le piattaforme e i progetti collaborativi hanno adottato questo principio e hanno creato un elevato grado di densità delle informazioni che si situa nella logica dei cosiddetti *deep media*⁽⁷⁾. Ciò permette di introdurre il concetto di *presumer*⁽⁸⁾, una tipologia di fruitore che allarga l’idea stessa di fruizione creativa e la fa partire già dalle origini dei progetti.

Nei casi qui presi in esame, inoltre, la possibilità di accesso e fruizione ai contenuti sembra essere modellata sulla cosiddetta *software culture*⁽⁹⁾, le cui caratteristiche sono riassumibili nel fatto che i contenuti iniziano ad assomigliare ai software, prendendo da loro in prestito tratti quali l’estendibilità permanente, il concetto di *perpetual beta* e quello di database. Infatti, in molti lavori il curatore che

SPECIALE fornisce gli strumenti e le regole dell'interazione, diventa una sorta di *database designer*: pensiamo alla quantità di dati navigabili che costituiscono l'"archivio" dei progetti collaborativi, da [Life in a Day a Star Wars Uncut](#).

Per questo, nel team che coordina il progetto fin dagli esordi è sempre più presente la figura di un *curatore/creative producer/audience designer* in grado di coordinare gli aspetti "logistici" del racconto. Questo tipo di organizzazione ridisegna le caratteristiche dei sistemi mediali e creativi, dando vita a progetti difficili da definire in maniera univoca, se non come *relational objects*⁽¹⁰⁾, come *Star Wars Uncut* che, secondo Lucia Tralli, "si potrebbe chiamare *videoremix collaborativo, fanmade film partecipativo, o mashup fanmade remake*, correndo il rischio a ogni scelta lessicale di perdere qualche dettaglio della sua complessità". In questi oggetti, la cui natura di *convivial media*⁽¹¹⁾ è sia legata al meccanismo di funzionamento, ma anche alla spinta alla collaborazione, la fase del "condividi" richiede di soffermarsi con attenzione sulle dinamiche di diffusione. La maggior parte dei progetti sviluppati in crowdsourcing e finanziati in crowdfunding, infatti, ottiene visibilità grazie alla condivisione da parte di utenti che non finanziano né partecipano in modo diretto alla creazione di contenuti. Questo riconfigura il modo in cui si forma l'interesse nei confronti di un progetto, dal momento che, nel *frame* della cosiddetta *expectation economy*⁽¹²⁾, che rende già la fase di *pre-launch* una forma di intrattenimento, gli utenti hanno una duplice possibilità: esplorativa (limitarsi a osservare) o configurativa (decidere di finanziare o di aggiungere contenuti al database).

Questa pianificazione del progetto e delle sue estensioni permette anche a chi non lo ha finanziato o non vi ha preso parte in prima persona, di seguire, per esempio, il destino di Veronica Mars esattamente come si fa con un *feed* RSS. Nel *The Veronica Mars Movie Project*, infatti, convergono molteplici istanze che delineano la fisionomia dell'attuale panorama cine-televisivo. Come scrive [Chiara Checcagliani](#), il progetto fa emergere "nuove implicazioni nella mappatura delle pratiche dei fandom, la possibilità di percorsi produttivi inediti, la rinegoziazione dei rapporti tra realizzatori, consumatori, intermediari", consentendo di connettere un'epoca del passato recente della televisione americana con le tendenze che caratterizzano il presente. Inoltre, l'autrice ricorda come "nel costante cambiamento delle relazioni tra spettatori e oggetti mediali, lo spazio di condivisione dei fan si moltiplica, così come le modalità di partecipazione e interazione, ma la sottoscrizione di una campagna di finanziamento somiglia di più a modalità tradizionali di valorizzazione dei propri desideri audiovisivi, come appunto una prenotazione o un pre-acquisto".

Tali dinamiche, difficili da mappare e prevedere, richiedono una riflessione che offra nuove prospettive sulla *circolazione come promozione*, in grado di superare il generico riferimento alla viralità⁽¹³⁾, e richiedono altresì una riconfigurazione dei rapporti tra promotore e pubblico, nella direzione di una sempre più sofisticata costruzione della propria audience: un'operazione che, come ricorda [Valentina Re](#), inizia già sulle piattaforme di finanziamento stesse, dando luogo a "una grande narrazione transmediale 'goal-oriented'".

Questa "creatività diffusa" è indagata da [Mariana Ciancia, Katia Goldoni e Walter Mattana](#): per comprendere come cambia il flusso produttivo, gli autori si concentrano su casi di successo come *Iron Sky* (*Id.*, Timo Vuorensola, 2012) e *The Cosmonaut* (*El Cosmonauta*, Nicolás Alcalá, 2013), mettendo in evidenza che per la creazione di narrazioni complesse è necessario "pensare a dei modelli più flessibili che permettano il coinvolgimento di un'audience evoluta, la cui partecipazione e collaborazione è fondamentale per la produzione del progetto stesso".

Ma a fronte di tanti filmmaker, produttori e utenti che guardano a questi processi con entusiasmo, non mancano le forti criticità: già nell'articolo dedicato a *The Veronica Mars Movie Project*, si mette ad esempio in evidenza il difficile equilibrio tra finanziamento dal basso e dialogo con una major cinematografica. Il contributo di [Luca Barra](#), invece, sposta l'attenzione al panorama italiano: considerando l'esperimento di *One Million Eyes, Baby*, della piattaforma 16 mm di Mediaset e dell'esperienza di crowdfunding di

SPECIALE Servizio Pubblico di Michele Santoro, appare evidente l'“adozione parziale” e ancora frammentaria di questi strumenti. In tutti e tre i casi, l'autore sottolinea come “l'attenzione al web è uno strumento retorico, costantemente ribadito proprio agli spettatori meno coinvolti: un costruito effetto di innovazione, più che un'innovazione vera e propria” o “una soluzione di emergenza, adottata temporaneamente e accantonata non appena i problemi produttivi si risolvono e il sistema si ‘normalizza.’”

A proposito di “normalizzazione del sistema”, l'articolo di [Paola Brembilla](#) si concentra sulla piattaforma Mobcaster, il cui obiettivo è promuovere una televisione alternativa dal modello dei network e “creare un trampolino di lancio sia per i creatori delle serie, sia per i prodotti stessi, nella speranza che questi vengano notati e acquistati anche dai network.” Ma, come sottolinea l'autrice, il *webcasting* come terreno di produzione per un'eventuale distribuzione televisiva, si scontra con fondamentali differenze creative e commerciali, evidenziando criticità nel business model e nel dialogo con i propri interlocutori.

Con il pezzo di [Riccardo Fassone e Mauro Salvador](#), invece, ci spostiamo nell'ambito dei videogiochi, in cui questi modelli non sono visti come un'adozione temporanea in attesa che il sistema si normalizzi. Gli autori infatti ci ricordano che i giochi di ruolo e *adventure* sono i generi che hanno beneficiato maggiormente del boom del crowdfunding videoludico, specialmente quando le campagne sono caratterizzate dalla presenza di “celebrity game developers”. Attraverso il caso di studio di *Godus* di Peter Molyneux, Fassone e Salvador introduco il concetto di “economia della curiosità”, “basata su strategie diverse e, in parte, antitetiche, rispetto a quelle presupposte dall'utilizzo di una piattaforma come Kickstarter.”

Ma per completare il quadro dei processi collaborativi è necessario anche considerare quanto incidono le modalità di ricompensa nella spinta alla partecipazione. Nel loro intervento, che chiude lo speciale, [Talia Leibovitz, Antoni Roig e Jordi Sánchez-Navarro](#) presentano i primi risultati di una ricerca che mira a scoprire quali sono le motivazioni più rilevanti nella fase di finanziamento o *backing*. Concentrandosi su una serie di piattaforme di crowdfunding spagnole, gli autori rilevano che la fiducia nei confronti dei promotori è una variabile essenziale del sostegno ad un progetto, così come la percezione della qualità dello stesso e il legame che unisce registi e produttori con la rete di sostenitori. Inoltre, se il background del team è riconosciuto come un fattore importante, che sembra quindi aiutare quei filmmaker che hanno già maturato esperienza e non solo registi emergenti o indipendenti, gli autori concludono che “despite the fact that in the field of audiovisual production the most commonly used crowdfunding model is reward based, the reward does not seem to be a determining factor when donating.”

In conclusione, osservando il panorama mappato dallo speciale è evidente che queste dinamiche, quando sono adottate in maniera consapevole, si rivelano efficaci strumenti a sostegno della promozione dei progetti collaborativi. Invece, quando non correttamente comprese o usate solo per necessità e in maniera opportunistica, si rivelano pratiche effimere, se non armi a doppio taglio.

Nicolò Gallio, Marta Martina

Note

1. Cfr. il teaser trailer del progetto disponibile al seguente link: <<http://www.italyinataday.rai.it/dl/portali/site/page/Page-89e4a067-1d7a-4eb3-b510-d641f2a70b9d.html>> Ultimo accesso: 5 ottobre 2013.
2. Qui la descrizione del progetto: <<http://www.italyinataday.rai.it/dl/portali/site/page/Page-89e4a067-1d7a-4eb3-b510-d641f2a70b9d.html>> Ultimo accesso: 6 ottobre 2013.
3. Per un'analisi più articolata del progetto, cfr. Nicolò Gallio, Marta Martina, “*Life in a Day*. Il crowdsourcing tra classicità e innovazioni”, in Federico Zecca (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, pp. 233-242.
4. Per un approfondimento sull'architettura dell'informazione si rimanda a Luca Rosati, *Architettura*

- SPECIALE** *dell'informazione*, Milano, Apogeo, 2010; Luca Rosati, Andrea Resmini, "Oltre Flatlandia: dal prodotto all'ecosistema. Un modello per la progettazione di spazi informativi multidimensionali", in Claudio Bisoni, Veronica Innocenti (a cura di), *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, Modena, Mucchi Editore, 2013, pp. 77-87.
5. Lawrence Lessig, *Remix. Il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*, Milano, Etas, 2009.
6. Per un'introduzione al concetto di ecosistema narrativo cfr. Veronica Innocenti, Guglielmo Pescatore, "Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo. L'architettura complessa del cinema hollywoodiano contemporaneo", in Federico Zecca (a cura di), *op.cit.*, pp.127-138; Claudio Bisoni, Veronica Innocenti, Guglielmo Pescatore, "Il concetto di ecosistema e i *media studies*: un'introduzione", in C. Bisoni, V. Innocenti (a cura di), *op.cit.*, pp. 11-26.
7. Frank Rose, *Immersi nelle storie: il mestiere di raccontare nell'era di internet*, Torino, Codice, 2013.
8. Cfr. Trendwatching, "Presumers. The product, the story, the status: why consumer involvement with products and services pre-launch is set to go mainstream", in Trend Briefing, novembre 2012. <http://www.trendwatching.com/trends/presumers/> Ultimo accesso: 5 ottobre 2013.
9. Lev Manovich, *Software culture*, Milano, Olivares, 2010.
10. Sandra Gaudenzi, "The i-doc as a relational object" (<http://i-docs.org/2011/09/08/the-i-doc-as-a-relational-object/>), *I-docs*, 8 settembre 2011. Ultimo accesso: 5 ottobre 2013.
11. Mandy Rose, "Participatory Documentary as 'Convivial Media'", paper presentato al Digital Cultures Research Centre, University of the West of England, 21 maggio 2011.
12. Cfr. Trendwatching, "The Expectation Economy", in Trend Briefing, febbraio 2008. <http://trendwatching.com/trends/expectationeconomy.htm> Ultimo accesso: 5 ottobre 2013.
13. Henry Jenkins et al., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York, NYU Press, 2013.

SPECIALE Crowd, Space and the Movie Theater Lure. Notes on Contemporary Off/Online Moviegoing⁽¹⁾.

“The Era of Crowds”: *Premonitions and Legacies*

Cinema and the concept of crowd seem to be connected by a mutual ancestry: producing a symbolic exit/enter movement, the image showing a group of people on their way to *La sortie des usines* shares its birth with one of the most renowned and premonitory opinions on the idea of crowd itself, which proclaimed that “the age we are about to enter will be in truth the era of crowds”⁽²⁾. It was 1895, a year marked by the first film by the Lumière brothers and by the publication of Gustave Le Bon’s *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. Despite his prophetic tone, the theorist probably never imagined that his statement would be validated more than a century later in contemporary crowdsourcing and crowdfunding practices. Therefore, his reflection not only represents one of the first theorizations of crowds’ behavior, but also initiated a rich, interdisciplinary inquiry. The research path started by Le Bon crossed at least philosophical issues, economical aspects – if the crowd is meant as labor force – and media and film studies elements when the idea of the crowd refers to a group of spectators.

In response to this rich history, we seek to sketch continuities and discontinuities between a modern and a contemporary idea of the crowd. We do so in order to identify a historical background that informs contemporary crowdsourcing practices and to draw a connection between cinematic experience, publicness, participation, and off/online space. In this view, it is possible to trace a three-step conceptual itinerary that links: i) the early formulations that attempt to make sense of the changes in man’s psychology as he shifted from an individual to a collective paradigm; ii) the modern *fin de siècle* framework featuring the crowd as an explicitly urban presence that poses the personal and the public element in a dialectic, though interconnected relationship; iii) a further formalization in which the plural quality of the crowd implies a wide range of effects in terms of spectatorship and collective action.

In his early attempts to theorize the crowd, Le Bon emphasized the collective, socio- environmental element, but ignored the socio-cultural context in which the crowd acts. His research, which partially owes its insight to sociologist Gabriel Tarde’s intuitions⁽³⁾, assumed a pessimistic tone and aimed to identify three stages that describe the evolution and the organization of the collective formation – submergence, contagion, and suggestion – under the conviction that the thought processes and behavior patterns of individuals vary as they become part of a larger group. More specifically, individuals often adapt to the expectations of the surrounding culture and modify personal traits in order to identify with the mainstream ones⁽⁴⁾. A depletion of individual responsibility, a strong development of anonymity, and an inclination to assume the predominant ideas and feelings are the main results of this process. Subsequent theories focused on both the conscious and subconscious ways in which individuals align with the crowd, a tendency that was seen as conformist.

According to Walter Benjamin, the main stage of these antinomic dynamics is the city, where technological changes – including the cinema, the telegraph, and the passenger train – produced a faster, fragmented experience. Benjamin reconstructs an atmosphere characterized by discontinuity and random encounters with a reality that is perceived as disaggregated and lacking in social exchanges. The symbol of such dispersion is the solitary figure of the *flâneur*, who is notably exposed to the sensory overload of the city and to those continuous shocks provoked by modern life, that elsewhere were described in terms of intensification of nervous stimulation⁽⁵⁾. To some extent, this kind of experience recalls the Benjaminian concept of the loss of aura. In this perspective, cinema is seen as the medium able to recompose an existence, which is unstable, uncertain, and unpredictable. Precisely this operative aspect, according to which cinema does not symbolize just a lens able to represent the life of the crowd, but rather an agency explicating an experiential regime which is made acceptable and understandable despite its featured discontinuities, introduces a shift in Benjamin’s language, as he starts naming the modern masses as

SPECIALE a “public”. The two terms can be connected to the couple *Körper/Leib* that characterizes the author’s theory of innervation⁽⁶⁾. The process of innervation bridges the individual body (*Körper*) and the collective one (*Leib*), that is to say it articulates a broader plural formation out of the singular, fragmented, and dispersed ones. Such a mechanism does not reset the centrifugal force animating the former disjunctive formations, since it acts simultaneously, reuniting them centripetally within a plural one. As a result of innervation we have an entity, which is both subject and object, individual and collective – an entity that mirrors Benjamin’s effort to reestablish the regime of modern experience. The concept of innervation is essential in the frame of our argument for it introduces the complex notion of the mimetic faculty. It is a quality used to describe the relationship between the collective and its components. According to Miriam Hansen, the mimetic is “a relational practice – a process, comportment, or activity of ‘producing similarities’ [...] a noncoercive engagement with the other⁽⁷⁾” that consequently seems to imply a common way of reacting to fragmentation.

To Benjamin, the mimetic faculty is at risk before the modern generalized dispersal. However, as cultural history has demonstrated, the profound transformations affecting experience and perception, the evolution of the concept of crowd and its variations, and the renewed possibilities of social association open up the chance of a transition of the mimetic faculty itself. This faculty is not necessarily condemned to an unrecoverable decay, but instead can be subject to renovation. This reinvention rests on the acknowledgement that modernity does not stand uniquely for a disorienting experience and disenchantment, but for a radically new modality of perceiving and living reality.

These new experiential practices run up against the low self-perception associated with being part of the crowd. This lack betrays a certain persistence of the pessimistic theory of the crowd articulated by Le Bon. Thus, Benjamin assumes an ambiguous position, since – as Miriam Hansen argued – his observations on the masses range from a concept of fragmented and basically alienated individuals dispersed in the city to a more positive idea of masses “as revolutionary productive force⁽⁸⁾”. This does not imply an identification between productive force and the working class, because the crowd taken into account by Benjamin encompasses a wider, heterogeneous group of people, whose experience is progressively more filtered by technology and therefore characterized by the fact of being the initiators of a new mode of perception. Masses could be seen as a revolutionary productive force in their possibility to act as a body, triggering the mimetic faculty. Nevertheless, such a view is not thoroughly pursued by Benjamin, whose image of the masses, as Hansen pointed out, “ultimately remains a philosophical, if not aesthetic, abstraction⁽⁹⁾”. This is perhaps a backwash derived from the elitist vision of the crowd that had informed his work. Recognizing one’s own belonging to the modern mass does not necessarily represent a negative condition. On the contrary, it would affirm one’s adherence to a new, more complex and technologized form of grasping reality, testifying a certain, more or less active, openness to the changes affecting the way to see the world. The issue of crowd can thus be analyzed as a metaphor of the modern creation of a collective horizon of experience, intended as a strategy to recompose an atomized, fragmented human life – a frame in which, needless to say, cinema plays a collector role. A more pragmatic approach towards the issue of crowd is offered by Siegfried Kracauer’s ambivalent conception of the collective formation, which he exclusively described in terms of “mass”. Whereas his distaste for capitalist aspects of modernity led him to identify externality, surface and display as keywords to describe the city masses, they are not criticized in their practices, rather observed from inside as a new plural subject devoted to new leisure activities. In this perspective, movie theaters became visible sites of a new public and thus of a renovated publicness. Despite expressing regret for the mechanized life, the author also opposes a sort of ideal collective configuration to the self-fragmented, anonymous group of atomized subjects described by Benjamin: plurality is read here as chance for solidarity, equality, and possibly democracy. Cinema is an emblem in which masses find themselves represented as a fragmented group, and at the same time, it provides the occasion to gather this same undefined, dispersed mix of individuals in

SPECIALE the frame of a unitary spectacle. Miriam Hansen suggests that this spectatorship dimension identified by Kracauer is crucial in sketching not simply a new way to experience publicness, but in showing the conceptual connection between cinema and the experience of space:

Epitomizing the multiplication and interpretation of spaces already advanced by other media of urban commercial culture [...] the cinema systematically intersects two different types of space, the local space of the theater and the deterritorialized space of the film projected on the screen. It thus represents an instance of what Michel Foucault has dubbed 'heterotopias'⁽¹⁰⁾.

This is particularly important within a reflection about contemporaneity: in this scenario the publicness typical of cinema, cannot by any means refer to a twofold heterotopic *ensemble* of spaces (theater and screen), but it is called to take into account virtual and online territories as well. This triggers a multiplication of spatial dimensions, giving birth to an articulated overlapping of environmental layers. These environments are places⁽¹¹⁾ of cinematic experience in all respects, and thus they represent a further dimension of deterritorialization, where the shift between theater and screen, and the transition from the physical context of film-watching to the digital one, and possibly back again to the physical one can be negotiated. This very room is to be seen as a space of mutual, collective, convergent activity performed by a gathered plural formation. Tracing a connection between Benjamin and Kracauer, this space is indeed a platform for the masses to play, in which their behavioral similarity recalls the mimetic faculty. Modernity therefore seems to offer a reconsidered conception of crowd to contemporaneity: elitist-pessimistic theories of the crowd are included in the modern debate about masses in a conservative way, but at the same time their discussion weakened and reprocessed them. The result is a more complex elaboration of the idea of crowd that tries to map the phenomenology of masses in a broader, sometimes contradictory way. Thus, we are not attempting to conquer a position *far from the madding crowd*. Instead, we identify the productive potentiality of an informal group, exploiting the fruitful possibilities of a flexible, ephemeral collective formation, where the sense of belonging is functionalized and prioritized preserving both the individual and the plural dimension. In this regard, the promotion of crowdsourced movie screenings tap into populist narratives about the productive potential of crowds and about the pleasures of being part of a moviegoing public.

Ideologies of Crowdsourcing

These modernist ideas of the crowd have been reinvigorated in the more contemporary practices and techniques of crowdsourcing. Although crowdsourcing has most commonly been associated with various forms of productive – and often unpaid – labor, the term has also been used to describe a wide range of theater-on-demand models that allow consumers to vote on which movies they would like to see at their local movie theaters. Under this definition, the practice of programming a movie theater is crowdsourced. Supporting this concept of crowdsourcing is a democratic ideal that assumes that crowds, due to their ability to collaborate, are often wiser than experts acting without the aid of others.

The term crowdsourcing was coined by Jeff Howe as a *portmanteau* that combined the terms crowd and outsourcing to describe the ways in which companies tapped into the cheap, often voluntary, labor of online groups in order to complete a task⁽¹²⁾. Thus, rather than outsourcing this work to cheap labor markets, Howe argued that companies could find ways to use the talents and energy of the online crowd to solve problems or to contribute to creative projects. As Howe pointed out,

Hobbyists, part-timers, and dabblers suddenly have a market for their efforts, as smart companies in industries as disparate as pharmaceuticals and television discover ways to tap the latent talent

SPECIALE

of the crowd. The labor isn't always free, but it costs a lot less than paying traditional employees. It's not outsourcing; it's crowdsourcing⁽¹³⁾.

Thus, crowdsourcing functions as a means of extracting labor from groups who may provide their talents or skills with the hope of gaining some form of compensation, including nonmonetary rewards. Howe cites a range of examples, including Threadless T-Shirts (<http://www.threadless.com/>), iStockphoto (<http://www.istockphoto.com/>), and Eli Lilly's InnoCentive program (<http://www.innocentive.com/>), promoting crowdsourcing as a cheap alternative to other forms of labor, one that imagines the crowd as a force interested in working for the common good. Daren Brabham challenges the idea that the laborers who contribute to a crowdsourced project are amateurs in the strictest sense of the term:

The amateur label portrays the crowd as a nonprofessional, never-professional horde, a group that cannot and should not organize for its own good. Distributed labor, whether outsourced overseas or crowdsourced over the Internet, is a hallmark of global capitalism and a proven strategy for deflating the power of unions and hindering labor organizing⁽¹⁴⁾.

While Brabham admires the productive abilities of "crowds," he is also attentive to the ways in which the term can be used to de-professionalize and disorganize laborers, often placing them in competition with each other for small financial rewards. Brabham's observation also offers a rough outline of the (often unstated) popular definition of crowds in the era of crowdsourcing, "a nonprofessional horde." Crowds by this definition are seen as informal, unofficial, and ephemeral, precisely the group of people typically associated with moviegoing and other leisure-time activities.

Crowdsourcing Cinema

Crowdsourcing has become a common tool used to promote and produce movies, especially by independent filmmakers. These filmmakers would often rely on the then-emerging social networks to build interest in their films and especially to make that interest more visible or legible to theaters that might be willing to screen their films. These tools were adopted because of a movie industry that seemed increasingly broken and unfriendly to independent filmmakers⁽¹⁵⁾. What followed was a flurry of experimentation, along with a number of tools such as Kickstarter (<http://www.kickstarter.com/?ref=nav>), IndieGoGo (<http://www.indiegogo.com/>), OpenIndie (<http://openindie.com/>), Wreck A Movie (LINK INTERNO AL PEZZO CIANCIA, GOLDONI, MATTANA), and more recently, Gathr (<http://gathr.us/>) and Tugg (<http://www.tugg.com/>), that could be used to automate crowdsourcing, in part by directing the actions of disaggregated groups of people. Perhaps most famously, Kickstarter has allowed millions of creators to propose projects and to request funds from others who might be interested in seeing that project reach completion. These forms of crowdfunding have received significant attention recently, in no small part because they have been adopted by more commercial filmmakers, including Zach Braff, Spike Lee, and Rob Thomas (the showrunner for the TV series *Veronica Mars* LINK INTERNO AL PEZZO CHECCAGLINI), to raise funds for new film projects. In each case, these filmmakers have offered a pitch that is posted online and then circulated through social media tools. The pitches place tremendous emphasis on two aspects: the pleasure of moviegoing and the power of the crowd to make those theatrical experiences possible. But these crowdsourcing tools have also been widely used to schedule and promote movie screenings of movies that have not received traditional distribution, a process that allows audiences to "demand" that a film come to a theater near them. By taking this approach, independent filmmakers have sought to make the case that the tastes of online audiences have typically gone ignored and that crowdsourcing tools can help to ensure a more democratic entertainment industry,

SPECIALE one that might appeal to the true wisdom of the crowds. These practices of crowdsourcing build upon the participatory cultures described by Henry Jenkins, as well as the infrastructures of connectivity that Jenkins has associated with the idea of media convergence. Because texts can circulate easily among multiple devices, media consumers have become more acutely aware of their ability to act on texts, to join in the cultural conversations about popular culture⁽¹⁶⁾. More recently, Jenkins has embraced Pierre Lévy's concept of collective intelligence as a means of valorizing the work of the (often physically dispersed) crowd. As Jenkins argues, these fan communities can work together to solve narrative problems—making sense of puzzle narratives, for example—or to engage in forms of fan-related activism, including efforts to promote favorite TV shows and movies⁽¹⁷⁾. In this updated understanding of collective intelligence, the crowd is able to recognize itself as at once creative and ephemeral, as being capable of producing new texts and new events, even if those events—crowdsourced film screenings, for example—are temporary. Of course, the availability of these tools is no guarantee that they will be used in this fashion. Convergent media technologies are used just as often to affirm dominant modes of film distribution as they have been to foster these kinds of crowd activities.

“The Love Child of Netflix and Kickstarter”

These desires for being a part of the moviegoing crowd and for democratizing distribution have informed the theater-on-demand platform Gathr, a platform currently available on in the US that allows filmmakers and moviegoers to propose screenings at local theaters. Individuals or groups can request a screening by picking from a menu of films, setting a time, and naming a location. Once a minimum number of people reserve tickets, the screening is scheduled, and the requestors' credit cards are charged. Usually, most of the films “tip” when 20 people pledge to attend, a relatively small threshold, but just enough for theater owners and filmmakers both to benefit.

The Gathr platform was created by Scott Glosserman, the director of the horror film, *Behind the Mask: The Rise of Leslie Vernon* (2006), and the documentary, *Truth in Numbers: Everything, According to Wikipedia* (2010), who pitched the service in a *Huffington Post* article as a cross between video-on-demand and crowdfunding, or as he breezily put it, “the would-be love child result of a super-sweet night on the town between Kickstarter and Netflix”⁽¹⁸⁾. Glosserman framed his discussion of Gathr in terms of its ability to democratize distribution, providing indie filmmakers with a means for getting their movies on the big screen, as well as the ability for audiences to demand films they actually want to see.

Crowdsourcing and the Theater: Notes on Contemporary Off/Online Moviegoing

DIY, democratization, theatre accessibility for the indie productions: what is the engine of this crowd-based activity, and what is the logic behind it? What kind of mechanisms does the platform trigger in order to move disaggregated groups of people and productively harmonize their action?

The most recent contributions about crowdsourcing provide a series of keywords, suggesting an atmosphere where sharing, participating and democratize movie distribution become the measure of what is seen as an effective side of cinematic experience. The ability to contribute to the promotion of a screening of a movie that would otherwise be excluded from the distribution circuit involves a dimension of engagement, which is essential to any (cinematic) experience. Therefore, apart from apparently proving a movement “back to the motherland”⁽¹⁹⁾, Gathr underscores the chance to be active in a new field of crowdsourcing: although many commentators associate crowd practices with a creative bottom-up attitude, this service is not a platform for user-generated content *strictu sensu*, for the crowd does not create new material. The attention should be focused here on a different stage of the production chain – namely on distribution. This phase, generally managed by operators only, becomes the territory for a

SPECIALE user-generated practice that broadens the sphere of interaction between the public and the movie. In this sense, services such as Gathr impose a new pattern of movie consumption, encompassing offline and online informal, nonprofessional, voluntary intervention in the organizational aspect of the cinema-machine. In this way, a new field of action for the crowd is basically available – a room of publicness that enlivens a dynamics similar to that characterizing modern cinema spectatorship: as it happened at the first motion picture shows, this space of crowdsourcing, which is both an ephemeral virtual environment and a physical, theatrical one, heterotopically engages strangers in relatively anonymous yet collective acts. The result is a stimulation of the sense of perceiving “themselves as a public gathering, an ‘active force’ [...] witnessing and participating in the performance”⁽²⁰⁾, that was typical of early audience. Thus, crowdsourcing enhances contemporary theatergoing, by means of which the decision of attending a movie screening does not simply betray a nostalgic rediscovery of the enchantment produced by the big screen – or, as Benjamin would put it, a way to “discover the new anew”⁽²¹⁾ – but an occasion to provide a first person contribution to the development of the cinematic experience.

Adopting a Benjaminian language we argue that the kind of theatergoing favored by Gathr triggers a process of innervation and revives the mimetic faculty of the users. More specifically, the mimetic faculty can be seen as an inventive strategy adopted by the “contemporary masses” to deal directly with distribution, reconfiguring it according to a crowdsourcing logic. In fact, the individuals using the online service actually resemble a crowd rather than a community, as online media mechanisms generally imply: despite the chance to get in touch one another, the users do not become members of a real group sharing stories and personal data, nor do they strike up relationships. They remain a disaggregated group of people, whose mimicry does not produce any particular coordination: the similarity in their behavior is simply motivated by a functional and opportunistic attitude – plus the desire to have a certain film screened in their local movie theater.

Chuck Tryon, Miriam De Rosa

Note

1. The article is the result of a joint reflection by the authors; paragraphs 1 and 5 were written by Miriam De Rosa, while paragraphs 2, 3, 4 were written by Chuck Tryon.
2. Gustave Le Bon, *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, London, Ernest Benn, 1952, p. 14.
3. Gabriel Tarde analyzed the psychological aspect of criminal behavior that he interpreted in terms of imitation; this process, extensively presented in *The Laws of Imitation* (or. 1890, H. Holt & Co., New York, 1903), preludes to the following epidemiological reading of crowd phenomena that sees them as contagion. In the wake of Tarde, Tony D. Sampson recently offered an interpretation of contemporary forms of relationality coupling the contagion suggestion and digital connectivity. For an inquiry of the virality mechanisms produced by digital epidemic, please refer to T. D. Sampson, *How Networks become Viral: Three Questions concerning Universal Contagion*, in Jussi Parikka, T. D. Sampson (eds.), *The Spam Book. On Viruses, Porn, and Other Anomalies from the Dark Side of Digital Culture*, Hampton Press, Cresskill, 2009, and Id., *Virality: Contagion Theory in the Age of Network*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2012.
4. Such attitude notably found its stronger though extreme expression during the Thirties, when the age of European totalitarianisms posed the conditions to develop a kind of cinema that was purposely directed to influence masses. The pioneer use of the filmic device by the Nazi regime represents in this sense just the most obvious example. We cannot consider in depth this issue, on which an extremely rich literature is available. Perhaps the most vivid account of this process is Siegfried Kracauer's *From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*, Princeton, Princeton University Press, 2004.

- SPECIALE**
5. Georg Simmel, *Metropolis and Mental Life*, in Id., *On Individuality and Social Forms: Selected Writings*, Chicago, University of Chicago Press, 1971.
 6. The concept of innervation permeates Benjamin's writings: for an account of the issue, refer to Miriam Hansen, "Benjamin and Cinema: Not a One-Way Street", *Critical Inquiry*, 25, winter 1999, pp. 306-343.
 7. Miriam Hansen, *Cinema and Experience. Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, and Theodor W. Adorno*, Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 2011, p. 147.
 8. *Ivi*, p. 62.
 9. *Ivi*, p. 63.
 10. *Ivi*, p. 55.
 11. We use here the term *place* as a specifically connoted space, according to the Heideggerian notion presented in Martin Heidegger, *Building, Dwelling, Thinking*, in Id., *Poetry, Language, Thought*, Harper & Row, New York, 1971, pp. 145-61.
 12. William Safire, "Fat Tail," in *The New York Times*, February 5, 2009 http://www.nytimes.com/2009/02/08/magazine/08wwln-safire-t.html?_r=0 Last Access: 16 September 2013.
 13. Jeff Howe, "The Rise of Crowdsourcing," in *Wired*, June 14, 2006 <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> Last Access: 16 September 2013.
 14. Daren Brabham, *Crowd Sourcing*, Cambridge MA, MIT Press, 2013, pp. 88-89.
 15. The most famous articulation of this problem came from Mark Gill, CEO of the Film Department. See Id., "Yes, the Sky Really is Falling," in *indieWire*, June 22, 2008. http://www.indiewire.com/article/first_person_film_departments_mark_gill_yes_the_sky_really_is_falling Last Access: 16 September 2013.
 16. Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006.
 17. Henry Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York, New York University Press, 2006, pp. 136-140. See also Pierre Lévy, *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, New York and London, Plenum Press, 1997.
 18. Scott Glosserman, "Gathr is the Love Child of Netflix and Kickstarter," in *The Huffington Post*, July 30, 2102. http://www.huffingtonpost.com/tribeca/future-of-film-gathr-is-t_b_1696250.html Last Access: 16 September 2013.
 19. Francesco Casetti, "Back to the Motherland: the Film Theater in the Postmedia Age", *Screen*, n. 1, 52, 2011, pp. 1-12.
 20. M. Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Cambridge MA, Harvard University Press, 1994, p. 95.
 21. Walter Benjamin, *Arcades Project*, Cambridge MA, Harvard University Press, 1999, p. 390.

SPECIALE **Enhancing the crowd. Audience e creatività diffusa nei processi produttivi audiovisivi⁽¹⁾**

L'era della creatività diffusa

Nel panorama audiovisivo contemporaneo è ormai evidente che i flussi di produzione tradizionali si debbano scontrare con un mutamento della ripartizione delle risorse finanziarie e che i professionisti siano obbligati a confrontarsi con nuove modalità di approccio a produzione, distribuzione e coinvolgimento del pubblico.

L'emergere di strutture narrative crossmediali e transmediali ha infatti cambiato completamente il ruolo delle audience e dimostra sempre più come, per affrontare la complessità contemporanea, è necessario trovare nuove modalità collaborative per la creazione e il consumo dei mondi narrativi. Abbiamo assistito, inoltre, alla modifica dei paradigmi culturali che regolano la nostra società con un conseguente cambiamento nel tradizionale rapporto tra mass-media (*top-down*) e cultura partecipativa (*bottom-up* e *grassroots*), a cui si aggiunge l'evoluzione dei processi distributivi e di fruizione: la conseguenza è l'emergere di un approccio collaborativo in tutte le fasi della produzione audiovisiva attraverso l'affermarsi di pratiche quali il crowdfunding⁽²⁾ e il crowdsourcing⁽³⁾. Si è sviluppato, infatti, uno *spazio dell'esperienza* legato alle evoluzioni nelle abitudini mediali che hanno reso le persone maggiormente consapevoli del ruolo fondamentale ricoperto nella comunicazione contemporanea. Attività che si esplica attraverso la possibilità di partecipare ai progetti fin dalle prime fasi, con la conseguente trasformazione del consumo in un processo collettivo⁽⁴⁾.

Obiettivo di questo lavoro è una riflessione sui temi di produzione, finanziamento e distribuzione, cercando di capire come le modificazioni specifiche di queste fasi contribuiscono a sovvertire il flusso produttivo che fino ad ora ha contraddistinto la classica produzione audiovisiva. Vorremmo quindi contribuire al dibattito in atto attraverso l'analisi di casi studio, sviluppando considerazioni sul ruolo giocato dallo storytelling nel coinvolgimento delle audience e sulle potenzialità che queste pratiche collaborative/partecipative hanno per le produzioni indipendenti e mainstream.

Per fare questo saranno illustrati dei casi di successo come *Iron Sky* <http://www.ironsky.net/site/> (*Id.*, Timo Vuorensola, 2012) e *The Cosmonaut* <http://en.cosmonautexperience.com/> (*El Cosmonauta*, Nicolás Alcalá, 2013).

Audience e paradigmi partecipativi

Sempre più spesso siamo circondati da artefatti audiovisivi che presentano una rottura della "quarta parete": ovvero quella convenzione drammaturgica che si configura come una finestra immaginaria posta tra lo spettatore e lo svolgersi di una rappresentazione in cui i personaggi "ignorano" la presenza del pubblico⁽⁵⁾. Un vero e proprio filtro che tiene ben separati finzione e mondo reale, permettendo agli spettatori di non considerare lo schermo per immergersi completamente nella rappresentazione (sospensione dell'incredulità). Ma se fino ad ora tale convenzione è stata utilizzata dagli autori solo per sviluppare riflessioni metafinzionali sui principi che regolano la rappresentazione teatrale⁽⁶⁾ e cinematografica⁽⁷⁾, ecco che oggi lo sfondamento della finestra immaginaria si configura come una caratteristica alla base delle strutture multicanali e di quei prodotti audiovisivi basati su mondi narrativi che vanno al di là della semplice espansione cinematografica.

Con il superamento del semplice adattamento di una singola storia (crossmedia) sempre più spesso ci troviamo di fronte a film che sono parte di un *universo espanso*, come a partire dallo storico caso di *Guerre stellari* (*Star Wars Episode IV: A New Hope*, George Lucas, 1977). Strutture narrative transmediali che coinvolgono media diversi nella creazione di spazi di interazione con i pubblici di riferimento.

Uno degli ultimi esempi è rappresentato dalla campagna promozionale di *Prometheus* (*Id.*, Ridley Scott,

SPECIALE 2012), film di fantascienza che si inserisce nell'universo narrativo di *Alien (Id., Ridley Scott, 1979)*, configurandosi come narrazione antecedente ai fatti ivi raccontati. In occasione della promozione del film, distribuito il 30 maggio 2012, viene sviluppata una campagna transmediale che coinvolge il famoso formato dei *TED - Ideas Worth Spreading* (<http://www.ted.com>): il 28 Febbraio 2012 compare infatti sul *TED Blog* un intervento di Peter Weyland ai TED 2013, parallelamente al lancio del sito della Weyland Corporation (<http://www.weylaindustries.com>) e di un articolo sul *Wall Street Journal*⁽⁸⁾. Operazione che, pur configurandosi fin dal principio come strumento promozionale (una sorta di teaser della pellicola), infrange quella barriera immaginaria che separa la realtà dalla finzione adottando la grammatica di un format di successo che esiste nella realtà contemporanea.

Un altro esempio di esperienza finzionale che abbatte del tutto la "quarta parete" è *The Truth About Marika (Sanningen om Marika, 2007)*⁽⁹⁾. La storia racconta della scomparsa di Marika, una giovane donna dalla vita apparentemente irreprensibile, e delle indagini condotte da Adriana, una sua amica blogger, con il coinvolgimento degli utenti nella ricerca della verità. Un progetto la cui narrazione trova legittimazione dalla premessa fattuale che in Svezia, dal 1968 a oggi, sono scomparse senza lasciare traccia circa 20.000 persone⁽¹⁰⁾, e che si compone di una serie TV, di "falsi" talk televisivi, un ARG (*Alternate Reality Game*), blog, chat, forum e un *Augmented Reality Game*⁽¹¹⁾.

Esempi che, relativamente alla dimensione del progetto stesso, sono stati ben recepiti dal pubblico come dimostrano i dati dalle 76,163,462 visioni online per il TED di Weyland (<http://www.weylaindustries.com/tedtalk>), ai 500 partecipanti attivi nella ricerca della verità su Marika⁽¹²⁾.

Questo dimostra come il mondo della produzione audiovisiva, in risposta ai comportamenti mediali di un'audience disposta ad attraversare i confini della singola storia⁽¹³⁾, tende a sviluppare i progetti in funzione della costruzione di mitologie complesse⁽¹⁴⁾ capaci di accogliere gli spettatori. Approccio che richiede la gestione del film non solo come singolo prodotto audiovisivo, ma come un progetto complesso che prevede lo sviluppo di un vero e proprio mondo narrativo che supera lo schermo per andare a coinvolgere direttamente le audience.

Assistiamo, quindi, a una modificazione del contenuto che diventa polimorfo tanto da necessitare della distribuzione su più canali, e non solo un adattamento, proprio perché il flusso monomediale non è più sufficiente. Ma cosa succede allo spettatore? O meglio, quali sono le motivazioni che lo spingono a interagire con questi mondi?

Le persone da sempre tendono a individualizzare la cultura di massa cercando di cogliere propri percorsi e significati al suo interno, come evidenzia Michel de Certeau in *The Practice of Everyday Life* (1984)⁽¹⁵⁾ coniando il termine "textual poaching": bracconaggio testuale. Termine poi ripreso da Henry Jenkins in *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992) per indicare la tendenza dei fan a produrre materiali legati ai testi amati, superando la linea di demarcazione tra autore e audience. Un approccio che, grazie alla nascita di piattaforme di crowdsourcing e crowdfunding, si configura come un paradigma partecipativo diffuso. Un fenomeno che si fonda sulla tendenza delle persone all'ascolto e al racconto delle proprie esperienze, e sul desiderio di appartenenza (a una causa, un movimento, una storia)⁽¹⁶⁾.

Una situazione che vede da un lato un'audience sempre più motivata e desiderosa di essere coinvolta nei progetti (sia individualmente che come community), dall'altro abbiamo il mondo dell'entertainment che cerca di rispondere a questa esigenza progettando strutture narrative che prevedono spazi di dialogo. Cosa succede, quindi, alla classica filiera produttiva audiovisiva?

Multicanalità e filiera di produzione audiovisiva

Come già anticipato sempre più spesso ci troviamo di fronte a prodotti audiovisivi complessi la cui componente decisiva è costituita dalla necessità di avere una diffusione multicanale in cui il pubblico non viene considerato solo come il fruitore finale, ma inizia a giocare un ruolo attivo. Questo fa sì che l'industria

SPECIALE audiovisiva si trovi ad affrontare le stesse difficoltà e opportunità con cui l'intero paesaggio sociale si sta confrontando: dagli sviluppi tecnologici, all'evoluzione nelle abitudini di consumo mediale. La conseguenza è l'emergere della necessità di imparare a muoversi in un'era di creatività diffusa, chiedendosi che impatto avrà tutto ciò sulla filiera di produzione di un prodotto audiovisivo.

Qualsiasi forma esso assuma, la filiera produttiva prevede sempre le fasi di: ideazione, pre-produzione, produzione, post-produzione e distribuzione. Naturalmente non bisogna dimenticare l'aspetto del finanziamento che, come dimostra Robert Pratten, è il primo step nella classica struttura di produzione audiovisiva (*The Old Model*)⁽¹⁷⁾. Un modello che, prima ancora di procedere con la realizzazione della messa in scena, ha bisogno di trovare il denaro per la produzione, ma che non garantisce di per sé la costruzione di un'audience. Questo subisce delle modificazioni con l'avvento dei *social media* che vengono utilizzati come strumenti per la costruzione del pubblico a monte del processo: l'obiettivo è quello di dimostrare ai distributori di avere una sorta di garanzia di successo della pellicola, che si potrà tradurre in un ritorno economico (*The New Model*)⁽¹⁸⁾. Quando però ci sono filmmaker alle prese con la creazione di narrazioni complesse è necessario pensare a dei modelli più flessibili che permettano il coinvolgimento di un'audience evoluta, la cui partecipazione e collaborazione è fondamentale per la produzione del progetto stesso (*Transmedia Filmmaking Business Model*)⁽¹⁹⁾: un modello in cui trovano un terreno fertile per il loro sviluppo le pratiche di crowdsourcing e crowdfunding, e che dimostra come sia possibile affrontare le questioni che caratterizzano la produzione culturale e la creatività diffusa.

Abbiamo, quindi, il crowdsourcing che contribuisce alla diffusione del concetto di *collaborative filmmaking* - la cui piattaforma più conosciuta e strutturata è sicuramente *Wreckamovie* (www.wreckamovie.com) - e che ha permesso la realizzazione di progetti in cui il livello di coinvolgimento del pubblico varia tra partecipazione, co-creazione e co-design⁽²⁰⁾. In *Life in a Day* (Kevin Macdonald, 2011) (<http://movies.nationalgeographic.com/movies/life-in-a-day>), ad esempio, tramite il materiale girato dalle persone durante una singola giornata (24 Luglio 2010) è stato prodotto un documentario della durata di 94 minuti. Un altro esempio è costituito dal progetto *18DaysinEgypt* (<http://beta.18daysinegypt.com/>): un documentario collaborativo che si sviluppa come un racconto corale costituito dalle singole storie delle persone raccolte attraverso i *personal media*.

Alla pratica del crowdsourcing si aggiunge quella del crowdfunding, il cui utilizzo sul mercato sta crescendo sempre di più come attestano i dati raccolti dalle ricerche. Massolution (2012), infatti, dichiara che nel 2011 le circa 452 piattaforme di crowdfunding che operano nel mondo (Aprile 2012), hanno raccolto quasi 1,5 miliardi di dollari, finanziando con successo più di un milione di campagne⁽²¹⁾. Ma prima di procedere con i due casi studio annunciati, è necessario descrivere brevemente i modelli che caratterizzano questa pratica di finanziamento e le motivazioni che spingono gli utenti a farsi coinvolgere.

Una categorizzazione delle piattaforme di crowdfunding basata sul tipo di ritorno ottenuto dalle persone permette l'identificazione di 4 modelli: *Equity-based*, *Lending-based*, *Reward-based*, *Donation-based*. Nel primo i finanziatori ricevono un ritorno economico sotto forma di partecipazioni azionarie. Il secondo fa riferimento a transazioni finanziarie tra persone che, a seguito del finanziamento, si aspettano il rimborso della somma investita. In entrambi i casi, quindi, la motivazione alla partecipazione è di carattere principalmente finanziario. Negli ultimi due modelli, invece, le persone fanno donazioni a cause che vogliono supportare senza aspettarsi un ritorno economico (*Donation-based*), o finanziano progetti ottenendo una ricompensa di carattere non monetario, che può essere materiale, come ad esempio il pre-ordine del prodotto, o intangibile, come un ringraziamento sul sito web (*Reward-based*)⁽²²⁾. Questi ultimi due modelli sono quindi legati a delle leve sociali che affondano nel desiderio di appartenere a una causa, una storia, e nella volontà di raccontarla agli altri. Approcci che permettono alle persone di sentirsi parte dei progetti ricoprendo il ruolo dell'ambasciatore o del moderno mecenate.

SPECIALE *Sperimentazioni europee sulle fasi di finanziamento e distribuzione*

Due interessanti esempi relativi alle potenzialità delle pratiche di crowdsourcing e crowdfunding sono *Iron Sky* e *The Cosmonaut*: la prima una co-produzione internazionale (Finlandia-Germania-Australia), la seconda una produzione europea, che dimostrano come il “vecchio mondo” si sia rivelato un terreno fertile per l’applicazione e lo sviluppo di questi nuovi modelli (del totale delle piattaforme mondiali attive, infatti, la maggioranza si trova in Nord America e in Europa⁽²³⁾).

Iron Sky è una commedia *sci-fi* che racconta la storia di un gruppo di nazisti che, dopo essersi rifugiati sulla Luna a seguito della sconfitta nella Seconda Guerra Mondiale, tornano sul nostro pianeta per conquistarlo. A contrastare l’attacco Renate Richter, specialista della Terra e promessa sposa del comandante nazista deciso a diventare il futuro führer (Klaus Adler), e James Washington, modello di colore scelto dal Presidente degli Stati Uniti, in campagna di ri-elezione, per una missione sulla Luna. Una storia surreale sviluppata dai creatori di *Star Wreck: In the Pirkinning* (<http://www.starwreck.com>) (Timo Vuorensola, 2005), la cui produzione è stata caratterizzata da pratiche di filmmaking collaborativo e finanziamento dal basso. Le prime sono state messe in atto attraverso *Wreckamovie*: una piattaforma web, da loro sviluppata, che si pone come punto di contatto tra le persone e le produzioni indipendenti. Nello specifico il progetto, lanciato sulla piattaforma nel febbraio 2008, ha coinvolto 2777 membri che hanno deciso di collaborare alla produzione del film entrando in contatto con una community mondiale (<http://www.wreckamovie.com/ironsky>). Persone che oltre al tempo, hanno deciso di investire anche del denaro pur di veder realizzato *Iron Sky*, rendendolo interessante anche per quanto riguarda la ripartizione dei finanziamenti necessari alla sua produzione. Del budget finale (<http://www.ironsky.net/site/support/finance>) di circa 7,5 milioni di euro, infatti, circa 6 milioni di euro sono stati ottenuti tramite i classici canali (sussidi governativi e *pre-sales*), mentre 1 milione è stato raccolto tramite il crowdfunding: attraverso l’acquisto di merchandising relativo al film, applicando quindi un modello *reward-based*, o con la possibilità di diventare veri e propri investitori se provenienti dalla Comunità Europea. Una pratica che è stata utilizzata anche per finanziare lo sviluppo del *sequel*, *Iron Sky - The Coming Race*, attraverso la piattaforma *IndieGoGo*, che in 57 giorni ha raccolto 182,557 dollari tramite micro investimenti. Una scelta dovuta al successo della pellicola precedente e che, come da loro dichiarato, gli permetterà di non dover compromettere l’integrità della storia scendendo a compromessi con grossi investitori⁽²⁴⁾.

Il secondo caso studio, *The Cosmonaut*, è un film spagnolo prodotto dalla Riot Cinema Collective che racconta la storia di due futuri astronauti, Stas e Andrei, a partire dal loro arrivo a Star City nel 1967, mentre l’URSS era impegnata contro gli Stati Uniti nella corsa verso la Luna. La vicenda prosegue mostrando la preparazione della missione, tra successi e fallimenti, ma soprattutto il rapporto di amicizia/amore che i due instaurano con Yulia, un ingegnere delle telecomunicazioni. Un progetto di successo nell’applicazione del *Transmedia Filmmaking Business Model* teorizzato da Pratten, che dimostra come il racconto audiovisivo sempre più spesso diventa un progetto complesso. Un lavoro che rientra appieno nel concetto di produzione cinematografica collaborativa e come tale contribuisce al ripensamento degli asset produttivi. *The Cosmonaut*, infatti, ha avuto fin dall’inizio un’ottica transmediale, con l’obiettivo principale di instaurare un dialogo con le audience per costruire una community capace di partecipare alla sua produzione e distribuzione. La sua realizzazione, infatti, è frutto dell’applicazione del crowdfunding - che ha permesso di raccogliere 398.941,90 euro tra merchandising e investimenti privati (con quote a partire da 2 euro)⁽²⁵⁾ - e del crowdsourcing. Tutto è stato pensato in ottica esperienziale e per rendere più fluido questo rapporto il materiale di produzione (documenti, audio e video) è stato distribuito sotto licenze Creative Commons.

Questa scelta ha avuto ricadute su diversi momenti. Durante le prime fasi, infatti, è stato organizzato un contest relativo alla *Teaser Remix Experience*, che dava possibilità alla community di cimentarsi con il remix del materiale audio/video⁽²⁶⁾. Allo stesso tempo, l’uso di queste licenze ha influenzato soprattutto

SPECIALE la fase distributiva: alla visione gratuita on-line e alla vendita di DVD e Blu-ray, si affianca un innovativo metodo di diffusione nelle sale che espone le potenzialità illustrate dal *Demand to See* già proposto da *Iron Sky*. Con l'approccio Do It Yourself, non solo è possibile fare richiesta di una proiezione nella propria città, ma anche proporsi come distributore, e a seguito di una verifica della presenza dei requisiti minimi per una proiezione, ricevere tutto il materiale necessario per organizzarne una. È in questo modo che in Italia l'Associazione Culturale Kinodromo (www.kinodromo.org) ha potuto organizzare il 14 Maggio 2013 l'anteprima nazionale.

Crowdsourcing e crowdfunding: dai circuiti mainstream alle produzioni indipendenti

Lo scenario descritto mette in evidenza nuove forme di coinvolgimento delle audience, rese possibili dagli sviluppi tecnologici e dalle modifiche delle abitudini mediali, che offrono delle opportunità a diversi interlocutori.

L'elemento che accomuna questi nuovi modelli è il ricorso allo storytelling come processo primario di coinvolgimento delle persone e delle comunità, nei confronti di un universo immaginario. Raccontare e ascoltare storie, infatti, è alla base di tutte le culture umane ed è il mezzo attraverso il quale costruiamo e condividiamo le nostre esperienze. Naturalmente la narrazione è sempre stata il fulcro dell'industria culturale, quello che oggi cambia è la diffusione di strutture narrative multicanali che non limitano lo spettatore nel semplice ruolo di fruitore, ma lo rendono partecipe anche nella fase di distribuzione. Il senso di appartenenza che si sviluppa attraverso la costruzione di un mondo narrativo lo spinge a diventare un vero e proprio ambasciatore dell'opera che, come gli antichi cantastorie della tradizione orale, diffonde e rielabora il racconto.

In determinati casi gli spettatori possono arrivare ad attivare dei processi creativi di ri-scrittura parziale del testo, quindi un ampliamento del mondo narrativo dell'opera, come nelle fan fiction o nei *fan movie*. Un esempio è il già citato *Star Wreck: In the Pirkinning* che si inserisce a pieno titolo nell'universo espanso di *Star Trek*⁽²⁷⁾ e *Babylon 5*⁽²⁸⁾; oltre ad essere significativo per il fatto che, a seguito dell'esperienza, i cinque filmmaker coinvolti hanno sviluppato la piattaforma di produzione collaborativa *Wreckamovie*.

In questo modo assistiamo all'amplificazione del ruolo delle audience e di conseguenza ad una diffusione delle pratiche di crowdsourcing e crowdfunding. Processi che, inserendosi in un sistema ad alto rischio economico e finanziario come quello audiovisivo, permettono di coprire una parte dei costi, o fornire una garanzia a produttori e finanziatori. Sicuramente questi modelli di business non sostituiranno quelli classici delle *major*, ma è ipotizzabile una loro sempre maggiore integrazione. I risultati non sono ancora prevedibili, ma alcuni indizi evidenziano la possibilità di questo connubio come dimostra *The Veronica Mars Movie Project* LINK INTERNO AL PEZZO CHECCAGLINI che su Kickstarter (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>), tra il 13 marzo e il 12 aprile 2013, ha raccolto 5,702,153 dollari da 91,585 finanziatori.

Esistono poi produzioni indipendenti in cui gli autori, per motivi diversi che vanno dal debutto artistico alla sperimentazione, applicano queste pratiche collaborative per riuscire a produrre in proprio i loro progetti. Allo stesso modo anche autori più conosciuti e inseriti nel circuito mainstream, attraverso crowdsourcing e crowdfunding, cercano di salvaguardare una certa autonomia creativa (come dimostra il caso di *Iron Sky – The Coming Race*).

In questo modo, grazie al dialogo continuo con le audience promosso dallo storytelling, assistiamo alla trasformazione della semplice distribuzione in vera e propria circolazione: un processo che attinge e che riattiva l'immaginario collettivo e le pratiche creative a esso connesse, inserendo il prodotto audiovisivo all'interno di una strategia di comunicazione più ampia.

Mariana Ciancia, Katia Goldoni, Walter Mattana

SPECIALE Note

1. Il testo è stato concepito e sviluppato dagli autori in stretta collaborazione. Tuttavia, riguardo alla struttura dei singoli paragrafi, Mariana Ciancia ha scritto *L'era della creatività diffusa e Sperimentazioni europee sulle fasi di finanziamento e distribuzione*, Walter Mattana ha scritto *Audience e paradigmi partecipativi*, Katia Goldoni *Multicanalità e filiera di produzione audiovisiva*. Il paragrafo *Crowdsourcing e crowdfunding: dai circuiti mainstream alle produzioni indipendenti* è stato compilato con la collaborazione di tutti gli autori.
2. Modello di business che si basa sul contributo finanziario volontario delle audience. Cfr. Paul Belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwenbacher, "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd", Working Paper, aprile 2012. Cfr. Massolution, "Crowdfunding Industry Report: Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms" – Research Report - Abridge Version, maggio 2012.
3. Pratica che consiste nel coinvolgere un network di persone nello sviluppo di progetti attraverso micro task diffusi sotto forma di open-call. Cfr. Jeff Howe, "The Rise of Crowdsourcing", in *Wired*, Issue 14.06, 2006. http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html?pg=1&topic=crowds&topic_set= Ultimo accesso: 19 luglio 2013. Cfr. Daren C. Brabham, "Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 14 (1), 2008, pp. 75–90.
4. Pierre Lévy, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1996.
5. Sarah Atkinson, "The view from the fourth wall window: Crossmedia fictions", in Indrek Ibrus, Carlos A. Scolari (a cura di), *Crossmedia Innovations. Texts, Markets, Institutions*, Frankfurt am Main, Peter Lang, 2012, pp. 77-92.
6. In campo teatrale possiamo evidenziare diverse applicazioni della rottura della "quarta parete". Il primo esempio è l'effetto di straniamento (*Verfremdungseffekt*) teorizzato e utilizzato da Bertolt Brecht nelle rappresentazioni, il cui scopo era spingere gli spettatori a non instaurare un rapporto emotivo con esse, ma ad attivare un atteggiamento critico nei loro confronti. Un altro esempio è rappresentato dal metateatro di Luigi Pirandello, di cui la prima opera è *Sei Personaggi in cerca d'autore*.
7. Uno dei tanti esempi in campo cinematografico è rappresentato da *La rosa purpurea del Cairo* (*The Purple Rose of Cairo*, Woody Allen, 1985).
8. Barbara Chai, "New 'Prometheus' Teaser: A TED Talk From the Future", in *Speakeasy*, 28 Febbraio, 2012. <http://blogs.wsj.com/speakeasy/2012/02/28/new-prometheus-teaser-a-ted-talk-from-the-future/>. Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
9. Produzione realizzata in collaborazione da Sveriges Television (SVT), l'emittente televisiva pubblica della Svezia, e The company P (<http://www.thecompanyp.com/site/>), viene descritta dai suoi creatori come "Participation drama, fiction without limits". Cfr. S. Atkinson, *op. cit.*, p. 83.
10. *Ibidem*.
11. Per maggiori informazioni circa il progetto e i dati sull'*audience engagement* Cfr. Rosie Lavan, "Participatory drama blurs truth and fiction", *The Pixel Report*, 24 agosto 2010 <http://thepixelreport.org/2010/08/24/truth-about-marika/>. Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
12. Il progetto ha coinvolto circa 500 partecipanti attivi. Per quanto riguarda le registrazioni on-line il sito *conspirare.se* aveva 490 partecipanti registrati, mentre il sito *Orso Serpentis* 751. Cfr. R. Lavan, *op. cit.*, <http://thepixelreport.org/2010/08/24/truth-about-marika/>. Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
13. Janet Murray, *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, Boston, MIT Press, 1997.
14. Henry Jenkins, "The Aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One)", *Confessions of an Aca-Fan. The official weblog of Henry Jenkins*, 10 settembre 2009. http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html Ultimo accesso: 19 luglio 2013.

- SPECIALE**
15. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien. tome 1: Arts de Faire*, Union générale d'Éditions, 1980 (Trad. eng. *The Practice of Everyday Life*, Berkeley, University of California Press, 1984).
 16. Trendwatching individua come *drivers* della figura del prosumer: *Firstism, Status Stories, Belonging, Off=On e New Platforms*. Cfr. Trendwatching, "Presumers. The product, the story, the status: why consumer involvement with products and services *pre-launch* is set to go mainstream", in *Trend Briefing*, novembre 2012. <http://www.trendwatching.com/trends/presumers/> Ultimo accesso: 19 luglio 2013
 17. Robert Pratten, *Getting Started in Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners*, USA, CreateSpace, 2011, pp. 81-82.
 18. *Ivi*, pp. 82-83.
 19. *Ivi*, pp. 83-85.
 20. Mandy Rose del Digital Cultures Centre (University of West England), individua diversi modelli partecipativi: *The Creative Crowd, The Participant Observers, The Community of Purpose, The Traces of the Multitude*. Cfr. Mandy Rose, "Four categories of collaborative documentary", *CollabDocs Where Documentary meets the Social, Semantic & Open Web*, 30 Novembre 2011. <http://collabdocs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/> Ultimo accesso 25 settembre 2013
 21. Massolution, *op. cit.*, p. 14.
 22. Daniela Castrataro, Tim Wright, Imke Bähr, Carlo Frinolli, *Crowdfuture. The future of Crowdfunding*. E-book, 2012.
 23. Massolution, *op. cit.*, p.16.
 24. Timo Vuorensola sulla descrizione del progetto presente su IndieGoGo dichiara "With Iron Sky 2, we want to go darker, we want to go crazier, we want to be more experimental". <http://www.indiegogo.com/projects/iron-sky-the-coming-race> Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
 25. Riot Cinema Collective, *The Plan 3. The strategy of The Cosmonaut*. <http://en.cosmonautexperience.com/press> Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
 26. Sul Blog accessibile all'indirizzo <http://www.thecosmonaut.org/blog/?p=263> è possibile vedere i remix dei tre vincitori. Ultimo accesso: 19 luglio 2013.
 27. Serie televisiva creata da Gene Roddenberry e trasmessa dal 1966 al 1969.
 28. Serie televisiva creata da Michael Straczynski e trasmessa dal 1994 al 1998.

SPECIALE “The Biggest Fan Remake of All Time”.

Star Wars Uncut: fans e crowdsourcing in una galassia lontana lontana.

*We cut the movie into 15 seconds clips -
You claim a scene and refilm it however you like -
We all become famous in the best films ever*

Logo della Twentieth Century Fox illuminato da due spade laser che, muovendosi, tagliano di netto un pezzo del gigantesco 2. In seguito, la scritta “A Limited Lucasfilm Production” e, successivamente, una pagina di Twitter dell’account @starwarsuncut: le familiari parole “A long time ago, in a galaxy far, far away” si compongono sullo schermo sotto forma di tweet. Così accoglie lo spettatore l’auto-proclamatosi “più grande fan-remake di tutti i tempi”, *Star Wars Uncut: A New Hope* (<http://www.starwarsuncut.com/newhope>), ideato dal giovane programmatore Casey Pugh nel luglio 2009, alla cui realizzazione hanno partecipato circa un migliaio di fan da ogni parte del mondo. A queste prime immagini, dopo il classico scorrere del testo introduttivo, segue l’intero film ricostruito con animazioni digitali e ASCII, *claymation*, disegni in 2D, *stopmotion* realizzata con qualunque mezzo (dai soldatini ai mattoncini lego, a sagome ritagliate su cannucce da cocktail), ricostruzioni più o meno fedeli degli eventi recitate da bambini, adolescenti, adulti, anziani e persino neonati (con costumi che vanno dal merchandise ufficiale al DIY più sfrenato di uniformi realizzate con scolapasta e cartoni), parodie, *spoof*, *green screen*, etc. Sono 473 le clip da 15 secondi che compongono il *director’s cut* di *Star Wars Uncut: A New Hope*, anche se sono state circa un migliaio quelle caricate sul sito starwarsuncut.com (<http://starwarsuncut.com>), vero cuore pulsante dell’intero progetto. Progetto che proseguirà con la produzione del secondo capitolo della saga, che s’intitolerà ovviamente *Star Wars Uncut: The Empire Strikes Back* (<http://www.starwarsuncut.com/empire>), di cui al momento si è conclusa la fase di raccolta delle clip *fanmade*.

Costato ai suoi promotori – oltre a Casey Pugh, ideatore del progetto, Chad Pugh, Annelise Pruitt e Jamie Wilkinson – soltanto il costo di mantenimento del server e gli occasionali biglietti aerei per fare promozione in giro per il mondo, *Star Wars Uncut* (SWU) è diventato un vero e proprio fenomeno virale e di costume⁽¹⁾, proiettato in festival ed esposizioni museali⁽²⁾, e ha fatto guadagnare ai suoi autori premi e

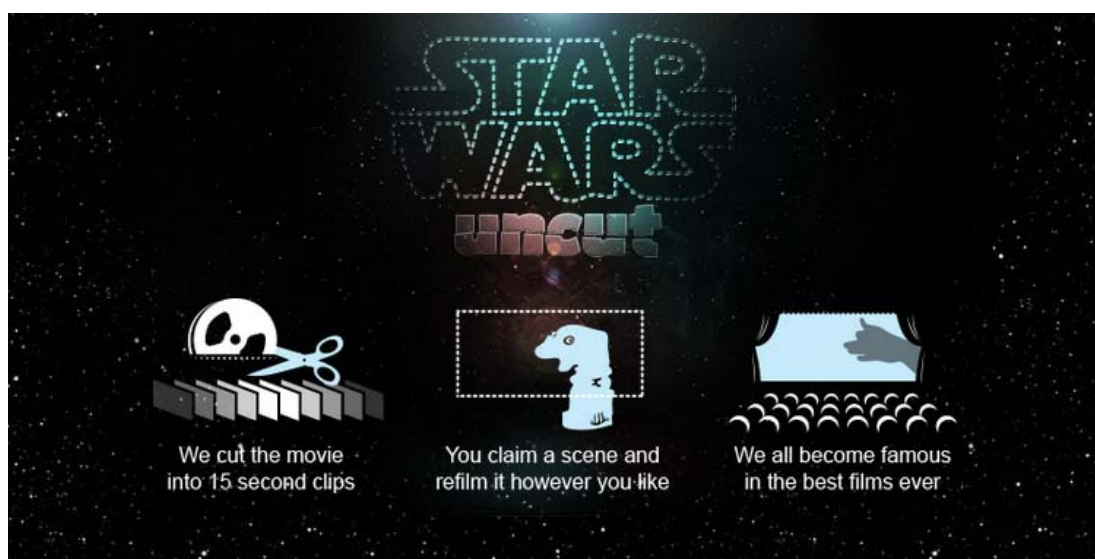


Fig. 1

La schermata iniziale di *Star Wars Uncut*

SPECIALE riconoscimenti, tra cui un inaspettato *Primetime Emmy for Outstanding Achievement in Interactive Media* nel 2010, sbaragliando la concorrenza dei grandi broadcast e dei loro siti tie-in per prodotti come *Glee* (FOX, 2009 -) e *Dexter* (Showtime, 2006 - 2013).

Trovandoci in un'area ancora relativamente inesplorata all'interno delle produzioni audiovisive, il posizionamento e l'analisi di produzioni come *Star Wars Uncut* risultano quanto mai problematici, nonostante il termine "crowd" faccia ormai parte del linguaggio comune. La difficoltà principale risiede nella natura del contesto in cui questi prodotti vengono ideati e realizzati, così ampiamente dipendente dai mutamenti della rete e dalle innovazioni informatiche da non consentire nemmeno una proposta tassonomica efficace che non risulti rapidamente superata dalle novità. L'eccezionalità del caso di *SWU*, tuttavia, sia per il numero di partecipanti, sia per le modalità con cui è stato realizzato, sia per la grande visibilità ottenuta, ci ha portato a investigarne ulteriormente caratteristiche e peculiarità.

Difficile definire esattamente la natura di un progetto come questo: lo si potrebbe chiamare *videoremix collaborativo*, *fanmade film partecipativo*, o *mashup fanmade remake*, correndo il rischio a ogni scelta lessicale di perdere qualche dettaglio della sua complessità. Molti sono i termini che è possibile chiamare in causa per descriverlo. Innanzitutto *crowdsourcing*: siamo di fronte a un progetto in cui i singoli elementi che compongono il tutto finale sono stati realizzati da un gruppo di partecipanti che ha risposto a un'iniziale "call for action" del suo creatore. In seconda battuta, *partecipativo* e *collaborativo*, termini che definiscono le modalità con cui si è verificata l'unione sinergica di un migliaio di fan che hanno dato vita a un film di quasi due ore, quindici secondi alla volta. Occorre porre l'accento, inoltre, su *remix* e *mashup*: che si tratti del *mashup* generato da un algoritmo sul sito web o del lavoro dell'artista sperimentale Aaron Valdez, per quanto riguarda il *director's cut* (pubblicato nel gennaio 2012), *SWU* è indubbiamente un film di montaggio. Infine, la parola *fan*: come sostiene il suo autore, un progetto come *SWU* non sarebbe stato possibile se il film che si era chiamati a ricreare non fosse stato "il Michael Jackson del cinema"⁽³⁾, una delle pietre miliari della cultura popolare. E, soprattutto, se il fandom che si cercava di coinvolgere non fosse stato, fin dall'uscita dei primi film, uno dei più frequentati, agguerriti e creativi⁽⁴⁾, particolarmente noto proprio per l'elevato numero di *sweded* film, per dirla con i protagonisti di *Be Kind, Rewind* (Michel Gondry, 2007), ovvero di film ricreati scena per scena, spesso in modi inaspettati e fantasiosi⁽⁵⁾.

"30-day deadline + 15-second clips = Crowdsourcing magic!"

Nel luglio del 2009 Casey Pugh, giovanissimo programmatore tra i creatori del sito di video-sharing *Vimeo*, lancia un progetto che aveva da tempo nel cassetto: un remake *fanmade* del primo film della saga di *Star Wars*, realizzato dai fan in maniera collaborativa. Racconta Pugh che l'idea di creare un progetto *crowdsourced* è nata lavorando presso *Vimeo*: dopo aver pensato lungamente a come favorire progetti collaborativi con gli strumenti del sito, e ai possibili incentivi necessari a stimolare gli utenti a partecipare a un grande progetto, un giorno ha avuto l'intuizione di coniugare questi sforzi lavorativi con un soggetto a lui caro e di sicuro appeal per il grande pubblico, ovvero il primo capitolo della saga ideata da George Lucas (*Guerre Stellari, Star Wars: Episode IV - A New Hope*, 1977)⁽⁶⁾. Dopo aver valutato la possibilità di realizzare il film direttamente all'interno di *Vimeo*, Pugh decide di costruire un sito dedicato, *starwarsuncut.com*, strutturato appositamente per favorire la collaborazione tra gli utenti, e utilizzare l'API open source di *Vimeo*⁽⁷⁾ per sfruttare le capacità di video-hosting e video-streaming del sito senza dovervi dipendere direttamente.

La presentazione iniziale del sito è molto semplice e consiste in una pagina che accoglie l'utente con le 473 clip da 15 secondi l'una in cui Pugh aveva scomposto (grazie a un codice di programmazione) *A New Hope* e la breve "call for action":

SPECIALE

Hello! You and 472 other people have the chance to recreate *Star Wars: A New Hope*. Below is the entire movie split up into 15 second clips. Click on one of the scenes to claim it, film it, and upload it. You can have up to three scenes! When we're all done, we'll stitch it all together and watch the magic happen⁽⁸⁾.

Una delle chiavi del successo di *SWU*, come sostengono anche Pugh e il suo team, sembrerebbe risiedere proprio nella rapidità e facilità con cui l'utente può comprendere il funzionamento del progetto e parteciparvi (di fatto le competenze necessarie si limitano al sapere realizzare un video di 15 secondi, anche senza audio, ed essere in grado di caricarlo su un sito di video-sharing, competenze oggi giorno decisamente diffuse). La procedura è semplice: una volta registrati sul sito e creato un proprio profilo si ha la possibilità di visionare le clip, scegliendo quale tra queste si vuole tentare di ricreare. A quel punto la clip viene "reclamata" e bloccata: l'utente ha trenta giorni di tempo per realizzare il suo lavoro e caricarlo sul sito. Dopo 48 ore e 200 clip già reclamate (<http://starwarsuncut.tumblr.com/post/139170919/its-only-been-48-hours-and-there-already-have>), il successo di *SWU* è lampante. Pugh decide così di togliere le iniziali limitazioni e modificare la struttura del sito per ampliare il più possibile la partecipazione (<http://starwarsuncut.tumblr.com/post/142857118/upgrades-this-weekend>): ogni utente può adesso reclamare fino a tre clip e, una volta terminato un round, con tutte le 473 clip reclamate e realizzate, il sistema riattiva la possibilità di effettuare nuovi "claim". La raccolta inizia il 7 luglio 2009, il primo round è completato in nove mesi, mentre i round concessi prima della chiusura della fase creativa sono quattro, per un totale di quasi mille clip caricate. Grazie alla risposta entusiasta dei fan, il progetto viene costantemente implementato nel corso dei mesi successivi al lancio, soprattutto grazie alla collaborazione degli altri componenti del team che si sono uniti al progetto, il programmatore Jamie Wilkinson, e gli UX/IA designer Chad Pugh, fratello di Casey, e Annelise Pruitt, diventando progressivamente un esperimento nel design della *user experience*. Cercando di costruire un'esperienza sempre più interattiva e coinvolgente per l'utente, il team di autori sviluppa la struttura del sito, a partire dalle possibilità di connessione e interazione fornite dai social network: non solo è possibile iscriversi attraverso il proprio account di *Facebook* o *Twitter*, ma vengono implementate le funzioni legate alla creazione di profili e quelle di commento. La novità più significativa in questo senso è data dalla possibilità di commentare e votare le singole clip per tutti gli utenti registrati, voti che determineranno poi la selezione che comporrà il *director's cut*. In secondo luogo, viene sfruttata l'API di *Vimeo* che consente, opportunamente modificata, di generare una modalità di visione unica ad ogni visita, e sempre più interattiva. La pagina principale accoglie ora l'utente con una struttura che gli permette di esplorare immediatamente tutto l'universo di *SWU*: al centro della pagina c'è una "clip del giorno" selezionata dallo staff, mentre sotto di essa vengono caricate quotidianamente la clip e il profilo più votati. Alla sinistra e alla destra del player si trovano due colonne di video: da una parte una selezione di "amazing scenes", dall'altra alcune clip raggruppate per tipologia – animazione, parodia, *live action*, etc. Cliccando su ogni clip è possibile esplorare il film attraverso il video-player creato dal team, chiamato affettuosamente "Vader": si può navigare all'interno del film originale, selezionarne un momento preciso e guardare tutti i video creati dagli utenti per riprodurre quel segmento. Alcuni potenti algoritmi permettono, inoltre, di generare automaticamente un *mashup* complessivo diverso a ogni caricamento, dando la possibilità all'utente di visualizzare ogni volta una versione unica del film, consentendogli inoltre di scegliere i parametri con cui selezionare le clip (ad esempio le clip più votate, o le clip raggruppate per tecnica di realizzazione).

Annelise Pruitt definisce *SWU* un esperimento di "crowdsourced and code-directed art"⁽⁹⁾: l'opera visualizzata, infatti, non solo nasce grazie all'inventiva dei singoli partecipanti, ma dipende anche, nella sua versione interattiva, dalla capacità dell'API del sito di processare i dati, dando così vita a un progetto

SPECIALE di data-art⁽¹⁰⁾.

Per quanto riguarda il meccanismo di crowdsourcing, Pugh spiega così il suo funzionamento e la connessione con le modalità di interazione del fandom:

a primary thing to consider when imagining a potential crowdsource-based project is the risk versus reward balance. [...] And in most cases, there's a linear relationship between risk and reward, and people's passion for something. But with *Star Wars Uncut* [...] the linear element went out the window: the risk wasn't great, the reward was somewhat substantial, but people's passion for being involved went through the roof⁽¹¹⁾.



Fig. 2

Scena 196: la versione *adventure game* ricreata dall'utente Stacy Davidson della sfida tra Han Solo e Greedo nella Chalmun's Spaceport Cantina (<https://vimeo.com/6174830>).

In un'intervista rilasciata dopo la vittoria agli Emmy, Pugh, Pruitt e Wilkinson, riflettendo sulle ragioni che li hanno portati alla vittoria, sostengono che una delle motivazioni sia da rintracciare nella proposta di contenuti e modalità di fruizione e partecipazione alternativi a quelli broadcast ("it's broadband versus broadcast"): in sostanza, insistono sul fatto che *SWU* è un lavoro fatto dai fan, per i fan, utilizzando come mezzo soltanto la rete⁽¹²⁾. Indubbiamente, la visione delle modalità collaborative e delle potenzialità di produzioni slegate dai circuiti mainstream presentata dagli autori di *SWU* risulta quantomeno utopistica, nonostante essi riconoscano la centralità della scelta di un soggetto così popolare come *Star Wars* ai fini della riuscita del progetto. Sarebbe interessante osservare in futuro tentativi di applicare le stesse procedure a soggetti meno conosciuti e con un tipo di pubblico differente, per verificare se vi siano possibilità di successo e quali siano gli elementi in grado di attivare la partecipazione degli utenti⁽¹³⁾. L'efficacia della "chiamata alle armi" per la realizzazione di *SWU* si può rintracciare, oltre che nella notorietà del soggetto, nel rispetto di alcune condizioni inderogabili per ottenere la fiducia e la partecipazione dei fan, prima tra tutte l'assenza di un ritorno commerciale diretto per i suoi creatori. Come molti studi sulla peculiare economia che sottende le produzioni dei fan hanno largamente evidenziato, notoriamente

SPECIALE queste comunità sono particolarmente sospettose dei tentativi di sfruttamento a scopo di lucro dei propri sforzi creativi da parte di terzi, mentre valutano positivamente le operazioni fatte per celebrare l'oggetto della loro passione mosse soltanto dall'entusiasmo per quest'ultimo⁽¹⁴⁾. In aggiunta, al netto di futuri accordi di altra natura tra i creatori del primo episodio di *SWU* e la Lucasfilm (che indubbiamente è da sempre abile nello sfruttare a livello di immagine la "magnanimità" con cui permette l'esistenza di fanwork e fan film sul franchise), questo progetto è stato creato al di fuori del circuito di prodotti *tie-in* e contenuti ancillari, progettati direttamente dalla casa di produzione, rendendo la partecipazione più appetibile per soggetti che valutano positivamente quella che reputano un'autentica passione verso un prodotto culturale e che mantengono, nei confronti dei creatori "ufficiali" dei loro oggetti di culto, un rapporto spesso conflittuale.

L'enorme successo di *Star Wars Uncut: A New Hope* ha spinto i suoi creatori a replicare l'esperimento con la realizzazione del fan-remake del quinto episodio, *Star Wars: The Empire Strikes Back*. Suddiviso in 480 clip, sempre da 15 secondi l'una, la raccolta delle clip fanmade è stata lanciata il 30 agosto 2012 e si è conclusa il 1 maggio 2013 con 1570 clip caricate sul sito *starwarsuncut.com*. L'episodio è attualmente in produzione.

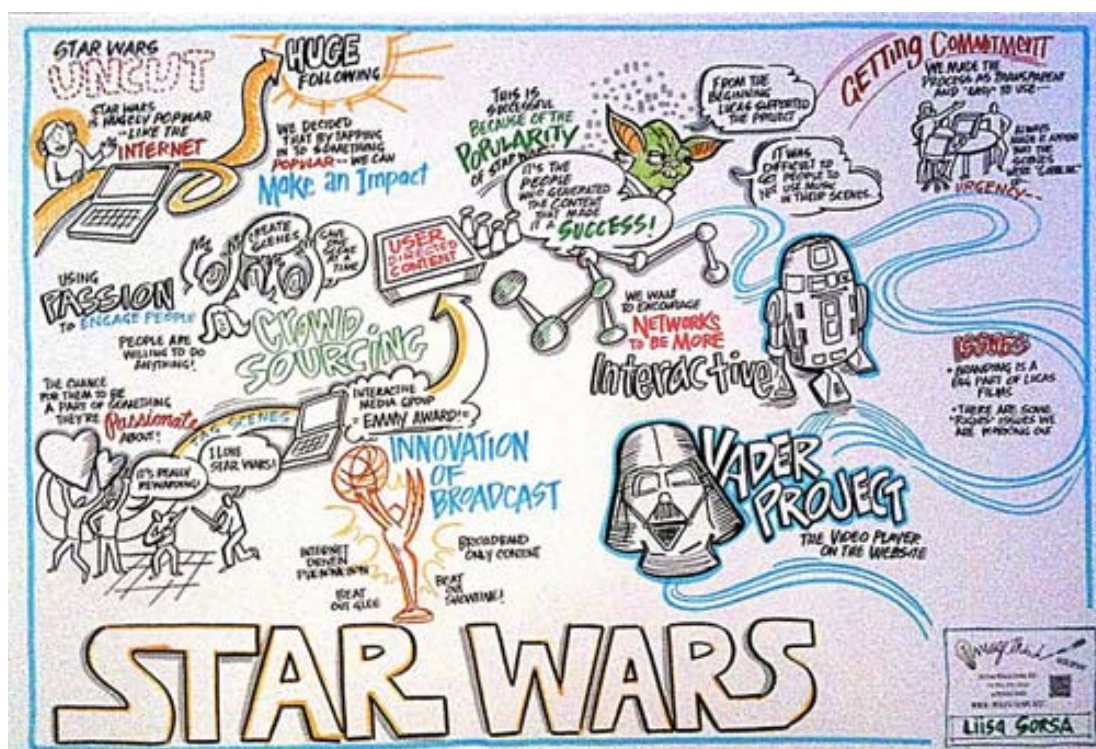


Fig.3 Appunti illustrati del panel dedicato a Star Wars Uncut al festival SXSW - South by Southwest 2011.

May the (crowd)force be with you

Come evidenziato in apertura, l'analisi di progetti come *SWU* presenta alcune difficoltà: ci troviamo, infatti, in un campo scarsamente esplorato, in cui è necessario combinare riflessioni provenienti da ambiti diversi per individuare percorsi efficaci alla comprensione del funzionamento di questi prodotti.

SPECIALE Ad esempio, la ricca e variegata letteratura scientifica che afferisce al campo dei *fan studies*, si muove principalmente tra l'analisi delle comunità di fan e lo studio delle loro creazioni a livello individuale, ma poco o nulla è stato scritto riguardo all'effettiva partecipazione di un alto numero di persone a un singolo progetto collettivo come *SWU*. Vi sono tuttavia alcuni settori disciplinari in cui l'elemento partecipativo è stato analizzato e studiato, dai quali è possibile attingere riflessioni e categorizzazioni utili anche nell'esplorazione di un caso come il nostro. Uno è quello legato al documentario, l'altro è quello che indaga la cosiddetta *participatory culture* all'interno del sistema mediale nel suo complesso. Per ragioni di spazio, non possiamo qui proporre che suggestioni e brevi spunti, che tuttavia ci paiono particolarmente proficui da un punto di vista analitico, perché rilevano una capillare diffusione di queste istanze produttive anche in oggetti molto differenti sul piano del contenuto e della forma. Sul fronte del documentario, studiose come Mandy Rose e Sandra Gaudenzi si occupano da tempo di quelli che denominano documentari collaborativi e interattivi. Gaudenzi definisce questi progetti *relational objects*, ovvero artefatti "that demands agency and active participation of some sort from more than one actant and therefore it does not exist as an independent entity – as it is always putting several entities in relation with each other"⁽¹⁶⁾, definizione che potremmo facilmente applicare anche a progetti partecipativi non strettamente legati al documentario. Rose, dall'altra parte, ha analizzato la loro natura di *convivial media*⁽¹⁷⁾, ovvero di oggetti in cui l'interazione tra le parti non è solo il meccanismo di funzionamento, ma anche uno dei motori principali dell'interesse dei singoli a partecipare all'operazione. Anche nel caso di *SWU*, possiamo rilevare come l'idea di partecipare a un'opera collettiva insieme ad altre persone che condividono la stessa passione sia stato uno dei motori dell'interesse degli utenti, che hanno formato una piccola comunità all'interno del sito del progetto. Anche per quanto riguarda le possibili classificazioni di questi lavori, le categorie proposte dalle studiose risultano particolarmente calzanti anche per opere non afferenti direttamente al documentario. Entrambe propongono distinzioni basate sui modelli d'interazione e sui meccanismi con cui vengono coinvolti e incanalati gli sforzi collettivi per la creazione della produzione condivisa. Rose propone la suddivisione dei documentari collaborativi in quattro categorie⁽¹⁸⁾; tra queste, due risultano strettamente pertinenti alle caratteristiche di *SWU* da noi sottolineate. La categoria "Traces of the Multitude" riguarda quei progetti che introducono "a new aspect to collaboration by drawing on social media content – linking to a multitude of, potentially anonymous, contributors. Here we can start to see documentary that is continually live and updating, with static video linked to live web data". Tale tipologia, che Rose definisce "documentario semantico", è facilmente assimilabile all'idea di *code-directed art* precedentemente espressa. Ancora più interessante è la categoria "Creative Crowd", poiché la studiosa fa in questo caso esplicito riferimento a progetti come *Man With a Movie Camera: The Global Remake* o *The Johnny Cash Project* (<http://www.thejohnnycashproject.com>) (Chris Milk, 2010) del tutto simili a *SWU* per modalità di funzionamento e coinvolgimento dei partecipanti. Si tratta, infatti, di progetti in cui "multiple participants contribute fragments to a highly templated whole [...]. The units of content may not make much sense on their own but value and meaning accrue as they come together producing a distinctive aesthetic that's about energy and repetition". Analogamente, si possono trovare punti di contatto con le riflessioni sviluppate da Gaudenzi sulle modalità di interazione tra partecipanti alla base di quelli che definisce documentari digitali interattivi⁽¹⁹⁾. Nella categoria *participatory mode* Gaudenzi inserisce progetti direttamente collegabili al nostro caso: si tratta, infatti, di lavori in cui l'autore fornisce gli strumenti e le regole dell'interazione e diventa una sorta di *database designer*, mentre gli utenti hanno una duplice possibilità esplorativa (limitandosi a osservare) o configurativa (decidendo di aggiungere contenuti al database). Nella descrizione dell'evoluzione di questa modalità generata dall'avvento del cosiddetto Web 2.0, Gaudenzi identifica varie possibilità di utilizzo del web per la costruzione di questi progetti, tra cui l'uso del web per raccogliere materiali video creati dagli utenti riguardanti un soggetto specifico, che possono essere usati o per creare un testo lineare attraverso il montaggio, o presentati in forma frammentata attraverso un portale web – ovvero entrambe le opzioni messe in campo da *SWU*.

SPECIALE Sul fronte, invece, della *participatory culture*, molto è stato detto rispetto alle pratiche che richiedono l'intervento di singoli utenti nella creazione di un progetto comune, che si tratti di *software open source*, *video game modding*, attività di commento e recensione online o altre pratiche legate alle nuove tecnologie⁽²⁰⁾. Molte delle riflessioni si soffermano sulla natura ambigua di tali pratiche, che da una parte fanno leva sull'aspetto ludico e affettivo della partecipazione – che comprende, ad esempio, il “labor of love” dei fan intenti a celebrare i loro testi prediletti – e dall'altra spesso ignorano o sottovalutano la natura di lavoro non retribuito che frequentemente caratterizza queste attività⁽²¹⁾. A tal proposito proponiamo ai fini della nostra riflessione il concetto di *produser* (producer + user) – e la corrispettiva pratica di *produsage* – coniato da Axel Bruns come alternativa al più diffuso *prosumer* (producer + consumer). Analizzando il caso di quelli che definisce *mashup collaborativi*, ad esempio, Bruns tenta di sottolineare attraverso questi termini la possibilità di una condizione più attiva e consapevole, rispetto a quella del semplice consumatore, per coloro che partecipano a progetti collettivi di creazione di contenuti, purché si rispettino tre condizioni: “open participation, communal evaluation”, “unfinished artifacts, continuing process” e “common property, individual rewards”⁽²²⁾. Tale riflessione offre a nostro avviso spunti interessanti nell'analisi e valutazione di progetti come *SWU*, poiché aiuta a calibrare il grado di partecipazione effettiva degli utenti. Ci troviamo di fronte, infatti, a lavori in cui si richiede la collaborazione di un ampio numero di persone che donano il loro tempo e la loro creatività a un'opera che avrà comunque un ideatore, responsabile di tutte le fasi progettuali e della messa in forma finale, a cui in ultima battuta saranno attribuiti i meriti – o demeriti – dell'operazione. E in molti progetti è possibile rintracciare una modalità di partecipazione che si limita al semplice “outsourcing” della realizzazione dei materiali da parte dell'unico autore, senza che l'elemento “crowd” venga ulteriormente sviluppato. Tuttavia, a nostro avviso, è la capacità di coinvolgere i singoli utenti su temi di loro interesse e di costruire, a partire da questo coinvolgimento, una comunità di persone che collabori concretamente al progetto su vari livelli, uno degli elementi più interessanti e di valore del crowdsourcing. Abbiamo già rilevato come *SWU* rispetti alcuni requisiti tipici della cultura del fandom, come la non-commercialità. Se seguiamo le linee guida proposte da Bruns per identificare i casi di *produsage*, possiamo notare come, nel caso di *SWU*, non solo venga stimolata la partecipazione più ampia possibile, ma sia anche valorizzato il lavoro di ogni singolo utente, permettendo, ad esempio, allo spettatore di visualizzare sul sito tutte le clip caricate e non soltanto quelle rientrate nel *director's cut*. Inoltre, è la comunità stessa a valutare collettivamente il lavoro, scegliendo le clip migliori attraverso voti e commenti. Infine, sebbene un'apertura permanente del progetto non fosse possibile, si è cercato di stimolare un coinvolgimento duraturo degli utenti e dei partecipanti: innanzitutto, dando la possibilità di esplorare il database in maniera interattiva anche dopo la chiusura della raccolta, e, in secondo luogo, grazie alla creazione effettiva di una *community* di riferimento. Ciò ha permesso agli autori di coinvolgerla nuovamente nella realizzazione del secondo progetto, *Star Wars Uncut: The Empire Strikes Back*. La promessa di diventare “tutti” famosi nel più bel film di sempre sembra per ora mantenuta.

Lucia Tralli

Note

1. Il *director's cut* conta, a oggi, circa 794.000 visualizzazioni su *Vimeo* (<https://vimeo.com/34948855>) e ben 3 milioni e 630 mila su *YouTube* (<http://www.youtube.com/watch?v=7ezeYJUz-84>). Il progetto e i suoi autori sono apparsi in svariati articoli tra cui Robert Lloyd, “Star Wars Uncut: The world remakes a classic” (<http://herocomplex.latimes.com/movies/star-wars-uncut-the-world-remakes-a-classic/>), *LA Times*, 26 agosto 2010; Brian Stelter, “An Emmy for Rebuilding a Galaxy” (http://www.nytimes.com/2010/08/28/arts/television/28uncut.html?_r=0), *New York Times*, 27 agosto 2010 e Matt

- SPECIALE** Zoller Seitz, "The Fan-Made *Star Wars Uncut* Is the Greatest Viral Video Ever" (<http://www.vulture.com/2012/01/fan-made-star-wars-recut-is-the-greatest-viral-video-ever.html>), *Vulture*, 24 gennaio 2012. L'ultimo accesso per tutti i link citati nel saggio è avvenuto il 20 settembre 2013.
2. *Star Wars Uncut* è stato proiettato, ad esempio, durante il Tribeca Film Festival 2013 nella selezione *Storyscapes*.
 3. "Casey Pugh: May the (crowd)force be with you" (<http://biginterview.org/post/220835534/casey-pugh-may-the-crowd-force-be-with-you>), *The Big Interview*, 14 ottobre 2009.
 4. Sul fandom di *Star Wars*, si vedano, tra gli altri, i recenti Will Brooker, *Using the Force: Creativity, Community and Star Wars Fans*, Londra, Continuum, 2002 (in particolare il capitolo 8 dedicato ai fan film) e Matthew W. Kapell, John S. Lawrence, *Finding the Force of the Star Wars Franchise: Fans, Merchandise, and Critics*, New York, Peter Lang, 2006.
 5. La Lucasfilm Ltd. ha da tempo una politica particolarmente benevola verso i creatori di fan film, purché rispettino l'opera e la celebrino così com'è, e non abbiano intenti commerciali. Dal 2002 al 2011 Lucasfilm ha persino promosso un *Official Star Wars Fan Film Award*. I rapporti con i creatori di *fanwork* che non corrispondono a questo ideale celebrativo sono notevolmente più burrascosi (come descrive, ad esempio, Abigail Derecho in *Illegitimate Media: Race, Gender and Censorship in Digital Remix Culture*, tesi dottorale, UMI Publishing, 2011). Pugh ha riferito di un incontro ufficiale avvenuto con i vertici della Lucasfilm a proposito di *Star Wars Uncut*, in cui i dirigenti dell'azienda si sono detti entusiasti del progetto, al punto da stipulare un accordo per l'utilizzo della colonna sonora con promesse di collaborazione per il secondo capitolo (KC Ifeanyi, "Behind the Ultimate Crowdsourced Film – 'Star Wars Uncut'" (<http://www.fastcocreate.com/1679460/behind-the-ultimate-crowdsourced-film-star-wars-uncut>), *Co.Create*, 29 gennaio 2012).
 6. Chris Zebo, "Exclusive Interview with Casey Pugh, Producer of Star Wars Uncut" (<http://maroonweekly.com/listen/exclusive-interview-with-emmy-award-winner-casey-pugh-creator-of-star-wars-uncut>), *Maroon Weekly*, 7 settembre 2010.
 7. Con API (Application Programming Interface) si identifica l'insieme di strumenti specifici messi a disposizione di un programmatore all'interno di un programma, e le librerie software disponibili in un linguaggio di programmazione. Per approfondimenti riguardanti il funzionamento dell'API di *Vimeo* si veda <https://developer.vimeo.com/apis>.
 8. *StarWarsUncut* (<http://web.archive.org/web/20091224015243/http://www.starwarsuncut.com/>), 7 luglio 2009.
 9. Brian Stelter, *op. cit.*
 10. La struttura del sito e il suo peculiare design interattivo sono descritti nel dettaglio nel video di presentazione realizzato da Pugh e soci per la selezione degli *Emmy Awards* (<https://vimeo.com/11698022>). Nel momento in cui scriviamo, tuttavia, l'accesso alla versione interattiva della sezione dedicata a *A New Hope* è sospesa in attesa del completamento del secondo episodio. È possibile, tuttavia, consultare la maggior parte delle pagine attraverso la *Way Back Machine* sul sito *archive.org*, ad esempio all'indirizzo <http://web.archive.org/web/20120101131353/http://www.starwarsuncut.com/>.
 11. Daniel Terdiman, "Star Wars Uncut creators wow SXSW with crowdsourcing tales" (http://www.cnet.com/8301-14013_1-20042541-284.html?part=rss&subj=news&tag=2547-1_3-0-20), *Cnet*, 13 marzo 2011.
 12. Chris Zebo, *op. cit.*
 13. Ad oggi, l'unico caso realizzato con modalità del tutto simili a *SWU* è *Man With a Movie Camera: The Global Remake* (<http://dziga.perrybard.net/>) ideato dall'artista Perry Bard nel 2007 (e tuttora attivo) a partire dal celebre film di Dziga Vertov del 1929: pur facendo riferimento a un pubblico decisamente diverso e con una partecipazione indubbiamente più limitata nei numeri, anche questo progetto ha saputo incontrare l'interesse degli utenti che hanno inviato le loro creazioni.

- SPECIALE** 14. Per un primo approccio all'economia del dono, solitamente assimilata all'economia dei fan, si veda "The Gift Economy and Commodity Culture" in Henry Jenkins et al., *If It Doesn't Spread, It's Dead: Creating Value in a Spreadable Marketplace* (http://convergenceculture.org/research/Spreadability_ExecSum_063009.pdf), White Paper, 2010, pp. 43-62. Tra gli studi recenti sul complesso rapporto che intercorre tra i fan e i tentativi di commercializzare le loro creazioni, si veda ad esempio Abigail De Kosnik, "Should Fan Fiction Be Free?", in Kristina Busse (a cura di), "In Focus: Fandom and Feminism", *Cinema Journal*, vol. 48, n. 4, 2009, pp. 118-124.
15. Sul tema del rapporto conflittuale tra fan e creatori dei loro oggetti di culto, in particolare riguardo alla creazione di contenuti ancillari, si veda ad esempio Suzanne Scott, "Repackaging Fan Culture: The Regifting Economy of Ancillary Content Models", (<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/150/122>) *Transformative Works and Cultures*, n. 3, 2009.
16. Sandra Gaudenzi, "The i-doc as a relational object" (<http://i-docs.org/2011/09/08/the-i-doc-as-a-relational-object/>), *I-docs*, 8 settembre 2011.
17. Mandy Rose, "Participatory Documentary as 'Convivial Media'", paper presentato al Digital Cultures Research Centre, University of the West of England, 21 maggio 2011.
18. Mandy Rose, "Four categories of collaborative documentary" (<http://collabdocs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/>), *Collabdocs*, 30 novembre 2011.
19. Sandra Gaudenzi, *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*, tesi dottorale, Londra, Goldsmiths (Centre for Cultural Studies), University of London, 2013.
20. Sull'argomento rimandiamo al recente volume curato da Aaron Delwiche e Jennifer Jacobs Henderson (a cura di), *The Participatory Cultures Handbook*, New York, Routledge, 2012; mentre tra gli studi più specifici citiamo quello dedicato al game-modding di Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2011.
21. Sul tema si vedano, ad esempio, Tiziana Terranova, "Free labor: producing culture for the digital economy", *Social Text* 63, vol.18, n. 2, Summer 2000, pp. 33-58; Yochai Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven-London, Yale University Press, 2007; Trebor Scholz, *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013.
22. Axel Bruns, "Distributed Creativity: Filesharing and Produsage" in Stefan Sonvilla-Weiss (a cura di), *Mashup Cultures*, New York-Wien, Springer, 2010, p. 26.

SPECIALE “How big can we make it?”: il dibattito intorno a The Veronica Mars Movie Project

Il 13 marzo 2013, una fetta del composito universo dell'entertainment e dei suoi osservatori tralasciava l'elezione del 266° Pontefice per focalizzare l'attenzione sul primo crowdfunding della storia finalizzato a rievocare un universo seriale silenziato da anni: quello di *Veronica Mars*, serie funestata, come tante altre, da una precoce cancellazione, e come tante altre forte di un fandom di nicchia affezionatissimo nonostante il passare del tempo. Il raggiungimento rapidissimo del *goal* di 2 milioni di dollari tramite campagna Kickstarter ha fatto sì che il progetto sia stato salutato di primo acchito come la potenziale soluzione ad un sistema che ha nel rating il principale criterio con cui sancire la sopravvivenza o la cancellazione di una serie; in realtà il fenomeno si è subito rivelato ricco di implicazioni da sviscerare in tutta la loro problematicità.

L'esistenza del *The Veronica Mars Movie Project* (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>) si presenta come un caso rappresentativo in cui convergono molteplici istanze che delineano la fisionomia dell'attuale panorama cine-televisivo: nuove implicazioni nella mappatura delle pratiche dei fandom⁽¹⁾, la possibilità di percorsi produttivi inediti, la rinegoziazione dei rapporti tra realizzatori, consumatori, intermediari.

91000 little marshmallows

Il 13 marzo 2013 compare su Kickstarter un progetto firmato Rob Thomas e Kristen Bell, rispettivamente ideatore e protagonista della serie *Veronica Mars* (2004-2007), show prodotto da UPN e poi da The CW, programmato per tre stagioni e poi cancellato nel 2007.

Ambientato nella fittizia Neptune, California, caratterizzata da un violento gap socio-economico tra i ricchi e i poveri della città, *Veronica Mars* narra le gesta dell'omonima protagonista, figlia adolescente di un detective privato e a sua volta impegnata nella risoluzione di casi più o meno gravi. I motivi per cui *Veronica Mars* si è guadagnata un piccolo ma agguerrito nucleo di fan e l'etichetta di cult sono diversi: la caratterizzazione della protagonista lo distingue dai teen drama più convenzionali, così come il ritmo dei dialoghi e l'altissimo tasso di citazioni pop; la struttura della serie mescola humour e momenti altamente drammatici, e interseca plot verticali intorno ai casi del giorno con uno sviluppo orizzontale stagionale responsabile delle svolte più cupe della narrazione⁽²⁾.

Durante la produzione della terza stagione di *Veronica Mars*, la rete originariamente produttrice del programma, UPN, converge insieme a The WB (rete a marchio Warner Bros.) in The CW, canale pensato specificatamente per show per adolescenti. Nel frattempo rimangono stabili gli ascolti non entusiasmanti della serie: le tre stagioni si assestano tutte su una media di 2,5 milioni di spettatori per episodio. La terza stagione subisce uno snaturamento dei contenuti più controversi e la normalizzazione di alcuni temi e personaggi per andare incontro alla linea di The CW (lo si nota bene nella discontinuità tra la prima parte di stagione, segnata da un inizio di trama orizzontale, e la seconda, in cui dominano casi verticali e problemi relazionali molto più innocui di quelli delle stagioni precedenti). Ciononostante il 17 maggio 2007 The CW annuncia la cancellazione di *Veronica Mars* alla terza stagione.

Veronica Mars si configura a tutti gli effetti come un prodotto commerciale con un target specifico, eppure amato dalla critica⁽³⁾ per l'arguzia dei personaggi e un certo anticonformismo di fondo. Fin dalla cancellazione, l'idea di un film per rimediare alla conclusione improvvisa è sembrata una soluzione praticabile per Rob Thomas: un'impresa simile era riuscita a Joss Whedon con il suo *Serenity* (*Id.*, 2005), realizzato a chiusura dell'amata e sfortunata *Firefly* (2002) LINK INTERNO AL PEZZO BREMBILLA; dalla sua, Thomas può teoricamente vantare la necessità di un budget notevolmente più basso rispetto ad una serie di fantascienza. Ciononostante la Warner Bros., che detiene i diritti della serie, non concede

SPECIALE il via libera al progetto, che viene ufficialmente messo da parte, anche perché, nelle parole di Thomas:

I didn't want to be guilty — at least not twice — of building up hope when the odds seemed so long. Still, without fail, in every interview I do or every place I speak, I get the “will there be a Veronica Mars movie?” question. Even after a couple of years of downplaying the chances, I'd still run across blog postings headlined, “will Rob Thomas shut up about the Veronica Mars movie, already!” I was trying to. I promise⁽⁴⁾.

Dopo essersi imbattuto in Kickstarter tramite un amico musicista, che gli suggerisce l'idea di considerare la piattaforma per il film, Rob Thomas decide di tentare la strada del crowdfunding. La Warner Bros. accetta di sbloccare i diritti sulla serie, così Rob Thomas e il cast possono girare nel 2012 il video di presentazione che campeggia nella homepage del progetto, accompagnato dal testo che specifica obiettivi e richieste. Il *goal* è fissato in 2 milioni di dollari, e il 13 marzo 2013 *The Veronica Mars Movie Project* viene messo online. Secondo l'entità dei contributi vengono offerte delle ricompense (*reward*) che vanno da magliette e DVD ai biglietti per assistere alle prime del film, fino a visite sul set e alla possibilità di comparirvi come comparse⁽⁵⁾. È la prima volta che un progetto di questa portata e che prevede il coinvolgimento di un grosso studio di produzione viene messo su Kickstarter. I 2 milioni di dollari vengono raggiunti in meno di 24 ore; il giorno stesso Rob Thomas aggiorna la *board* del progetto con un messaggio di ringraziamento e conclude: “\$2.000.000 is just the beginning! We've got 30 days, and the more we raise, the bigger and better this movie will be”. Alla data di chiusura del *funding*, il 13 aprile 2013, la cifra raccolta si stabilisce in 5.702.153 dollari, attraverso le donazioni di 91,585 *backers* (fig.1).

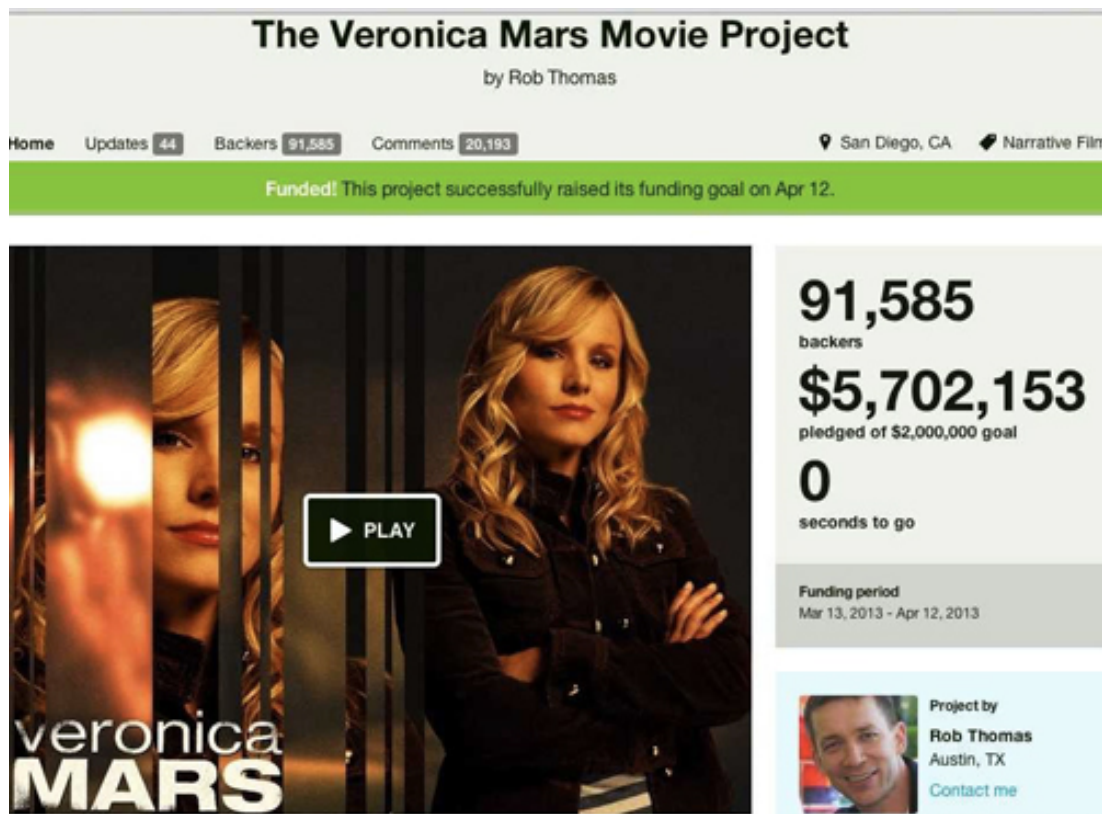


Fig. 1

SPECIALE Gli *update* della pagina Kickstarter vengono rilanciati dal sito (<http://www.theveronicamarsmovie.com/>) del film e dalla pagina Facebook (<https://www.facebook.com/TheVeronicaMarsMovie>); nei mesi successivi vengono diffuse periodicamente notizie che riguardano principalmente la ri-formazione del cast originale (<http://www.tvguide.com/News/Percy-Daggs-III-Veronica-Mars-1066421.aspx?rss=breakingnews>), qualche inevitabile sostituzione (<http://it.eonline.com/news/438963/leighton-meester-s-role-recast-in-veronica-mars-movie>), le prime guest star (<http://it.eonline.com/news/435094/veronica-mars-movie-scoop-justin-long-to-make-cameo>); numerosi i videomessaggi (<http://www.youtube.com/user/veronicamarsmovie>) motivazionali e di ringraziamento di Kristen Bell e degli altri membri del team.

Questo assetto spalmato⁽⁶⁾ su più piattaforme, fondato sul contatto apparentemente diretto tra il team di realizzazione e i fan, evidenzia la volontà di incrementare l'effetto familiare ricercato fin dalla presentazione del progetto su Kickstarter. Dal testo di Rob Thomas traspare il tentativo di porsi sullo stesso piano dei fan, in primo luogo per quanto riguarda la narrazione del vissuto intorno al destino della serie, che si impone come oggetto vivo e vitale, e la sua specificità di universo costruito⁽⁷⁾: il lutto per la cancellazione e l'obiettivo della realizzazione del film accomuna tutti i coinvolti, dall'ideatore, agli attori, agli spettatori, in opposizione al disinteresse delle reti prima e della casa di produzione poi. In secondo luogo è dichiarato esplicitamente il desiderio di soddisfare le aspettative dei fan (i *marshmallows*, nelle parole di Kristen Bell/Veronica) e potenziali sostenitori: "my goal is to include as many of your favorite characters as possible⁽⁸⁾".

Il dibattito su The Veronica Mars Movie Project

Veronica Mars Movie Project connette un'epoca del passato recente della televisione americana con le tendenze centrifughe rispetto al sistema tradizionale che caratterizzano il presente della produzione televisiva: è un prodotto del passato che beneficia dell'attuale panorama di possibilità in continuo ampliamento, e ciò l'ha reso un caso rappresentativo da discutere e dibattere in modo consistente e in luoghi di discorso di molteplice origine: magazine generalisti e specializzati, community e blog accademici. Il nucleo dal quale si diramano le diverse posizioni si individua nella legittimazione o meno dell'atto dell'investimento di denaro da parte dei fan.

Introducendo una lunga conversazione in quattro parti sul *The Veronica Mars Movie Project*⁽⁹⁾, Henry Jenkins ricorda che quando studiava il fandom della serie *Beauty and the Beast* (Ron Koslow, 1987-1990, scritta tra gli altri da George R.R. Martin) si era imbattuto in progetti che prevedevano lo stanziare di tasca propria i fondi per la produzione della serie nell'eventualità di una sua cancellazione, in cambio di VHS degli episodi. Da questo punto di vista dunque la partecipazione ad un crowdfunding di questo tipo sembrerebbe la naturale evoluzione di una tendenza più o meno esplicitamente presente da sempre nei fandom. D'altra parte nel momento in cui la richiesta di sostegno da parte di un'istanza creatrice o produttrice e la propria *fan base* si concretizza in uno scambio monetario, il territorio di riferimento cambia e si fa più complesso; subentrano interrogativi etici sulla buona fede dei detentori dei diritti e dei promotori del progetto, i confini tra *fan practice* ed economia di mercato si sfumano ed è difficile scacciare il sospetto di bieco sfruttamento, cui i fan per primi avrebbero il dovere di sottrarsi⁽¹⁰⁾.

All'interno di tale questione si rintracciano due macro-temi che contestualizzano l'evento, dai quali a loro volta si sviluppano diversi punti di vista: da un lato la sintomatologia di un sistema produttivo in mutamento, dall'altro il campo delle pratiche di consumo e di *engagement*, sia dei fan che dei semplici sostenitori.

Il problema principale che fa scattare le critiche nei confronti di Rob Thomas è il fatto che la Warner Bros. rimanga coinvolta (verosimilmente si occuperà della campagna marketing, della promozione e della distribuzione⁽¹¹⁾), partecipando dunque degli utili della pellicola. L'accusa mossa a Rob Thomas e alla sua *crew* è dunque lo sfruttamento economico dei fan come scorciatoia produttiva per aggirare

SPECIALE il rifiuto della Warner Bros., senza tuttavia sganciarsi definitivamente dalle logiche hollywoodiane. Una delle preoccupazioni più ricorrenti nel dibattito è infatti la paura che il progetto *Veronica Mars* costituisca un modello allettante per le grosse case di produzione.

Sul suo blog Mel Stanfill⁽¹²⁾ inserisce il caso di *Veronica Mars* nel contesto dell'economia *post-housing bubble* e vi vede un esempio sintomatico del sistema *public risk/private reward*, in cui le responsabilità delle grandi corporation vengono sistematicamente fatte ricadere sulla classe media attraverso varie politiche di austerità. Nel paragone Stanfill evidenzia che facendo leva sull'attaccamento dei fan al prodotto audiovisivo, la casa di produzione può ottenere denaro rapidamente e senza l'obbligo di fornire un piano di lavoro concreto, né tantomeno alcuna assicurazione in caso di fallimento: riuscita o non riuscita del progetto sarebbero dunque in ogni caso a costo zero per i produttori. Ma il confronto appare piuttosto azzardato: le argomentazioni si basano sull'assunto che la Warner Bros ritenga il film di *Veronica Mars* un progetto redditizio, mentre il disinteresse iniziale dimostrerebbe il contrario; e anche i numeri finali, seppur rilevanti nel caso specifico, sono paragonabili a quelli di un film a basso budget. Ciò rende *Veronica Mars* un ibrido: cast popolare, budget esiguo, finanziamento indipendente ma con copertura di un grosso studio di produzione⁽¹³⁾. Non si dovrebbe dimenticare, come afferma Nicco Mele in un articolo apparso su *Wired*⁽¹⁴⁾ il 29 aprile, che l'impresa di Rob Thomas difficilmente determinerà mutamenti rilevanti nel processo di produzione di prodotti audiovisivi popolari: il fenomeno va ridimensionato e al contempo va riconosciuto nella sua alterità, che arricchisce il novero delle possibilità di produzione e dunque di risultanti prodotti da fruire.

Sul blog di Suzanne Scott, Luke Pebler⁽¹⁵⁾ sostiene posizioni simili, argomentando come *The Veronica Mars Movie Project* costituisca un precedente rischioso. Anche Pebler individua le principali criticità nell'impossibilità di monitorare realmente l'andamento del progetto e nella mancanza di limitazioni riguardo all'entità del budget che, una volta raggiunto l'obiettivo minimo inizialmente prefissato, può venire rilanciato a piacimento. Se il fattore di rischio è alto per i fan, la produzione non è vincolata a niente. In questo caso la dinamica *faith-based* che fonda la pratica del crowdfunding risulta sproporzionata rispetto ai rischi e alle dimensioni del progetto. Pebler afferma che per quanto *Veronica Mars* vanti un vasto fandom affezionato, la lontananza tra i realizzatori e i produttori e la *fan base* è troppo ampia per essere colmata da legami di fiducia: "small independent artists are accountable on Kickstarter because they can't afford to alienate their fan base. What does Warner care about whether Veronica Mars fans are happy anymore?"⁽¹⁶⁾. I piccoli artisti indipendenti invece non possono permettersi di alienare la propria nicchia di sostenitori, dunque hanno tutto l'interesse a portare a termine un progetto che viene cominciato grazie al finanziamento *crowded*: l'atto di fiducia reciproco è in questo caso sufficiente a sigillare un contratto di realizzazione non scritto con i *backers*⁽¹⁷⁾.

A Stanfill e a Pebler sfugge però che modelli desunti dall'economia d'impresa quali calcoli su rischi ed equità non sono adatti a descrivere i meccanismi che intervengono tra i fan e la possibilità di resuscitare un programma cancellato: a muovere i fan verso i propri portafogli sono le stesse molle emozionali che li portano a sintonizzarsi ogni volta sullo stesso canale alla stessa ora, o a correre al cinema il primo giorno di programmazione di quel determinato film. La scelta (su *OnOffScreen* Bertha Chin fa notare come la questione della scelta nell'azione dei fan sia spesso trascurata⁽¹⁸⁾) è governata da reazioni poco quantificabili quali *hype*, desiderio, entusiasmo, attaccamento all'idea del progetto e alle persone in esso coinvolte.

È esattamente nella possibilità di concretizzare il valore della propria passione che Jason Mittell individua una delle caratteristiche che rendono *The Veronica Mars Movie Project* degno di sostegno oltre che interessante oggetto di studio: "I'm getting something more palpable: I'm entering into a commercially-facilitated, serialized one-way relationship with a mass media text and its production crew – which is a pretty good definition of fandom in general"⁽¹⁹⁾. In un *tweet* (<https://twitter.com/jmittell/status/311895125431304192>) riportato tra gli altri da Bethan Jones sul suo blog⁽²⁰⁾, ancora Mittell legge

SPECIALE il *funding* di *Veronica Mars* come un atto di pre-acquisto del prodotto (fig.2); non troppo diverso, continua Jones riprendendo il discorso di Mittell, dall'acquisto di un biglietto per la visione del film alla sua uscita⁽²¹⁾.



Fig. 2

La motivazione etica appare dunque pretestuosa: si tratta in tutti e tre i casi di vie diverse che finiscono in ogni caso per alimentare i guadagni della casa di produzione. Come argomenta Giovanni Boccia Artieri, una delle caratteristiche dello “stato di connessione”, è la mutazione dell’essere pubblico e del punto di vista su di essa, che coinvolge anche il “lato dei produttori mediali, interessati a cogliere le possibilità di partecipazione del proprio target alla ‘costruzione’ del prodotto”⁽²²⁾. Nel costante cambiamento delle relazioni tra spettatori e oggetti mediali, lo spazio di condivisione dei fan si moltiplica, così come le modalità di partecipazione e interazione, ma la sottoscrizione di una campagna di finanziamento somiglia di più a modalità tradizionali di valorizzazione dei propri desideri audiovisivi, come appunto una prenotazione o un pre-acquisto.

D’altra parte lo stesso Rob Thomas, lungi dal considerare la sua impresa come un modello che cambierà i connotati della storia delle serie tv cancellate, ne sottolinea l’aspetto economico e quello di misuratore del potenziale successo del prodotto finale: “With this model, it’s almost a marketing device, a way to judge if there was enough interest in a movie this size”⁽²³⁾. Uno strumento a uso dello studio di produzione da cui, va da sé, Thomas non prende mai le distanze.

Anche il critico televisivo James Poniewozik⁽²⁴⁾ indica nel connubio tra Kickstarter e progetti di ampio respiro un modo per misurare la profondità dell’interesse per un fenomeno oltre che la sua ampiezza; su *Salon* la blogger Willa Paskin⁽²⁵⁾ si spinge ad auspicare l’adozione del parametro della “passione” del pubblico piuttosto che la sua quantità nel novero degli strumenti di indagine dell’attesa per un prodotto⁽²⁶⁾. Riguardo all’auto-rappresentazione del fan e alla sua interazione diretta con l’oggetto del proprio coinvolgimento, sono interessanti le perplessità che Suzanne Scott riferisce nella già citata

SPECIALE conversazione ospitata dal blog di Henry Jenkins⁽²⁷⁾. Scott individua nell'origine stessa del progetto la sua problematicità: la sua preesistenza all'interno di logiche industriali va nella direzione opposta ai criteri di scelta di finanziamento di un progetto piuttosto che un altro, che dovrebbero essere basati sul valore potenziale del prodotto e non sulla leva dell'attesa. Definisce inoltre come discutibile, se non pericolosa, la possibilità di utilizzare la soddisfazione o insoddisfazione del fan come parametro a monte della produzione del progetto, dal momento che l'attività dei fan si fonda proprio sulla possibilità di contestare la versione ufficiale e riscattare la propria insoddisfazione creando: "fans aren't just storybuyers, they're storytellers: they make their own satisfaction"⁽²⁸⁾.

Conclusioni

Il caso *Veronica Mars*, più che riconfigurare la portata di Kickstarter, come lamenta Sam Adams su *Slate*⁽²⁹⁾, ne ha evidenziato alcune criticità. I criteri di trasparenza della piattaforma si sono rivelati insufficienti per progetti di così ampio respiro, e, più in generale, per proposte provenienti da personalità che l'opinione pubblica giudica più in vista della media: campagne di finanziamento che sono allo stesso tempo più sfuggenti rispetto ai meccanismi di fiducia e oggetto di enorme attenzione mediatica.

Rispetto al caso di Rob Thomas, i progetti di singoli artisti famosi, come l'attore Zach Braff (<http://www.kickstarter.com/projects/1869987317/wish-i-was-here-1>) e la musicista Amanda Palmer (<http://www.kickstarter.com/projects/amandapalmer/amanda-palmer-the-new-record-art-book-and-tour>), sono soggetti a critiche più unilaterali: pare che esporsi singolarmente porti a critiche più direttamente collegate alla percezione collettiva di concetti quali la fama o la ricchezza personale, recepite come aggravanti in una scala etica non scritta nei confronti degli artisti indipendenti. Gli attacchi ad Amanda Palmer, ad esempio, criticata perché dopo aver raggiunto un goal milionario ha offerto alla comunità di musicisti-fan la possibilità di partecipazione al tour a titolo gratuito, non hanno tenuto conto dell'abituale utilizzo del crowdsourcing da parte della musicista, né della personale concezione della propria arte⁽³⁰⁾. A quanto pare nell'immaginario collettivo dei consumatori di *pop culture* l'assenza di una *back story* condivisa e riconosciuta, come il percorso travagliato di *Veronica Mars*, delegittima ulteriormente il ricorso al coinvolgimento finanziario dei fan.

In ogni caso, i progetti delle celebrità tendono a raggiungere le cifre richieste con facilità⁽³¹⁾, e da parte sua Kickstarter smentisce una delle accuse frequenti, ovvero che tali progetti devierebbero l'attenzione dei potenziali sostenitori dalle idee dei creativi non noti: "63% of those people had never backed a project before. Thousands of them have since gone on to back other projects"⁽³²⁾. In questo scenario nuovo e mutevole, un aumento di campagne promosse da celebrità potrebbe portare ad un ripensamento della struttura di Kickstarter: Jason Mittell indica uno scenario possibile in un commento (<http://www.melstanfill.com/the-veronica-mars-kickstarter-fan-ancing-and-austerity-logics/#comment-629>) al citato post di Mel Stanfill: la creazione di un luogo secondario in cui finanziare esclusivamente progetti che rispondono all'interesse dei fan ma non a quello dei produttori ordinari. I casi come *Veronica Mars*, che prevedono un'ambiguità di fondo nel rapporto con una *major*, vi rientrerebbero facilmente; ma sarebbe ancora una volta problematico e poco legittimo valutare la bontà delle intenzioni in base a criteri atti a quantificare la fama o il conto in banca dei promotori.

Epilogo

Mentre scriviamo si sta svolgendo a San Diego l'annuale convention Comic-Con, appuntamento immancabile per gli appassionati di serialità, fumetti e blockbuster: dal *panel* (<http://www.youtube.com/watch?v=CXT8tXOzM5w>) dedicato al film di *Veronica Mars*, presenziato da Rob Thomas e da tutto il cast principale (fig.3), è arrivata la conferma che i 23 giorni di riprese del film stanno per terminare, ed è

SPECIALE stato presentato il primo *sneak peak* (<http://www.youtube.com/watch?v=HTqIpXh0IAI>) del film; l'uscita è prevista per l'inizio del 2014.



Fig. 3

La crew ha anche recentemente annunciato (<http://it.eonline.com/news/439147/veronica-mars-rob-thomas-inks-book-deal-to-continue-series>) l'arrivo imminente di una collana di libri che estenderà ulteriormente l'universo di *Veronica Mars*. Tra i commenti (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project/comments>) dei *backers* su Kickstarter serpeggia invece qualche malumore per il ritardo negli aggiornamenti sullo status dei *reward*, mentre qualcuno (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project/comments?cursor=3814067#comment-3814066>) si lamenta della scelta di aver presentato ufficialmente il film ad un incontro mondiale prima che ai finanziatori.

Via via che l'oggetto agognato diventa realtà, le migliaia di occhi dei *partner in funding* e la corrispondente elevatissima attenzione mediatica costituiscono l'unica forma di garanzia per i *backers*: certamente poco ortodossa, ma forse sufficientemente minacciosa da risultare efficace.

Chiara Checcaglini

Note

1. Per una ricognizione della riflessione sulle pratiche dei fan e i tipi di economia di scambio ad esse connesse, si veda Suzanne Scott, "Repackaging Fan Culture: The Regifting Economy Of Ancillary Content Models", in *Transformative Works and Cultures*, Issue 3, 2009. <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/150/122> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
2. Nella prima stagione, ad esempio, Veronica si trova a dover affrontare, sia psicologicamente che materialmente, lo scabroso omicidio della sua migliore amica, interpretata da Amanda Seyfried: evidente l'omaggio a *Twin Peaks*, che funge da ispirazione anche nella rappresentazione di una società ambigua e degenerata.

- SPECIALE**
3. Cfr. le schede delle tre stagioni di *Veronica Mars* su Metacritic (<http://www.metacritic.com/tv/veronica-mars>). Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 4. Rob Thomas nella presentazione a *The Veronica Mars Movie Project* (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>). Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 5. Il *backer* che si è accaparrato l'unico ruolo "parlante" messo in palio per una donazione di diecimila dollari è, ironia della sorte, un non-fan. Sulla presenza di sostenitori non-fan, cfr. Bethan Jones, "Fan Exploitation, Kickstarter And Veronica Mars", *The X Files*, 15 marzo 2013. <http://bethanjones.wordpress.com/2013/03/15/fan-exploitation-kickstarter-and-veronica-mars/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 6. Cfr. Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York, NY University Press, 2013.
 7. Sui "mondi ammobiliati" delle serie tv contemporanee, Aldo Grasso, Massimo Scaglioni (a cura di) *Arredo di serie. I mondi possibili della serialità televisiva americana*, Milano, Vita e Pensiero, 2009, pp. 7-10.
 8. Rob Thomas, presentazione a *The Veronica Mars Movie Project* (<http://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>). Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 9. Henry Jenkins, "Kickstarting Veronica Mars: A Conversation About the Future of Television (Part One)", *Confessions Of An Aca-Fan*, 26 marzo 2013. <http://henryjenkins.org/2013/03/kickstarting-veronica-mars-a-conversation-about-the-future-of-television-part-one.html> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 10. Cfr. Richard Lawson, "Anyone Know of a Better Charity Than the 'Veronica Mars' Movie", in *The Atlantic Wire*, 13 marzo 2013. <http://www.theatlanticwire.com/entertainment/2013/03/kickstarter-kind-of-annoying-isnt-it/63060/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 11. Cfr. Jeff Jensen, "'Veronica Mars' movie: Kristen Bell says it's finally happening... if you help", *Entertainment Weekly*, 13 marzo 2013. <http://insidetv.ew.com/2013/03/13/veronica-mars-movie-kristen-bell-kickstarter/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 12. Cfr. Mel Stanfill, "The Veronica Mars Kickstarter, Fan-ancing, and Austerity Logics", *Mel Stanfill. Bringing Foucault to Fandom Since 2005*, 25 marzo 2013. <http://www.melstanfill.com/the-veronica-mars-kickstarter-fan-ancing-and-austerity-logics/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 13. Lungi dal considerare questa caratteristica ambigua, alcuni vi individuano al contrario una buona forma di garanzia dell'effettiva realizzazione del film, cfr. Michael Wolf, "Crowdfunding going Hollywood? Implications of the Veronica Mars Kickstarter Project", *GigaoOm Pro Blog*, 18 marzo 2013. <http://pro.gigaom.com/blog/crowdfunding-going-hollywood-implications-veronica-mars-kickstarter-project/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 14. Nicco Mele, "Why Kickstarter Can't Usurp the Hollywood Entertainment-Industrial Complex", *Wired*, 24 aprile 2013. <http://www.wired.com/opinion/2013/04/game-of-thrones-vs-veronica-mars-is-this-really-the-end-of-big/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 15. Luke Pebler, "Guest Post: My Gigantic Issue With the Veronica Mars Kickstarter", *Revenge of the Fans*, 15 marzo 2013. <http://www.suzanne-scott.com/2013/03/15/guest-post-my-gigantic-issue-with-the-veronica-mars-kickstarter/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
 16. *Ivi.*
 17. Tra i grandi nomi dell'entertainment, Pebler cita come esempi virtuosi di eliminazione dell'intermediazione i Radiohead, che nel 2007 hanno distribuito il loro album *In Rainbows* in download digitale ad offerta libera (<http://www.radiohead.com/>), e Louis C.K., che nel 2011 ha iniziato a vendere i suoi show live a prezzi popolari direttamente dal suo sito (<https://buy.louisck.net/>). Tuttavia Pebler non tiene sufficientemente in conto che mentre nei due casi citati si tratta di scelte alternative distributive, nel caso di *Veronica Mars* ad opporsi sono letteralmente la possibilità o l'impossibilità di fare il film.
 18. "Fans choose to fund this project, and this is the voice that's missing in some of the concerns raised; that somehow fans need to be educated that they're financing a studio film, so they're not actually doing

- SPECIALE** anything for the so-called greater good”, Bertha Chin, “The Veronica Mars Movie: Crowdfunding – or Fan-Funding – at Its Best?”, *OnOffScreen*, 13 marzo 2013. <http://onoffscreen.wordpress.com/2013/03/13/the-veronica-mars-movie-crowdfunding-or-fan-funding-at-its-best/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
19. Cfr. Jason Mittell, “Veronica Mars and Exchanges of Value Revisited”, *Just TV*, 15 marzo 2013. <http://justtv.wordpress.com/2013/03/15/veronica-mars-and-exchanges-of-value-revisited/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
20. Cfr. Bethan Jones, “Fan Exploitation, Kickstarter and Veronica Mars” *Bethan Jones’ Blog*, 15 marzo 2013 <http://bethanjones.wordpress.com/2013/03/15/fan-exploitation-kickstarter-and-veronica-mars/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
21. “Is there really a difference between fans paying to see a film in a cinema once it’s been released, and paying a portion of the cost for that movie to be produced? At least some of the cost of movie tickets goes to funding future films – some of which fans may not want to see”, Bethan Jones, *ivi*.
22. Giovanni Boccia Artieri, *Stati di connessione*, Milano, FrancoAngeli, 2012, p. 80.
23. Laura Hudson, “Rob Thomas on His \$5M Veronica Mars Kickstarter and the Future of Fan-Funded Film”, *Wired*, 12 aprile 2013. <http://www.wired.com/underwire/2013/04/rob-thomas-interview-veronica-mars-kickstarter/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
24. Cfr. James Poniewozik, “Why the World Needs a Kickstarter Veronica Mars Movie”, *Tuned In, Time Entertainment*, 13 marzo 2013. <http://entertainment.time.com/2013/03/13/why-the-world-needs-a-kickstarter-veronica-mars-movie/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
25. “If this Kickstarter project succeeds it will be a model for huge corporations and creators to continue making shows based not on the size of the audience, but on the passion of that audience”, Willa Paskin, “Veronica Mars’ Kickstarts a Movie Project”, *Salon*, 13 marzo 2013. http://www.salon.com/2013/03/13/the_captialist_veronica_mars_movie/ Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
26. La concretizzazione della propria passione è un argomento spesso utilizzato anche dai fan stessi a difesa del progetto, come dimostrano i commenti agli articoli di critiche sopra citati.
- (27) Henry Jenkins, “Kickstarting Veronica Mars: A Conversation About the Future of Television (Final Installment)”, *Confessions of an Aca-Fan*, 29 marzo 2013. <http://henryjenkins.org/2013/03/kickstarting-veronica-mars-a-conversation-about-the-future-of-television-final-installment.html> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
28. *Ivi*.
29. Cfr. Sam Adams, “Did Veronica Mars Ruin Kickstarter?”, *Slate*, 14 marzo 2013. http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/03/15/veronica_mars_movie_project_kickstarter_campaign_did_it_ruin_crowd_funding.html Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
30. Palmer l’ha poi ricordata in una conferenza Ted dal titolo *The Art of Asking* http://www.ted.com/talks/amanda_palmer_the_art_of_asking.html
31. Per un excursus su diversi esempi di campagne riuscite o meno, cfr. Ellen Gaman, “The Trouble with Kickstarter”, *The Wall Street Journal*, 21 giugno 2013. http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324021104578551313657138252.html?mod=WSJ_hps_LEFTTopStories Ultimo accesso: 23 settembre 2013.
32. Riportato in Seth Fiegerman, “Kickstarter Responds to Critics of Zach Braff’s Campaign”, *Mashable*, 10 maggio 2013. <http://mashable.com/2013/05/10/kickstarter-zach-braff-critics/> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.

SPECIALE La produzione senza distribuzione: il caso Mobcaster

Mobcaster (www.mobcaster.com) è una piattaforma di crowdfunding per la produzione di serie televisive. Fondata nel 2011 da Aubrey Levy, ex *digital media strategist* di HBO, la piattaforma si rifà alla procedura di finanziamento di Kickstarter: i creatori del progetto presentano un'idea attraverso un video. Gli utenti possono donare qualsiasi cifra a partire da un minimo di 1\$ e, in base al livello della donazione, ricevono *rewards* e *credits* nello show, in cui vengono menzionati come *execs*. Il progetto ottiene il finanziamento solo se, una volta scaduto il tempo di raccolta, viene raggiunta la cifra minima prefissata (il *funding goal*). Esiste però una differenza fondamentale dal già citato Kickstarter: Mobcaster si occupa esclusivamente di serie TV. Il progetto iniziale è infatti un pilot e le puntate successive vengono finanziate di stagione in stagione.

La piattaforma promette una "televisione senza televisione", cioè un tipo di produzione che mantiene formati e linguaggi del piccolo schermo, pur liberandosi dai vincoli commerciali e creativi dei network. Ai creatori della serie viene dunque assicurato il totale controllo creativo sulla produzione, oltre a un rapporto diretto con il proprio pubblico. Per quanto riguarda la distribuzione, il primo canale sarà Mobcaster TV, una sorta di "vetrina" degli show *crowdfunded* fornita dalla piattaforma stessa e collegata ai suoi canali su diversi social network. Una volta su Mobcaster TV, le serie saranno infarcite di spot e i guadagni derivanti dalla vendita degli spazi pubblicitari saranno divisi 50/50 tra la piattaforma (a cui spetta anche il 5% dei fondi raccolti durante la campagna) e i creatori. L'obiettivo di Mobcaster è quindi duplice: da una parte, si prefigge di promuovere una televisione alternativa e indipendente dal modello dei network. Dall'altra, come dichiarato da Levy⁽¹⁾, punta a creare un trampolino di lancio sia per i creatori delle serie, sia per i prodotti stessi, nella speranza che questi vengano notati e acquistati anche dai network. Il *webcasting*, insomma, come terreno di produzione per un'eventuale distribuzione televisiva. Tuttavia, proprio questa intenzione pone dei problemi di compatibilità tra modelli di business: da una parte, la completa indipendenza delle produzioni Mobcaster. Dall'altra, il mercato oligopolistico dell'industria televisiva statunitense. Lungi dal voler formulare previsioni sul futuro della piattaforma, questo articolo propone un'analisi delle principali criticità in un'eventuale relazione fra Mobcaster e i network televisivi.

Produzione e distribuzione: le barriere all'entrata

Per avere accesso a una distribuzione televisiva, Mobcaster dovrebbe affrontare forti barriere all'entrata derivanti da una situazione di oligopolio in cui pochi soggetti detengono il controllo dell'intero sistema attraverso un'integrazione verticale della filiera produttiva e distributiva.

Il primo ostacolo è costituito dalle economie di scala generate dalle operazioni di *networking*. Il sistema dei network prevede infatti che a una *parent network company*, generalmente parte a sua volta di una conglomerata mediale, facciano capo altre centinaia di stazioni locali affiliate all'organo centrale da un contratto di franchise. Il network fornisce alle reti un pacchetto di programmi standard, spesso con la pubblicità già inclusa, a cui si aggiunge un compenso per la trasmissione⁽²⁾. Dal punto di vista produttivo e distributivo, queste operazioni creano delle economie di scala in quanto, condividendo la stessa programmazione, le emittenti riducono i costi per utente per la fornitura del servizio televisivo, allargando inoltre la copertura di trasmissione⁽³⁾. Ma soprattutto, le pratiche di *networking* permettono alle stazioni locali "indipendenti" di aggirare delle barriere all'entrata nel mercato televisivo, barriere che riguardano principalmente la pubblicità e la proliferazione dei brand⁽⁴⁾. La pubblicità può essere sfruttata come mezzo per imporre alti costi di avviamento ai nuovi entranti, e ciò serve a sua volta a scoraggiare i possibili rivali. Il costo dei *commercial breaks*, ma anche di pratiche quali il product placement, aumenta con la popolarità dello show: è quindi interesse dell'emittente massimizzare gli ascolti, al fine di capitalizzare il successo del programma o della serie trasmessa attraverso la vendita dei suoi spazi pubblicitari⁽⁵⁾. Da

SPECIALE qui la necessità di una garanzia di successo per la serie, garanzia che sembra provenire sempre più da strategie di *branding*. Il brand rappresenta da una parte una strategia di diversificazione e riconoscibilità rispetto a uno scenario di proliferazione dei contenuti e, dall'altra, una garanzia che genera fedeltà alla marca e riduce quindi i rischi di produzione⁽⁶⁾. Più è grande il numero di prodotti differenziati già in vendita da parte degli oligopoli esistenti, più è piccolo il mercato disponibile per un nuovo entrante: dal momento che nello scenario televisivo americano esiste già un'ampia varietà di brand di successo, il tentativo d'ingresso di un nuovo *player*, completamente indipendente, diventa evidentemente difficoltoso⁽⁷⁾.

In questo sistema reticolare e integrato verticalmente, Mobcaster si presenta come soggetto completamente indipendente sia negli intenti, sia nei fatti. La piattaforma offrirà degli spazi pubblicitari negli show *crowdfunded* ma, come vedremo in maniera più approfondita nel paragrafo successivo, non è detto che il target pubblicitario delle produzioni Web corrisponda alle esigenze televisive. Per quanto riguarda le strategie di *branding*, Mobcaster potrebbe superare la barriera all'entrata differenziandosi a sua volta dai soggetti sul mercato attraverso la costruzione di un nuovo marchio, quello di "televisione indipendente", slegata dai vincoli della produzione tradizionale e nelle mani del pubblico già a partire dal *pitching* dello show. La presenza di un brand già consolidato e di successo, potrebbe rendere gli show più appetibili a una distribuzione attraverso i network televisivi. Ma proprio qui si presenta il problema della proprietà e del controllo creativo ed economico delle serie. I network dispongono infatti di pratiche che permettono loro di possedere quote dello show trasmesso, quali il *deficit financing*, la co-produzione e la *common ownership*⁽⁸⁾.

Tali pratiche sono praticamente la norma e si inseriscono nello scenario di affiliazioni appena delineato, andando a costituire un'ulteriore barriera ai nuovi soggetti, che perderebbero il totale controllo economico e creativo del prodotto a favore di co-produzioni e accordi per la scomponibilità del *licensing*. In questa prospettiva, possiamo ipotizzare che anche se uno show di Mobcaster venisse acquistato da un network, risulterebbe difficile (se non quasi impossibile) per i produttori mantenere la totale indipendenza, caratteristica su cui la piattaforma di Levy fonda la propria filosofia, garantendo loro il 100% del controllo creativo sugli show. Idealmente, ciò porterebbe alla perdita di una delle caratteristiche fondamentali del "marchio" Mobcaster, mettendo in discussione la credibilità di un progetto fondato sul finanziamento diretto da parte del pubblico.

Il consumo: due tipi di pubblico

Come accennato in precedenza, oltre al lato produttivo e distributivo, le criticità tra Mobcaster e i network televisivi si estendono anche sul lato del consumo.

Levy sostiene che l'originalità e la forza della piattaforma di crowdfunding consistano in due principi fondamentali: la completa libertà creativa dei produttori e il fatto che la sopravvivenza degli show sia direttamente nelle mani del suo pubblico, un pubblico che finanzia ciò che vuole vedere e che quindi diventerebbe un bacino d'utenza garantito per i progetti che raggiungono il *funding goal*. Mobcaster fornisce dei canali di condivisione sui principali social network, al fine di facilitare il passaparola e quindi la diffusione dei propri prodotti. L'obiettivo, per quanto riguarda la distribuzione televisiva, è dunque quello di fornire un prodotto che porti con sé un certo numero potenziale di telespettatori. Attraverso un'analisi più approfondita dei due modelli di business, possiamo però notare come proprio su questo punto ci sia un'incompatibilità di fondo: i parametri che stabiliscono un successo di pubblico su Internet (fra l'altro, non ancora definiti con precisione) non sono gli stessi del successo televisivo.

Attualmente, sono disponibili su Mobcaster solo tre pilot⁽⁹⁾ e nessuna stagione completa. Non abbiamo quindi alcun riscontro quantitativo o qualitativo sui dati di visualizzazione, né tantomeno dei dati relativi ai target pubblicitari. Tuttavia, il progetto della piattaforma rende evidente che la produzione di Mobcaster punta a quel tipo di spettatore attivo che non solo finanzia concretamente ciò che vuole vedere ma

SPECIALE anche che, più in generale, va a investire il suo tempo nella ricerca di programmi al di fuori del contesto televisivo. Si tratta, in altre parole, di una nicchia che non corrisponde al target dei network televisivi, che valutano invece il successo di uno show in base a un *mass audience* stimato dalla società di rilevazione Nielsen⁽¹⁰⁾. Il campione Nielsen rappresenta infatti un pubblico di massa, che può essere a sua volta segmentato in fasce demografiche più facilmente vendibili agli sponsor ma che non tiene conto di ulteriori scomposizioni come le nicchie. Per questi motivi, nonostante Mobcaster possa fornire dei prodotti con un certo pubblico di partenza, il business potrebbe risultare rischioso per le reti in *two-sided markets* dal momento che tale pubblico non verrebbe conteggiato dalle rilevazioni "istituzionali". In un articolo in cui Levy spiega l'importanza di lasciare al pubblico le decisioni sul futuro degli show⁽¹¹⁾, sono anche citati i casi di *Arrested Development* e *Firefly*, due serie cancellate dai network televisivi ma che si sono poi rivelate più vive che mai negli anni successivi grazie a una *fanbase* attiva e fedele. La chiusura televisiva di *Firefly*, nel 2002, non ha infatti interrotto la narrazione e ha invece dato vita a un franchise che comprende un film, *Serenity* (*Id.*, Joss Whedon, 2005), e alcuni fumetti. Diverso è il caso di *Arrested Development* che, dopo la cancellazione da parte di FOX nel 2006, viene rinnovata per una nuova stagione sette anni dopo da Netflix, un *player* televisivo *over-the-top* (OTT)⁽¹²⁾ i cui contenuti sono fruibili online. In entrambi i casi, però, possiamo notare come i "ritorni" non avvengano in televisione, bensì attraverso altri canali. Ciò avviene principalmente perché prodotti come quelli appena citati sopravvivono grazie a delle nicchie che possono essere sfruttate come tali solo su piattaforme e canali in grado di targettizzare e capitalizzare dei segmenti di consumo ristretti. Ed è anche il principale motivo per cui sono stati cancellati dai network.

Le cose cambiano invece se parliamo di televisione via cavo, in cui le fonti di finanziamento ibrido di alcuni canali *basic* e quelle interamente basate sugli abbonamenti mensili delle *premium*, rendono le emittenti meno dipendenti dalle rilevazioni Nielsen. Tuttavia, anche in questo caso, Mobcaster si ritroverebbe a scontrarsi con le barriere all'entrata descritte nel paragrafo precedente: sono infatti le reti *cable* a contare maggiormente su forti strategie di *branding* legate al canale come produttore e distributore esclusivo dei propri contenuti – basti pensare all'ormai emblematico marchio HBO, l'emittente pay di Time Warner che co-produce tutti i propri show originali.

Conclusioni: oltre la televisione

Alla luce di queste considerazioni, possiamo notare come il modello crowdfunding di Mobcaster si dimostri più compatibile con la distribuzione OTT, piuttosto che con la *free-to-air* o la *cable*.

Per quanto riguarda la televisione dei network, infatti, la sua produzione indipendente si scontra con forti barriere all'entrata e fondamentali differenze creative e commerciali. Tuttavia, Mobcaster si inserisce anche in uno scenario mediale in costante mutamento, in cui proprio il nodo della distribuzione sta subendo profonde modifiche. Con la proliferazione delle piattaforme di streaming online e download dei contenuti, acquistano sempre maggiore peso pratiche di fruizione personalizzate basate sulla logica *anytime anywhere*. Buona parte del controllo di consumo passa quindi nelle mani dell'utente, che intrattiene un rapporto sempre più stretto non più con il singolo medium, ma con il contenuto stesso⁽¹³⁾. Il caso esemplare, in questo senso, è quello di Netflix. Per quanto riguarda la *library* di serie TV, originali e non, il suo modello distributivo prevede l'upload sul sito di un'intera stagione in un'unica soluzione, in modo tale che l'utente sia libero di personalizzare la fruizione del programma e di costruire il proprio palinsesto. Negli anni, Netflix ha saputo costruire un solido brand fondato proprio sulla possibilità di personalizzazione del consumo e sul costo ridotto rispetto alla pay TV americana, marchio poi investito e capitalizzato con l'avviamento della produzione originale. Il percorso di Netflix vede quindi l'evoluzione della piattaforma da espansione della televisione tradizionale, grazie alle licenze stipulate con *broacasters* e *studios*, a un'alternativa ai network in quanto vero e proprio *competitor*. Dal punto di

SPECIALE vista produttivo, Netflix funziona ora come un altro *player* televisivo, con le sue serie originali *high-brow* e *high budget*⁽¹⁴⁾. In questa prospettiva, Mobcaster presenta certamente un modello produttivo opposto, fondato sull'indipendenza dalle grandi case di produzione e il low budget.

Dal punto di vista distributivo, invece, il modello di Netflix sembra fare al caso della piattaforma, dal momento che questo può soddisfare una domanda preponderante attraverso l'offerta di un palinsesto personalizzabile. Tuttavia, non potendo contare su una reputazione iniziale fondata proprio sulle repliche di show già rodati o su una produzione ad alto richiamo, Mobcaster dovrà riuscire a far conoscere i propri prodotti attraverso canali che non siano esclusivamente la sua Mobcaster TV. Al momento, infatti, Mobcaster si trova a essere un sistema di produzione senza distribuzione perché il suo canale principale non è ancora abbastanza pervasivo e popolare da garantire alle serie la visibilità necessaria anche al di fuori della cerchia dei suoi utenti abituali.

In questo senso, un primo passo sembra essere il recente accordo tra la piattaforma di crowdfunding e TiVo, un servizio di *digital video recording* (DVR). Il pilota di *The Weatherman*⁽¹⁵⁾ (<http://mobcaster.com/fundraise/the-weatherman/season-1>), prima vera produzione di Mobcaster, è infatti disponibile in streaming anche per gli utenti TiVo, che lo propone in homepage tra gli show "consigliati". A causa di sottoscrizioni e profitti in costante calo⁽¹⁶⁾, però, TiVo non è certo la forza dominante nel mercato dei DVR. L'importanza di questo accordo, più che nel reale ampliamento del bacino d'utenza della serie, sta piuttosto nel *buzz* creato intorno all'intero progetto. Ciò, se supportato e sfruttato da un'efficace strategia di *branding* sull'idea di partenza della televisione indipendente e *crowdfunded*, potrebbe incrementare il valore di marchio di Mobcaster che, di conseguenza, potrebbe contare su economie affettive e di reputazione per le produzioni successive.

Date le criticità che si presenterebbero in un eventuale rapporto con i network televisivi e, invece, la compatibilità del modello Mobcaster con un tipo di fruizione proprio dell'*over-the-top*, la soluzione per la piattaforma potrebbe essere allora nella strada intrapresa da Netflix: quella di diventare un'alternativa alla televisione tradizionale non solo dal punto di vista della produzione, ma soprattutto da quello della distribuzione – senza però tralasciare accordi con operatori già avviati che, almeno inizialmente, ne allarghino la copertura, come nel caso di TiVo.

Paola Brembilla

Note

1. Cfr. Lucas Shaw, "Crowdfunded TV Show 'The Weatherman' Comes to TiVo in Deal With Mobcaster", in *The Wrap*, 10 settembre 2012, <http://www.thewrap.com/media/article/crowdfunded-tv-show-weatherman-comes-tivo-deal-mobcaster-55666> Ultimo accesso: 22 settembre 2013; Adrienne Burke, "Crowdfunding for Couch Potatoes. Mobcaster Wants to Democratize TV Programming", in *Forbes*, 12 aprile 2012, <http://www.forbes.com/sites/techonomy/2012/04/12/crowdfunding-for-couch-potatoes-mobcaster-wants-to-democratize-tv-programming/> Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

2. È il caso delle quattro principali reti *broadcast* (ABC, CBS, NBC e FOX), che si avvalgono ognuna di affiliazioni con più di duecento reti locali, oltre a essere esse stesse parti di conglomerate mediali che stabiliscono ulteriori e sempre più ramificati legami. Per esempio CBS, parte della CBS Corporation, intrattiene anche rapporti di scambio con la rete *premium* Showtime, che è parte dello stesso gruppo mediale. Cfr. Jeffrey C. Ulin, *The Business of Media Distribution. Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World*, Burlington, Focal Press, 2010, pp. 224-227; Gillian Doyle, *Introduzione all'economia dei media*, Milano, Hoepli, 2008, pp. 71-74.

3. G. Doyle, *op. cit.*, p. 72.

4. *Ivi*, pp. 45-47.

SPECIALE

5. Negli Stati Uniti esistono tre tipi tradizionali di televisione: la *broadcast* o *free-to-air*, finanziata dalla vendita di spazi pubblicitari; la *basic cable*, che si avvale di fonti di finanziamento ibride che uniscono sottoscrizioni mensili (dai costi contenuti) alla vendita pubblicitaria; la *premium cable*, finanziata interamente da sottoscrizioni mensili di alto costo. Per ulteriori approfondimenti sugli assetti televisivi americani, sui metodi di finanziamento e sui mercati, si veda Howard J. Blumenthal, Oliver R. Goodenough, *This Business of Television. The Standard Guide to the Television Industry*, New York, Billboard Books, 2006.

6. Cfr. Massimo Scaglioni, Anna Sfardini, MultiTV. L'esperienza televisiva nell'età della convergenza, Roma, Carocci, 2008, p. 59.

7. G. Doyle, *op. cit.*, p. 46.

8. Con il *deficit financing*, il network finanzia circa un terzo delle spese di produzione di uno show attraverso una *license fee*, una tassa per il diritto di trasmettere il programma in questione sulle proprie reti. La copertura del resto, cioè del deficit, spetta allo studio che, mantenendo parte della proprietà dello show, può poi recuperare i costi attraverso la vendita in *syndication*. La coproduzione permette invece al network di avere anche maggiore controllo creativo sullo show dal momento che partecipa alla sua produzione allo stesso livello dello studio. Pratica simile è la *common ownership*, che permette al network di possedere direttamente una quota dello studio. Cfr. Amanda Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, New York, New York University Pressbook, 2007, pp. 86-96; G. Doyle, *op. cit.*, p. 84.

9. I tre *pilot* disponibili sono quelli che hanno ottenuto finanziamenti per un'intera stagione. Si tratta delle comedy *The Weatherman* e *Life Sucks*, e del reality *Nico's Nickel*.

10. Senza addentrarci troppo nella descrizione dei metodi di misurazione della compagnia, ci basti sapere che Nielsen usa la tecnica del campionamento statistico, ciò significa che le sue misurazioni sono basate su un campione casuale ma rappresentativo dell'intera popolazione americana. Le cifre calcolate da Nielsen riguardano, oltre al numero di telespettatori sintonizzati su un determinato programma, due percentuali: *ratings* e *share*. Il costo degli spazi pubblicitari durante una serie è direttamente proporzionale a queste percentuali, che quindi determinano il successo di un programma soprattutto nel *two-sided market* della televisione *broadcast*. Cfr. <http://www.nielsen.com/us/en/nielsen-solutions/nielsen-measurement/nielsen-tv-measurement.html> Ultimo accesso: 23 settembre 2013; Douglas A. Ferguson, "The Broadcast Television Networks", in AA.VV., *Media Economics. Theory and Practice*, Mahwah (NJ)-London, Lawrence Erlbaum Associates, 2004, pp. 156-160; Simon P. Anderson, Jean J. Gabszewicz, "The Media and Advertising: A Tale of Two-Sided Markets", in Victor A. Ginsburgh, David Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Elsevier, Amsterdam, 2006, pp. 567-614. A proposito delle pratiche di segmentazione delle audience nella televisione statunitense, si veda Thomas Ksiazek, James Webster, "The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media", *Journal of Communication*, n. 1, 2012, pp. 39-56.

11. Anthony Ha, "Mobcaster Crowdfunds Its First TV Series", in *TechCrunch*, 9 marzo 2012, <http://techcrunch.com/2012/03/09/mobcaster-crowdfunds-the-weatherman/> Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

12. L'*Over-the-Top* (OTT) è la distribuzione di contenuti audiovisivi attraverso la banda larga. Tale distribuzione non è gestita dai fornitori del servizio Internet (come avviene invece per alcuni servizi on demand come Comcast Xfinity), ma da compagnie che acquisiscono contenuti da terze parti attraverso la compravendita dei diritti di ritrasmissione. Ne sono esempio Netflix, Hulu, YouTube e X-Box Live.

13. Cfr. Göran Bolin, "Media Technologies, Transmedia Storytelling and Commodification", in Tanja Storsul, Dagny Stuedahl (Eds.), *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change*, Göteborg, Nordicom, 2007, pp. 237-248; Guglielmo Pescatore, "La pirateria come forma di consumo dei beni digitali", in Roberto Braga, Giovanni Caruso (A cura di), *The Piracy Effect. Norme, pratiche e casi di*

SPECIALE [studio, Milano/Udine, Mimesis – Cinergie, 2013.](#)

14. Per approfondimenti sul caso Netflix, si veda Jon Silver, “Netflix: a House of Cards or the New HBO?”, in *The Conversation*, 27 marzo 2013, <https://theconversation.com/netflix-a-house-of-cards-or-the-new-hbo-12750> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.

15. Da un’idea lanciata dall’australiana Dark Heart Productions. La prima stagione da sei episodi è stata finanziata da 103 utenti-execs con 73.975\$ su un *funding goal* di 72.500\$.

16. *TiVo Investor Relation – Press Release*, 20 maggio 2013, <http://investor.tivo.com/phoenix.zhtml?c=106292&p=irol-newsArticle&ID=1822298&highlight=> Ultimo accesso: 23 settembre 2013.

SPECIALE Folle del piccolo schermo. Crowdsourcing e crowdfunding sulla televisione italiana

Qualcosa si muove, sia pure lentamente. Sulla scia degli esempi americani, anche la televisione italiana ha adottato negli ultimi anni modalità “forti” di coinvolgimento del suo pubblico, quali il crowdsourcing e il crowdfunding, e le ha innestate dentro i suoi programmi e all’interno dei suoi palinsesti. Spesso queste operazioni non sono state chiamate con il loro nome e si è insistito in modo particolare sul valore (creativo, economico, politico) della partecipazione, quasi a marcare la rinascita di una “tv dell’accesso”⁽¹⁾: ma la sostanza non cambia.

L’attenzione dei broadcaster televisivi, e più in generale delle imprese mediali italiane, verso forme di creatività e di finanziamento “dal basso” si colloca nel solco del più ampio fenomeno della convergenza televisiva⁽²⁾ e ne costituisce in un certo senso l’avanguardia più avanzata, il tipo di pratica più profonda⁽³⁾. Nel corso delle ultime stagioni, una serie di operazioni, a volte di successo, altre passate più in sordina, ha testimoniato l’attenzione delle reti italiane da un lato per la creazione di contributi testuali e audiovisivi originali da parte degli spettatori, invitati a contribuire ai programmi e a convogliare la loro creatività lungo binari e regole tracciate⁽⁴⁾, e dall’altro per la raccolta di finanziamenti che potessero supportare, soprattutto nel caso di brand forti e riconoscibili, almeno in parte la produzione di programmi televisivi⁽⁵⁾. Se la contaminazione nei modelli produttivi e di business ha aperto la televisione italiana a forme inedite e a trend globali, sono emerse in questi casi anche alcune debolezze e aree grigie, a testimoniare almeno in parte una mancata acquisizione e comprensione delle logiche dell’online da parte dei media mainstream.

Il presente saggio, attraverso l’analisi di tre casi di studio molto diversi tra loro, prova a indagare le modalità con cui il crowdsourcing e il crowdfunding sono stati implementati nella televisione italiana, indicando sia gli elementi di innovazione e di “convergenza in atto”, sia le retoriche usate, sia ancora gli aspetti più critici, spesso legati a una certa ingenuità nell’affrontare il web o alla mancata trasparenza. Si analizzerà così l’“adozione parziale” e ancora frammentaria di strumenti che possono diventare vetrine per esordienti o strade per ridurre i costi, la base di community molto attive o la scusa per un’*exploitation* del lavoro creativo⁽⁶⁾.

Il complesso (crowdsourcing) del primo maggio

L’edizione 2013 del tradizionale “Concertone” del primo maggio, organizzato a Roma in piazza San Giovanni dalle maggiori sigle sindacali e trasmesso in diretta nelle ore pomeridiane e serali su Raitre, come ogni anno ha visto alternarsi le esibizioni musicali di gruppi e cantanti ora esordienti ora affermati e momenti di conduzione più propriamente televisiva affidati a Geppi Cucciari, sullo sfondo inevitabile di alcune polemiche⁽⁷⁾. L’evento ha però costituito anche il terreno per un esperimento transmediale inedito, che ha provato ad affiancare al live della piazza e alla diretta in tv l’adozione di alcuni linguaggi digitali, in un tentativo di crowdsourcing orientato a realizzare un “film collettivo” della giornata.

A partire da un’idea di Riccardo Luna, già direttore dell’edizione italiana di *Wired*, e sulla scia degli analoghi lungometraggi internazionali costituiti dal montaggio di contenuti *user generated*⁽⁸⁾, è stata infatti diffusa un’apposita app, chiamata 1MVideo e disponibile gratuitamente per sistemi Apple/iOS e Google/Android, finalizzata a raccogliere i filmati realizzati dal pubblico del concerto e da lì a comporre un film, intitolato *One Million Eyes, Baby*. L’applicazione è stata attiva dal 27 aprile al 5 maggio, un lasso di tempo più ampio del solo concerto, e consentiva il caricamento di brevi video, lunghi al massimo 15 secondi, girati con lo smartphone o la videocamera. Ciascuna clip poteva essere contrassegnata da *tag* relativi al momento della ripresa (la partenza, il viaggio, l’arrivo in piazza, il concerto, la fine dello show) e all’atmosfera (con un ampio *range* di emozioni possibili), oltre a una descrizione libera, alla possibilità

SPECIALE (se registrati) di inserire un codice identificativo dell'autore e ai metadati automaticamente raccolti dalla app (ora, posizione). Sulla base di tutte queste informazioni, a partire dal 6 maggio, è cominciato il lavoro di catalogazione, in parte automatica, e di selezione dei video che andranno a far parte del film. L'esperimento ha cercato di coinvolgere il pubblico in piazza, o almeno quello più interessato al *videomaking*, attraverso un uso "organizzato" e "finalizzato" delle tecnologie *mobile*. Il sovrapporsi di più piani – l'evento live, la messa in onda televisiva – ha però dato luogo ad alcune dissonanze. Da un lato, il frequente invito proveniente dal palco a usare l'applicazione e riprendere ciò che accadeva, "raccontare e condividere le proprie storie"⁽⁹⁾, ha creato una frizione tra il pubblico del concerto, potenzialmente coinvolto, e quello a casa, necessariamente escluso da qualsivoglia partecipazione al progetto, segnando una distanza invece di annullarla: il "milione di occhi" era solo quello dei presenti in piazza. Da un altro, lo statuto delle immagini *social* è poco chiaro, e si sovrappone nel risultato finale ad almeno altri due flussi di contenuti più "istituzionali": tre racconti di finzione, ambientati negli stessi luoghi e giorni della manifestazione, che dovrebbero (nelle intenzioni) dare sostanza narrativa al film, mescolati ai video *user generated* dalla piazza; e poi le riprese ufficiali del palco e del concerto fatte e trasmesse dalla Rai. Già nei "consigli di regia" presenti sul sito ufficiale⁽¹⁰⁾, il pubblico è infatti invitato a evitare le riprese del palco:

Sentitevi liberi di esprimere il vostro personale punto di vista e di puntare l'occhio e la *cam* dello smartphone laddove ritenete che ci sia qualcosa di interessante [...]. Quando sarete al concerto registrate i video a testimonianza di ciò che accade intorno a voi, mentre sul palco andrà avanti il concerto. Le emozioni in uno sguardo, l'entusiasmo, la stanchezza, la gioia e la voglia di cantare. Riprendete il concerto controcampo – tanto il palco sarà sempre ripreso dalle telecamere della Rai. Quello che conta sarà il pubblico.

Infine, a sancire un'ulteriore sovrapposizione (e confusione) tra media e linguaggi differenti, a dirigere il film collettivo è Stefano Vicario, regista televisivo di lungo corso di programmi della tv commerciale e pubblica, oltre che di eventi quali alcune edizioni del Festival di Sanremo⁽¹¹⁾.

Se l'idea di uno "sguardo multisfaccettato" sul grande raduno collettivo, per restituire la prospettiva e le emozioni del pubblico, piega il crowdsourcing a un progetto autoriale forte, la sovrapposizione tra piani mediali differenti e la mancanza, per ora, di un *output*, finiscono per indebolire il progetto.

Rete giovane, contenuti giovani

Le reti televisive italiane non acquisiscono però i linguaggi e le tecniche del crowdsourcing solo in caso di eventi eccezionali. Soprattutto nel contesto dei canali digitali (sia terrestri sia satellitari), sempre più numerosi e con palinsesti da riempire di contenuti a basso costo, si sono infatti aperti spazi di coinvolgimento degli spettatori-utenti su base più stabile e regolare⁽¹²⁾. Da questo punto di vista, un esempio è costituito dal "sistema" messo in piedi dal broadcaster commerciale Mediaset per una rete rivolta a un target maschile e giovane come Italia 2, la "sorella" digitale di Italia 1.

La base di questo sistema è costituita da una piattaforma proprietaria di raccolta video, chiamata 16mm (<http://www.16mm.it/>) e modellata sull'esempio di simili community partecipative per videomaker come UserFarm o Zooppa. Il sito, seguendo il modello estetico di YouTube⁽¹³⁾ con opportune integrazioni, consente agli utenti registrati di caricare filmati e brevi clip cedendone i diritti in cambio di visibilità sia online – i video caricati sono selezionati da una redazione e poi resi pubblici e posti in evidenza; sono definite gare e contest su determinati temi a cui si può partecipare –, sia sulle reti tv del gruppo Mediaset. L'utente mantiene la responsabilità sul video e segue rigide linee guida – il divieto di fare pubblicità, quello di includere materiali non originali o contenuti volgari, l'autorizzazione per i soggetti e per i luoghi ripresi, il rispetto del copyright –, mentre il broadcaster si riserva la possibilità insindacabile

SPECIALE di non pubblicare⁽¹⁴⁾. 16mm non prevede forme di pagamento in denaro: l'unica ricompensa è costituita dalla messa in onda televisiva, che poi a cascata si ripercuote di nuovo sul web (con la sezione dei video "andati in tv").

Un primo sbocco televisivo, su Italia 2, è costituito da *UZone*, programma in onda ogni giorno, dal lunedì al sabato, in fascia meridiana. Si tratta di un contenitore di filmati *user generated* messi in fila senza particolari variazioni e cornici, sull'esempio dei videoclip musicali o dei *pod* informativi di Current: l'ora di programmazione prevede tra i 15 e i 20 video, mandati in onda sulla base di una scaletta comunicata con qualche giorno d'anticipo sul sito della rete. Non ci sono particolari valutazioni sull'ordine o sui temi: il programma è uno *showcase* che si affida soltanto al passaparola e alla condivisione degli stessi videomaker, uno spazio (in parte) autogestito.

Più articolata è invece l'operazione di *Italia TU*, programma andato in onda per due edizioni sempre su Italia 2: in particolare, la seconda annata, condotta dal trio Matt, Gabbo e Bise, noto online per alcune parodie musicali, è costruita come un *talent show*, un torneo che vede scontrarsi i video caricati su 16mm. Ogni puntata, in onda il sabato in fascia preserale, manda in onda coppie di video per ciascuna categoria – comicità, horror, musica (fino a 5 minuti) e cortometraggi (fino a 10 minuti) –, invitando il pubblico a votare sul sito le produzioni migliori e più convincenti: i filmati vincitori ritornano in onda la settimana successiva, impegnati in un nuovo confronto con un altro video, sempre selezionato dagli utenti. E così via per alcune settimane.

In entrambi i casi, per la rete si tratta di un'operazione dai costi estremamente bassi, facendo ricorso a contenuti altrimenti inutilizzati che vengono "impacchettati" per l'occasione in un contenitore televisivo: gli utenti ricoprono qui la maggior parte dei ruoli, producendo e caricando i video, partecipando alle sfide, votando i video migliori. Gli ascolti limitati della rete digitale fanno persino ipotizzare che il maggior traino di questi programmi sia costituito dagli stessi videomaker, coinvolti in prima persona e invitati direttamente a far circolare i loro video (sempre negli spazi e sulle piattaforme di proprietà di Mediaset): si viene così a costituire una community ristretta, che ha sbocco (e un premio) in alcuni spazi televisivi minori, ma segue principalmente dinamiche di partecipazione e promozione "povere", tipiche del web. La piattaforma proprietaria e i meccanismi adottati, inoltre, non favoriscono una fluidità di circolazione e condivisione con esperimenti affini, ma li chiudono entro le porte di un "giardino protetto", un *walled garden* autoreferenziale.

Crowdfunding per una causa

Se il crowdsourcing è lentamente (e con qualche difficoltà) approdato sugli schermi tv italiani solo negli ultimi anni, un'importante operazione di crowdfunding televisivo – quasi *ante litteram*, e comunque avviato senza mai fare ricorso all'espressione inglese – ha una storia più lunga e articolata, e affonda le radici nel particolare intreccio tra media e sistema politico nazionale. Dopo la chiusura di *Annozero* (2006-11), il talk show politico condotto da Michele Santoro su Raidue, il giornalista ha infatti cercato di realizzare un nuovo programma mediante modalità produttive e distributive inedite, anche in seguito al successo di due serate speciali, *Raipermanotte* (realizzata in occasione della sospensione di *Annozero* durante il periodo pre-elettorale delle regionali 2010)⁽¹⁵⁾ e *Tuttinpidi* (dedicata al lavoro, nel giugno 2011). Il programma, che dopo un titolo di lavorazione di *Comizi d'amore* ha preso il nome di *Servizio Pubblico*, adottava una particolare modalità di trasmissione, offrendo la diretta in *syndication* a un circuito di reti locali sparse in tutta Italia, a cui si è poi affiancato il canale digitale Cielo, e il *live streaming* su un ampio numero di siti internet, compresi quelli di importanti quotidiani (*Corriere della sera*, *la Repubblica*, *il Fatto*).

Nella complessa gestazione di *Servizio Pubblico*, un ruolo (anche comunicativo) importante è stato svolto dal diretto appello del conduttore al "suo" pubblico, attraverso la raccolta di sottoscrizioni volontarie e di

SPECIALE contributi volti a tenere aperto il programma e a sostenere la sua informazione non allineata. Accanto a forme di pubblicità tradizionale, legate al complesso mix di emittenti televisive e spazi online, si è così aperto, sul sito, uno spazio simile al crowdfunding dei movimenti politici. Gli spettatori più fedeli e coinvolti sono stati invitati a donare, mediante versamento su un conto corrente bancario intestato a un'associazione creata ad hoc, con un importo minimo di 10 euro. La partecipazione alla sottoscrizione consentiva poi l'iscrizione a un registro, la cosiddetta "Rete dei donatori", che sarebbe stata coinvolta in alcune decisioni strategiche e avrebbe garantito agli utenti contenuti specifici e proposte riservate. Alle donazioni volontarie è stato riservato ampio spazio, con sezioni ad hoc del sito e un costante richiamo anche sui media alle centomila persone coinvolte in una "rivoluzione che è appena iniziata"⁽¹⁶⁾. Nella prima stagione del programma, nel 2011-12, il ruolo del finanziamento aggiuntivo è stato ribadito ampiamente: se pure i consuntivi economici ne mostravano il peso relativamente limitato rispetto alle entrate pubblicitarie online, e soprattutto televisive, e se pure è mancata la chiarezza sulle parti della produzione effettivamente coperte dalle donazioni o sulle contropartite e garanzie per i sottoscrittori⁽¹⁷⁾, la presenza dei contributi volontari era funzionale a ribadire un ruolo di "resistenza" di *Servizio Pubblico* rispetto al potere politico e mediale incarnato da Silvio Berlusconi, e a sottolineare la possibilità di strade alternative, se sostenute attivamente e passivamente (come spettatori) dal pubblico. La figura di Michele Santoro, da sola, si faceva così garante di una strategia mai del tutto trasparente. La situazione si è ulteriormente complicata nella seconda stagione 2012-13, quando il programma ha abbandonato la complessa piattaforma distributiva (conservando solo lo streaming su alcuni siti), per approdare su una rete televisiva tradizionale e generalista come La7. Nel corso del passaggio, il ruolo delle donazioni volontarie è stato fortemente ridimensionato: scomparso dalla messa in scena del programma, lasciato sul sito come pura testimonianza formale, senza aggiornamenti. In una lettera aperta, Giulia Innocenzi, figura che anche in onda svolge un ruolo di raccordo con i giovani e con il mondo *social*, ringrazia la rete dei donatori e sottolinea l'indipendenza e le minori preoccupazioni tecniche garantite dall'accordo con La7, ma insieme dichiara conclusa l'esperienza di finanziamento "dal basso", esaurendone la funzione sia economica sia "consultiva":

Non ringrazieremo mai abbastanza te e tutti i 100.000 che hanno risposto al nostro appello e che hanno permesso la nascita di *Servizio Pubblico*: avete acceso le luci del nostro studio, e avete permesso l'avvio di nuove iniziative editoriali. Da parte nostra abbiamo completamente onorato l'impegno che ci eravamo assunti, concludendo addirittura una stagione televisiva di 27 puntate. Noi crediamo di aver fatto tutto il possibile per portare a termine la nostra sfida in maniera vittoriosa e per rilanciarla su nuove basi ⁽¹⁸⁾.

La community, che – anche per la complessità e la riservatezza delle trattative – non è stata consultata al momento di prendere la decisione per La7, è stata chiamata in seguito a ratificare *ex post* il cambio di rete, con la quasi totalità degli 8.000 votanti dichiaratasi d'accordo. In definitiva, il ricorso al crowdfunding si rivela da un lato uno strumento prevalentemente retorico e comunicativo, e dall'altro una soluzione di emergenza, adottata temporaneamente e accantonata non appena i problemi produttivi si risolvono e il sistema si "normalizza". Nel mix tra donazioni *grassroots* e legittimi interessi commerciali di produttori e broadcaster, i secondi prendono il sopravvento.

Conclusioni

Dalla rapida rassegna di questi tre esempi, molto diversi tra loro per modalità, obiettivi e dimensioni, emergono con chiarezza alcune costanti che, almeno in Italia, caratterizzano l'adozione, da parte di broadcaster, case di produzione e addetti ai lavori televisivi, delle forme di coinvolgimento creativo o

SPECIALE economico di una vasta platea di spettatori, o comunque della sua parte più attiva e interessata.

In primo luogo, il ricorso ai modelli del crowdsourcing e del crowdfunding appare inevitabile: la tv italiana si inserisce nel solco di trend globali, alla ricerca di forme testuali e modelli di business innovativi. Da una parte, la sperimentazione si inserisce tra le tattiche con cui il piccolo schermo cerca di resistere, in particolare per il pubblico più giovane, alla frammentazione dei consumi e dell'attenzione dovuta alle piattaforme digitali e alle molteplici possibilità di incontro con i contenuti audiovisivi offerte dal web: la creazione di un *engagement* maggiore e il coinvolgimento più forte degli spettatori passa anche attraverso programmi ibridi, che trovano online un controcanto costante e contenuti speciali⁽¹⁹⁾. Da un'altra parte, la situazione economica dell'industria televisiva costringe a cercare fonti di ricavo (o di contenimento della spesa) alternative: la presenza di materiali gratuiti, o comunque a basso costo, per riempire ore di programmazione, così come l'affiancamento delle donazioni volontarie al flusso delle entrate pubblicitarie, diventano modi di ottimizzare risorse scarse, analoghi al *product placement* o al *branded content*⁽²⁰⁾.

L'adozione da parte delle reti televisive italiane di contenuti e risorse *user generated*, inoltre, mostra come due logiche radicalmente differenti, quella del web e quella del *broadcasting*, finiscano per scontrarsi, ora rivelando la loro incompatibilità, ora invece trovando forme di mediazione, più o meno soddisfacenti. Uno dei tratti principali nelle intenzioni del crowdfunding e del crowdsourcing, il mecenatismo, l'aiuto a emergere per prodotti finanziati dal pubblico o per professionalità che si dimostrano abili, quasi scompare negli esperimenti tv: la riconoscibilità si limita a un codice identificativo, o alle liste di un'associazione, mentre la ricompensa – in denaro, o comunque con contropartite concrete –, è sostituita nella gran parte dei casi dalla sola visibilità sul piccolo schermo, dalla partecipazione a una community, dallo spirito di gruppo. Lo spettatore è così una sorta di "sfruttato volontario", in una sottile *exploitation* che ribadisce il potere e l'*appeal* dell'istituzione televisiva presso il suo pubblico. Un altro ambito di attrito è costituito poi dalla sproporzione numerica tra la platea dell'audience televisiva e i numeri ben più ristretti delle nicchie e dei gruppi di interesse sul web: ne deriva che le forme di *engagement* degli spettatori non hanno tanto un valore sostanziale, incidendo solo limitatamente sui contenuti e sui ricavi, quanto un valore formale, *in primis* comunicativo e promozionale. L'attenzione al web è uno strumento retorico, costantemente ribadito proprio agli spettatori meno coinvolti: un costruito effetto di innovazione, più che un'innovazione vera e propria. Infine, un terzo elemento di contrasto è dato dalla mancanza, o dalla sottovalutazione, del feedback, sia nei termini di contropartite chiare, sia soprattutto in quelli della trasparenza e del costante aggiornamento sul procedere dei progetti: è come se alla permanenza degli archivi digitali, sempre accessibili online, si sostituisse la tradizionale logica del flusso televisivo, destinato a scorrere senza soluzione di continuità e pertanto incapace di soffermarsi su qualcosa o di tornarci sopra dopo un certo periodo. Il contributo degli spettatori resta così spesso incidentale, un fattore tra tanti, che non è coltivato con cura, confermando l'impressione di uno sfruttamento "casuale", mai inserito entro progetti sicuri e di lungo termine.

L'*exploitation* dell'utente, l'obiettivo principalmente promozionale e la poca attenzione al feedback non sono però limiti intrinseci dell'applicazione del modello *crowd* al piccolo schermo, quanto piuttosto margini su cui i broadcaster italiani possono e devono lavorare. Nonostante le ingenuità e, spesso, l'incertezza e la fretta nella definizione completa dei progetti, la strada dell'integrazione tra un piccolo schermo sempre più convergente e le logiche del digitale pare ormai tracciata e tutta da percorrere, anche in Italia.

Luca Barra

SPECIALE Note

1. Si tratta di programmi, previsti nella riforma Rai del 1975, e realizzati negli anni successivi, che riservavano spazi televisivi autogestiti ad associazioni, gruppi e organizzazioni. Si veda Aldo Grasso, *Storia della televisione italiana*, Milano, Garzanti, 2004; Franco Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Venezia, Marsilio, 1999.
2. Riferimento inevitabile è Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007. Si veda inoltre Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable Media*, New York, NYU Press, 2013; Catherine Johnson, *Branding Television*, London, Routledge, 2012; Indrek Ibrus, Carlos A. Scolari (a cura di), *Crossmedia Innovations. Texts, Markets, Institutions*, Frankfurt, Peter Lang, 2012; Jason Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, (<http://mediacommons.futureofthebook.org/mcp/complextelevision/>) MediaCommons Press, 2012-13. Ultimo accesso: 22 settembre 2013. Sullo specifico contesto italiano si veda Aldo Grasso, Massimo Scaglioni (a cura di), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Milano, Link Ricerca, RTI, 2010; Claudio Bisoni, Veronica Innocenti (a cura di), *Media Mutations*, Modena, Mucchi, 2013; Federico Zecca (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano, Mimesis, 2012; Alberto Marinelli, Giandomenico Celata (a cura di), *Connecting Television. La televisione al tempo di internet*, Milano, Guerini, 2012.
3. Luca Barra, Massimo Scaglioni, "Consumo convergente. Pratiche, orientamenti e discorsi", in Aldo Grasso, Massimo Scaglioni (a cura di), *Televisione convergente*, cit., pp. 57-78.
4. Sul tema, non limitato a un ambito mediale, si veda Jeff Howe, *Crowdsourcing. Il valore partecipativo come risorsa per il futuro del business*, ed. italiana a cura di TheBlogTV, Milano, Luca Sossella, 2010. Una breve rassegna italiana è in Michele Bisceglia, "Sfrutta la pazza folla. Modelli ed esperienze di crowdsourcing", *Link. Idee per la televisione*, n. 11, 2012, pp. 96-100.
5. Sul ruolo economico generale del crowdfunding, si vedano Alessandro Brunello, Fabrizio Fontana, *Crowdfunding. Condividere per realizzare*, Milano, Bevivino, 2013; Alessandro Brunello, *Crowdfunding. Nuove comunità economiche*, 40k, e-book, 2013.
6. Mark Deuze, *Media Work*, Cambridge, Polity Press, 2007.
7. Tra le altre, si segnala l'organizzazione di un concerto alternativo a Taranto, l'esclusione dalla *setlist* di Fabri Fibra in polemica con i testi di alcune sue canzoni, l'uscita di un brano parodico di Elio e le Storie Tese (peraltro *headliner* della giornata), le dichiarazioni del segretario CGIL Susanna Camusso per cui il concerto "ha fatto il suo tempo".
8. Il riferimento più evidente sembra essere quello di *Life in a Day*, documentario diretto da Kevin McDonald e prodotto da Ridley e Tony Scott (2011), a partire dai video caricati in un giorno su YouTube.
9. Dal comunicato stampa, che ha dato ampio risalto all'operazione di "regia social".
10. s.n., "Funzionalità e dettagli tecnici", *1MFestival*, 26 aprile 2013. <http://www.1mfestival.com/1mvideo-funzionalita-e-dettagli-tecnici/>. Ultimo accesso: 22 settembre 2013.
11. A questo proposito, si veda Aldo Grasso, "Il Concertone ha fatto il suo tempo", *Corriere della sera*, 3 maggio 2013.
12. I primi esperimenti, storicamente, sono stati quelli delle reti *all news* e dei telegiornali, in primis CNN e BBC News. Solo in seguito il crowdsourcing si è allargato ad altri generi, come l'inchiesta (con la parabola presto conclusa di CurrentTV, negli Stati Uniti come in Gran Bretagna e in Italia) e l'intrattenimento.
13. Peppino Ortoleva, "YouTube e l'iconosfera online", in Roberto Diodato, Antonio Somaini (a cura di), *Estetica dei media e della comunicazione*, Bologna, il Mulino, 2011, pp. 295-312. Si veda inoltre Patrick Vonderau, Pelle Snickars, Jean Burgess (a cura di), *The YouTube Reader*, Stockholm, National Library of Sweden, 2010; Jean Burgess, Joshua Green (a cura di), *YouTube. Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, Polity Press, 2009.
14. s.n., "Le dieci regole di 16mm", *16mm.it*, s.d. <http://www.16mm.it/video-community/le-regole->

SPECIALE [partecipare-16mm_14.shtml](#). Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

15. Per un'analisi di *Raiperunanotte* come esempio "sistemico" di tv convergente, si veda Massimo Scaglioni, *La tv dopo la tv. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico*, Milano, Vita e Pensiero, 2011, pp. 29-39. Un caso statunitense in parte simile è stato il *Rally to Restore Sanity and/or Fear*, organizzato a Washington DC il 30 ottobre 2010 da Jon Stewart e Stephen Colbert, conduttori di due *late show* satirici su Comedy Central.

(16)Michele Santoro, "La rete dei donatori", *Servizio pubblico*, s.d. <http://associazione.serviziopubblico.it/iscrizione>. Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

17. Un punto di vista molto critico sull'operazione, sia pure non neutrale, è quello di Bruno Pellegrini, "Santoro e la raccolta di fondi, un crowdfunding all'italiana", *La Stampa*, 3 novembre 2011. Si veda inoltre Giovanni Boccia Artieri, "Perché a Twitter non piace Servizio pubblico", *Apogeo Online*, 7 novembre 2011. <http://www.apogeononline.com/webzine/2011/11/07/perche-a-twitter-non-piace-servizio-pubblico>. Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

18. Giulia Innocenzi, "Servizio pubblico sbarca a La7", *Servizio pubblico*, s.d. http://associazione.serviziopubblico.it/sp_la7. Ultimo accesso: 22 settembre 2013.

19. Aldo Grasso, Massimo Scaglioni (a cura di), *Televisione convergente*, cit.

20. Roberto P. Nelli, *Branded Content Marketing*, Milano, Vita e Pensiero, 2012.

SPECIALE Crowdfunding, produzione e marketing: il caso Subbuteopia

“The reward of a thing well done is to have done it”
Ralph Waldo Emerson, *Essays: Second Series*, 1844.

Introduzione

L'articolo si propone di esaminare alcune principali dinamiche che hanno caratterizzato la campagna di crowdfunding a supporto di *Subbuteopia*, un documentario sull'universo del Subbuteo realizzato da Pierr Nosari nel 2012 e prodotto da Giusi Santoro⁽¹⁾ per POPCult (<http://www.popcultdocs.com>), in collaborazione con L@ Società Sintetica (<http://www.lasocietasintetica.com>).

In primo luogo, si discuterà di come il progetto “Subbuteopia” non sia interamente “riducibile” al documentario, ma sia più correttamente interpretabile nei termini di un'ampia narrazione transmediale “goal-oriented”, che si configura come tale proprio in virtù della campagna di crowdfunding realizzata.

In secondo luogo, si esamineranno alcune delle principali caratteristiche della piattaforma scelta per la campagna, la catalana Verkami.

In terzo luogo, si analizzerà la campagna gestita dalla produzione, con particolare attenzione alla rilevanza cruciale del lavoro preparatorio e della sinergia tra attività online e offline.

Infine, si proporranno alcune considerazioni conclusive in merito al ruolo del crowdfunding nella produzione indipendente e nelle strategie di marketing.

Cos'è “Subbuteopia”

Trovare il centro di “Subbuteopia” non è facile, o almeno non quanto potrebbe sembrare a prima vista. L'obiezione a questa presunta difficoltà è infatti appena dietro l'angolo: “Subbuteopia”, è ovvio, è innanzi tutto un film. Dunque, *Subbuteopia*: un'opera con un autore, Pierr Nosari (coadiuvato da Enrico Fontanelli) e un produttore, Giusi Santoro.



Fig. 1

SPECIALE Eppure, quando entriamo nel campo verde che fa da sfondo alla home page del sito di “Subbuteopia” (<http://www.subbuteopia.com>), ci accorgiamo immediatamente che di giocatori (letteralmente) ce ne sono più d’uno, e che “Subbuteopia”, oltre che un film, è un “progetto”, una campagna di crowdfunding, un gioco e un blog (fig. 1). E quel “campo verde” appare cruciale: “Subbuteopia”, infatti, è anche “un luogo” (vale a dire uno spazio identitario) “non luogo” (inteso come luogo utopico, svincolato da un’esistenza “materiale” specifica) “dove appassionati, amanti del gioco, old-boys e semplici curiosi si incontrano”⁽²⁾. Si potrà ancora obiettare: “Subbuteopia” non coinciderà esattamente con un documentario sul gioco del Subbuteo, ma il documentario rimarrà pure l’origine di un’operazione più ampia e articolata, l’elemento primario (in senso cronologico e valoriale) a cui tutti gli altri sono subordinati.

La risposta va argomentata.

Da un lato, è vero, l’incontro tra l’idea di Nosari di raccontare il Subbuteo e l’apprezzamento di Giusi Santoro, che decide di sostenerla, conferisce la spinta propulsiva iniziale al tutto; ma è altrettanto vero che tale origine, se la si va a cercare oggi sul web, risulta in qualche modo dissimulata, e soprattutto scalzata da altri “inizi” che vanno a riconfigurare il primo, in un processo in cui *Subbuteopia*-film si ritrova di nuovo ad essere “Subbuteopia”-... Già, che cosa?

Per rispondere a questa domanda, a mio avviso, la fortunata operazione di crowdfunding gestita dalla produzione si rivela decisiva.

Pur non essendo consustanziale all’idea del film, e nemmeno integrata da subito nella strategia finanziaria, l’ipotesi del crowdfunding emerge però molto in fretta e contestualmente all’attivazione di strategie di fundraising di carattere più tradizionale⁽³⁾. Tutto ha inizio con un teaser (<http://vimeo.com/17396763>) che, diffuso online al fine di attrarre finanziamenti, attrae qualcos’altro⁽⁴⁾.

L’interesse che il teaser suscita nelle community già esistenti legate al gioco del Subbuteo (in particolare club e forum online) non giunge certo inaspettato, ma è l’eccezionalità (in termini sia qualitativi che quantitativi) di tale interesse che fa immediatamente percepire l’esistenza di un pubblico che, all’interno di “Subbuteopia”, non vuole restare spettatore “passivo”: un pubblico che si sente parte in causa, che vuole prendere parte alla partita e partecipare al gioco, anche se tale partecipazione comporta una dimensione di esborso economico.

Ed è a questo punto che “Subbuteopia” assume pienamente la dimensione (che a mio avviso è quella che meglio la caratterizza) del “progetto”.

Il termine, nell’epoca del project management, è senza dubbio un po’ inflazionato e può suscitare qualche ostilità; inoltre, il termine si impone automaticamente quando “Subbuteopia” accede, per avviare la campagna di crowdfunding, alla piattaforma Verkami (<http://www.verkami.com>), in cui appunto ad essere finanziati sono “progetti creativi indipendenti” – solo secondariamente organizzati in categorie che esplicitano il prodotto culturale creato o l’ambito di intervento (si va dal film al videogioco, dalla fotografia al fumetto, dagli eventi all’artigianato).

Sono convinta, tuttavia, che la dimensione del “progetto” informi “Subbuteopia” a un livello più profondo e meno scontato, che è quello (in riferimento all’origine etimologica del termine) del “gettare avanti”: nel momento in cui si avvia la campagna di crowdfunding, “Subbuteopia” diventa una grande narrazione transmediale “goal-oriented”, formula narrativa (o configurazione temporale) classica e sulla cui efficacia (se la narrazione è bene orchestrata) non ci sono dubbi.

Avviare la campagna di crowdfunding significa anche, e in unico gesto, programmare la fine, vale a dire la deadline entro cui l’obiettivo va raggiunto. L’impostazione di un termine *ad quem* orienta immediatamente il tempo, che assume il carattere del conto alla rovescia e dell’attesa. Ma attenzione: in questa narrazione l’obiettivo non sono i 15.000 euro di cui il team di Subbuteopia ha bisogno per concludere il documentario⁽⁵⁾, e non è nemmeno il documentario in sé. Entrambi, il finanziamento e il documentario, sono in qualche modo strumentali e subordinati a qualcosa di più grande⁽⁶⁾. L’obiettivo è la realizzazione di un sogno che il team di Subbuteopia condivide con gli appassionati di Subbuteo in

SPECIALE tutto il mondo: celebrare e divulgare come merita un gioco che è anche uno spazio di partecipazione, un luogo della memoria, una comunità, un sistema di valori. E in questa storia “goal-oriented” non c’è una distinzione tra “eroi” (il team di Subbuteopia) e “aiutanti” (i mecenati): in questa storia si è tutti eroi. Seppur, è vero, il team di Subbuteopia si differenzia per il fatto di occupare anche la posizione del “mandante” della missione da compiere e di altre missioni via via subordinate (il documentario, il finanziamento di 15.000 euro, i “contest” per alimentare il coinvolgimento), e – aspetto non certo secondario – il ruolo di narratore di quella stessa storia di cui è co-protagonista.

La piattaforma: Verkami

Il carattere “fortuito” della scelta di utilizzare il crowdfunding si ritrova anche nella scelta della piattaforma su cui operare⁽⁷⁾.

La produttrice ha occasione di incontrare i fondatori della piattaforma catalana nel giugno 2011 al Sunny Side of the Doc. È in tale occasione che parla loro per la prima volta del progetto “Subbuteopia” e questi, pur non conoscendo nemmeno il gioco, ne sono entusiasti.

Da quel momento garantiscono la massima collaborazione nella gestione della campagna, e il loro apporto si rivela decisivo e fondamentale sia per fissare il goal, sia per definire la numerosità e la tipologia (con particolare attenzione alla diversificazione) delle ricompense (su cui torneremo).

Per identificare alcune principali caratteristiche di Verkami, e quindi meglio comprendere in che tipo di contesto ha operato la produzione di Subbuteopia, partiamo direttamente dalle FAQ presenti sulla piattaforma.

In primo luogo, su Verkami il “micromecenatismo” (<http://www.verkami.com/page/faq>) è inteso come

un modo di finanziare progetti attraverso i contributi di molte persone che, in cambio, ricevono compensi o ricompense esclusive sotto forma di prodotti, servizi o esperienze. Non è un tipo di investimento per ottenere benefici economici. I creatori dei progetti mantengono il 100% di tutti i diritti e benefici derivanti dalle loro opere.

Dunque, la piattaforma si colloca nel campo del “donation crowdfunding”⁽⁸⁾ e, più specificatamente, corrisponde al modello “reward-based”, in cui la donazione è ricompensata secondo varie modalità (riassunte nella definizione di Wikipedia “money for goods”) che escludono tuttavia, tendenzialmente, margini di profitto⁽⁹⁾.

Inoltre, all’interno del modello “money for goods”, Verkami corrisponde all’opzione “all-or-nothing”⁽¹⁰⁾:

Ogni progetto ha il proprio obiettivo di finanziamento, stabilito dal creatore, e 40 giorni per raggiungerlo. Raggiunto il tempo limite, ci sono due possibilità:

1. Non si è raggiunto il 100% dell’obiettivo di finanziamento. In questo caso non verrà eseguito alcun tipo di transazione economica e gli impegni di contributo dei mecenati saranno annullati.
2. Si è raggiunto o superato il 100% dell’obiettivo di finanziamento. In questo caso si procederà all’addebito sulla carta dei mecenati e il creatore riceverà il denaro raccolto⁽¹¹⁾.

Come si è visto, il modello “all-or-nothing”, associato al vincolo temporale (40 giorni, di cui il team di Subbuteopia decide di trascorrere gli ultimi 29 minuti in diretta streaming, enfatizzando l’effetto di conto alla rovescia⁽¹²⁾), costituiscono condizioni essenziali per poter trasformare la campagna di crowdfunding in una narrazione “goal-oriented” che troverà, nel raggiungimento dell’obiettivo, il suo più classico e appagante “happy end” – e non è un caso che la produzione di Subbuteopia posti su Facebook, nel momento in cui il risultato è raggiunto, una citazione da Walt Disney: “If you can dream it, you can do it” (fig. 2).

SPECIALE



Fig. 2

Infine, nelle FAQ di Verkami troviamo anche alcune indicazioni utili a comprendere come la piattaforma concepisca il crowdfunding in relazione alle più generali dinamiche di crowdsourcing, proponendo, ci pare, una interessante combinazione (per dirla con Lessig) tra “RO culture” e “RW culture”⁽¹³⁾.

Da un lato, infatti, lo staff di Verkami sottopone a revisione i progetti prima della pubblicazione, valorizzando una cultura delle competenze che non frena o ostacola la creatività e anzi si propone di ottimizzarne la gestione. Come leggiamo sulla piattaforma:

Verkami vuole essere un mezzo per stimolare progetti creativi e innovativi. Non si tratta di finanziare attività tradizionali in cambio di benefici, né di raccogliere denaro per opere benefiche. [...] Per questo vogliamo conoscere i contenuti del tuo progetto.

Ci permette anche, in caso tu lo necessiti, di consigliarti sul miglior modo di presentare il tuo progetto prima di pubblicarlo; commentare le ricompense che offri e i mezzi audiovisivi che puoi utilizzare affinché la tua idea risulti il più accattivante possibile, esteticamente e concettualmente.

Dall'altro, e pur mantenendo chiara la distinzione tra creatori del progetto e mecenati, Verkami stimola la partecipazione di questi ultimi al di là del finanziamento diretto, e ne valorizza il ruolo promozionale attivo (su cui torneremo):

I progetti di Verkami si pubblicizzano soprattutto tramite il passaparola, sia nel mondo reale che in rete. Se ritieni che un progetto sia interessante, fai in modo di spargere la voce il più possibile e di conseguenza aumenteranno le sue possibilità di successo. [...]

Come mecenate puoi fare domande e dare suggerimenti al creatore del progetto; puoi seguire lo sviluppo di tutto il processo sul blog relativo partecipando con i tuoi commenti, e in più riceverai per email le notifiche dei progressi, delle modifiche e degli aggiornamenti in corso.

SPECIALE *La campagna di crowdfunding*

Così come l'identificazione del centro di "Subbuteopia", anche l'identificazione dell'inizio della campagna di crowdfunding è un problema falsamente semplice.

Si dirà: ma come, il percorso è lì, tracciato nei dettagli sul web. La campagna parte il 23 dicembre 2011, e il goal viene raggiunto⁽¹⁴⁾ e festeggiato su Facebook alle 12.00 del 1 febbraio 2012. Inoltre, come si è detto, sono proprio questi estremi temporali a configurare la campagna come una narrazione goal-oriented.

Eppure, si vedrà che questa narrazione ha un importante prologo e un prolungato epilogo, in cui vengono ampiamente condivisi gioie, benefici, e ricompense (in senso letterale!) dell'happy end.

Abbozziamo una cronologia di massima: "Subbuteopia" fa la sua comparsa su Facebook il 2 marzo 2011, e il trailer è già disponibile. Seguono a stretto giro il sito web e l'account Twitter, e regolari aggiornamenti sulle interviste al team e le presentazioni del progetto in occasione di convegni o altre iniziative del settore.

Come si ricorderà, "Subbuteopia" incontra Verkami nel giugno del 2011, ma la possibilità del crowdfunding è già nell'aria, suggerita dallo straordinario successo online del trailer, in particolare presso le comunità legate al gioco, un pubblico fortemente coinvolto e attivo.

Il periodo compreso tra la scelta di intraprendere la campagna e l'inizio della stessa si rivela assolutamente decisivo, e comporta un impegno costante da parte della produzione, che svolge un'intensa e capillare attività di comunicazione presso le community legate al Subbuteo per farsi conoscere e, soprattutto, per acquisire credibilità ai loro occhi – credibilità che poi garantirà, nel corso della campagna, una totale condivisione del progetto e un sostegno costante⁽¹⁵⁾.

Si fa un costante monitoraggio, per esempio, dei forum, facendo attenzione a non intervenire direttamente "in casa loro" e preferendo rapporti diretti, uno a uno (anche per telefono o tramite Skype se necessario), soprattutto per confrontarsi con quanti esprimono critiche o perplessità e per costruire positivamente il rapporto con i leader delle diverse community.

Di questa attività possiamo trovare numerose tracce. Una è quella presente nel forum del primo dei Club Old Subbuteo: l'OSC Longobardo di Gorla Maggiore (Va)⁽¹⁶⁾. Il 31 dicembre si apre sul forum (<http://osclongobardo.forumfree.it/?t=59540243>) una discussione intitolata "Subbuteopia: chi partecipa?", che procede positivamente fino al 16 gennaio, quando un utente del forum, "qpr" (Fabietto), solleva alcune significative perplessità:

Contribuirò volentieri, lo faccio solamente per vedere nei titoli di coda il nostro logo, ed è un modo per ringraziare i fondatori di questo forum che mi hanno fatto conoscere tanta bella gente. [...]

Per il resto il fatto di dare soldi a gente che sul nostro hobby ci speculerà questo [enfasi dell'autrice] non lo trovo giusto e non capisco onestamente tutta questa campagna pro che sta facendo il forum, mi pare che nessuno dei fondatori sia stato tirato molto in mezzo dai realizzatori o sbaglio?

La cosa si aggrava nel momento in cui un membro anziano, "fafao 63", lo sostiene: "D'accordissimo con Fabietto. Rimando a questa sera ulteriori commenti".

E la sera in effetti rincarò la dose:

Riprendo il mio pensiero...

Anche io personalmente non vedo il motivo di tutto questo accanimento che si sta facendo per questa pellicola. Ritengo che chi fa qualcosa per poi chiedere partecipazioni economiche alla

SPECIALE

gente, lo faccia solo a scopo di lucro e ben lontano dal nostro Old pensiero di Subbuteo. E poi... ma abbiamo veramente bisogno di tutta questa "pubblicità"?

[...] Che cosa ha a che fare questa gente con il *nostro* [enfasi dell'autrice] Old Subbuteo?

La discussione prosegue, senza mai degenerare nella polemica sguaiata, e nel forum si viene a delineare una chiara (seppur pacifica) contrapposizione tra "fafao 63" e "...claudio..", un altro membro anziano che ha invece deciso di supportare il progetto e lo promuove con generosità.

Fino al post risolutore di "fafao 63", in data 19 gennaio:

Ieri pomeriggio ho ricevuto una telefonata dalla produttrice di Subbuteopia; è stata una piacevolissima telefonata nel corso della quale abbiamo parlato del più e del meno del loro progetto.

Posso dire che adesso ho capito lo spirito di Subbuteopia e devo dire "tanto di cappello" a tutto lo staff di produzione.

Chiedo scusa se in qualche mio precedente post sono risultato un po' diffidente su questo progetto, probabilmente avevo frainteso le poche informazioni in mio possesso [...].

Naturalmente darò anche io il mio supporto all'opera e FORZA SUBBUTEOPIA!

Da questo episodio – che si svolge, come si è visto, quando la campagna è già avviata – si possono evincere almeno due cose. In primo luogo, l'importanza del lavoro preliminare svolto insieme alle community, che nel caso appena visto ha garantito il sostegno di "...claudio.."; in secondo luogo, l'importanza di una sinergia tra comunicazione online e offline, e la rilevanza assolutamente strategica di quest'ultima (nell'episodio riportato, ha permesso di conquistare la fiducia di "fafao 63").

Peraltro, la dimensione offline si è rivelata decisiva anche in relazione a molti altri aspetti della campagna, non ultimo quello dell'operazione, tecnicamente intesa, del versamento, che in svariati casi ha richiesto un'assistenza telefonica diretta per essere portata a termine.

All'avvio della campagna, il lavoro svolto dalla produzione di "Subbuteopia" con le community ha poi un altro, immediato riscontro: una delle ricompense, infatti, è destinata proprio ai piccoli club, e prevede, in seguito a un contributo di 250 euro, "5 BIGLIETTI per l'anteprima + 5 DVDs + 5 T-SHIRTS Subbuteopia + il POSTER firmato dagli autori + Il LOGO del club verrà inserito nei titoli di coda del documentario e su tutti i social media e la comunicazione legata al progetto"⁽¹⁷⁾.

L'attività di presentazione ai supporter delle ricompense scandisce regolarmente la campagna e alimenta il coinvolgimento, dando vita a discussioni e commenti: il 5 gennaio è online la preview delle maglietta, il 22 gennaio è la volta del team, il 30 gennaio compare l'edizione limitata del DVD (figg. 3-4).



Fig. 3

SPECIALE



Fig. 4

Ma ovviamente la grande orchestrazione narrativa di quell'evento mediale che è la campagna coinvolge molti altri elementi: dalle cartoline per gli auguri di Natale targate "Subbuteopia" (fig. 5) alla pubblicazione di nuovi teaser, dalla diretta web da Madrid con la troupe ai ringraziamenti (tutti rigorosamente individuali) che sanzionano ogni piccolo passo in avanti verso la meta.



Fig. 5

SPECIALE Alla grande sfida a cui tutti insieme si sta partecipando si vanno ad aggiungere sfide amichevoli tra i supporter (come il contest fotografico “I’m Subbuteopia supporter”, lanciato il 26 gennaio, fig. 6), e largo spazio è lasciato all’improvvisazione.



Fig. 6

Per esempio, una bacheca “di servizio” (fig. 7) utilizzata dalla produzione per tenere sotto controllo l’attribuzione delle ricompense, apparsa su Facebook il 22 gennaio insieme all’invito a taggarsi nella foto, riscuote un successo del tutto imprevisto, e diventa visualizzazione dello sforzo collettivo via via (letteralmente) più grande (fig. 8), fino a “materializzare” lo straordinario successo collettivo (fig. 9).



Fig. 7



Fig. 8



Fig. 9

Ma, come si diceva, la narrazione non si conclude con il successo della campagna: a poche ore dal goal la produzione rende noti su Facebook gli ospiti alla premiare del 5 maggio, il 2 febbraio è online

SPECIALE una prima clip con i nomi di tutti i 325 mecenati (una seconda clip apparirà il 21 maggio, fig. 10), il 3 gennaio si proclama il vincitore del contest "I'm Subbuteopia supporter" (fig. 11), e da allora seguono regolari aggiornamenti sulla preparazione dei premi (fig. 12), sulla lavorazione del film, sulla giornata del 5 maggio, sulle altre proiezioni del documentario in Italia, fino ad arrivare alla première londinese del 6 dicembre.

 Subbuteopia ha condiviso un link.
21 maggio 2012

Thanks Again!! Ancora Grazie!!
;)



Fig. 10



Fig. 11

SPECIALE

Subbuteopia Office – packing rewards – impacchettando i premi

Di Giusi, postato il 9 maggio 2012



Fig. 12

Considerazioni conclusive: finanziare cosa?

Dal punto di vista della campagna realizzata, quello di “Subbuteopia” è senza dubbio un caso di successo. Il goal è stato raggiunto e superato, e la capacità di intercettare il pubblico interessato, andando molto al di là della cerchia di persone già coinvolte, più o meno direttamente, nel progetto, è stata altissima: almeno il 90% dei mecenati sono stati coinvolti grazie e attraverso la campagna.

Eppure, in un’ottica produttiva, sembrano permanere delle forti criticità – e criticità, in questo caso, è un eufemismo.

La produttrice di “Subbuteopia”, infatti, non ha nessuna esitazione nel definire il “crowdfunding”, nell’ottica del produttore indipendente, un “suicidio”: pensare di finanziare davvero una produzione attraverso il micromecenatismo è semplicemente “assurdo” – e ne vedremo subito le ragioni.

Il campo in cui invece il crowdfunding può avere delle potenzialità e un ruolo interessante è quello del marketing e della promozione. In altri termini: attraverso il crowdfunding si può finanziare (almeno in parte) una promozione realmente efficace quando il budget non lo consentirebbe (cioè nella maggioranza dei casi). La promozione è efficace perché il crowdfunding dà la possibilità di raggiungere esattamente quel pubblico che è interessato al progetto; attraverso la campagna, inoltre, il prodotto realizzato acquisisce visibilità esattamente nella community di riferimento, che lo sostiene e lo promuove e all’interno della quale poi comincia a circolare, anche in assenza di distribuzione⁽¹⁸⁾.

Si badi, tuttavia, che quella appena descritta rimane una strategia di marketing, e non un’operazione di esternalizzazione del marketing: come si è visto, il lavoro per ideare e gestire una campagna di crowdfunding è enorme, e sostenere che tutto il lavoro viene svolto dai fan sarebbe semplicemente scorretto⁽¹⁹⁾.

SPECIALE Arriviamo così al punto: seppur la campagna abbia richiesto un enorme lavoro aggiuntivo (a quello, evidentemente, della realizzazione del documentario), con la somma raccolta attraverso il crowdfunding⁽²⁰⁾ si sono coperti solo i costi vivi (vale a dire le spese dirette sostenute per la produzione): se il progetto è stato portato a termine è solo perché tutto il personale coinvolto (un team di sei persone impegnate per due anni) non è stato retribuito, e l'intero budget è recuperabile solo a condizione che il film venga venduto – e acceda, dunque, a una distribuzione attraverso canali più “tradizionali”. La morale, allora, per le produzioni indipendenti di questo nuovo millennio, e per il team che ha portato a termine con successo la campagna di crowdfunding per “Subbuteopia”, sembrerebbe proprio quella della citazione riportata in epigrafe: “The reward of a thing well done is to have done it”. Ma ne siamo proprio sicuri?

Valentina Re

Note

1. Tutte le informazioni non direttamente disponibili online sulla campagna di crowdfunding di *Subbuteopia* sono ricavate da un'intervista strutturata alla produttrice, Giusi Santoro. A tutto il team di *Subbuteopia*, e in particolare a Giusi Santoro e Andrea Dalpian, va il mio più sincero ringraziamento.
2. Cfr <http://www.subbuteopia.com/project/?lang=it>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013. “Luogo non luogo” è la definizione di “Subbuteopia” proposta dai creatori del progetto.
3. In merito ai rapporti tra crowdfunding e strategie di finanziamento di carattere più tradizionale, su cui torneremo, si può vedere per esempio Ethan Mollick, “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study”, in *Journal of Business Venturing*, 13 August 2013. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005> o <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390261300058X>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.
4. Si vedano, la pagina Facebook (<https://www.facebook.com/subbuteopia>) e il canale YouTube, (<http://www.youtube.com/user/Subbuteopia>). Ultimo accesso: 25 settembre 2013.
5. Come leggiamo nel progetto pubblicato su Verkami: “ABBIAMO BISOGNO DEL TUO AIUTO PER FINIRE QUESTO DOCUMENTARIO. Abbiamo già girato la maggior parte del materiale ma dobbiamo ancora tornare in Inghilterra per girare le ultime scene e procedere poi con il montaggio e la post-produzione. Solo se raggiungiamo il goal saremo in grado di finire presto questo documentario”. Cfr. <http://www.verkami.com/projects/1168-subbuteopia>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.
6. Alla base di queste considerazioni ci sono le nozioni di programma narrativo d'uso e programma narrativo di base elaborate all'interno della semiotica strutturale generativa. Per una sintesi chiara e ben articolata si veda Francesco Marsciani, Alessandro Zinna, *Elementi di semiotica generativa*, Bologna, Esculapio, 1991.
7. Questo non significa che debba essere la prassi. Anzi: il fenomeno in qualche modo casuale e virtuoso che si è verificato con “Subbuteopia” non è immediatamente replicabile, e per ogni progetto va cercata la piattaforma più adatta.
8. Il “donation crowdfunding” si differenzia piuttosto nettamente dall’“investment crowdfunding”, caratterizzato da opportunità di profitto e con evidenti rischi di investimento connessi. Tale distinzione è ampiamente attestata (si veda per esempio “The Ultimate Crowdfunding Guide”, <http://www.crowdfundinsider.com/the-ultimate-crowdfunding-guide/>, ultimo accesso: 25 settembre 2013), ma le terminologie per identificare i due modelli variano: Wikipedia, per esempio, distingue tra un modello “money for goods” e un modello “business ventures” (http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_crowd_funding_services, ultimo accesso: 25 settembre 2013); in altri casi i due modelli risultano ciascuno differenziato al proprio interno, così da ottenere quattro categorie: “donations-based” (altrove

SPECIALE “charity crowdfunding”), “reward-based”, “equity-based” e “lending-based” (si veda per esempio la tipologia di piattaforme proposta in <http://www.crowdfundango.it>, ultimo accesso: 25 settembre 2013); la distinzione in quattro modelli è peraltro proposta anche in *2013CF. The Crowdfunding Industry Report*, http://research.crowdsourcing.org/2013CF-Crowdfunding-Industry-Report#oid=1001_8_banner_18. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.

La macrodistinzione tra “donation” e “investment” appare comunque particolarmente utile perché fa chiaramente emergere come, nel primo modello (quello della donazione, con o senza ricompensa), il concetto di “rischio d’impresa” (connesso all’idea di “investimento”) debba essere necessariamente ridefinito in un’ottica che prescindia dal profitto in senso monetario: detto in maniera grossolana, si “compra a scatola chiusa” – e il fatto che il contenuto della scatola rischi di non piacere è un altro problema. Su questo, la distinzione tra un modello “pre-ordering” e un modello “profit sharing” risulta particolarmente convincente: cfr. Paul Belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwienbacher, “Crowdfunding: Tapping the Right Crowd”, in *Journal of Business Venturing*, 9 July 2013. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1578175>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.

Si noti infine che la terminologia a cui si fa qui riferimento è sostanzialmente una terminologia d’uso impiegata da chi opera nei processi di crowdfunding, quindi elastica, variabile e non necessariamente sistematica, e che tuttavia non è esente da importazioni in ambito accademico (si veda per esempio Barry L. Bayus, Venkat Kuppaswamy, “Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter”, UNC Kenan-Flagler Research Paper No. 2013-15, 2013. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2234765>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013).

9. Ribadiamo che un discorso a parte andrebbe svolto per quelle piattaforme (ma non è il caso di Verkami) che, oltre alla ricompensa materiale, prevedono una percentuale sulle (eventuali) vendite del prodotto realizzato. Questa opzione comporta, in aggiunta alla ricompensa immediata, una prospettiva di profitto (e un conseguente, seppur ridotto, rischio di investimento) e, soprattutto, evidenti problematiche connesse alla gestione del diritto di autore, da cui Verkami, come si è visto, si mette nettamente al riparo. Su questo, si vedano di nuovo Paul Belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwienbacher, “Crowdfunding: Tapping the Right Crowd”, cit., nonché Andrea Ordanini, Lucia Miceli, Marta Pizzetti, A. Parasuraman, “Crowd-funding: Transforming Customers into Investors Through Innovative Service Platforms”, in *Journal of Service Management*, Vol. 22, n. 4, 2011, pp. 443-470, che organizzano i diversi modelli di crowdfunding proprio in relazione all’entità del rischio affrontato e al tipo di payoff atteso (materiale o emozionale).

10. Le altre due opzioni sono “Keep it all” e “Bounty”, cfr. http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_crowd_funding_services. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.

11. Cfr. <http://www.verkami.com/page/faq>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013. Ricordiamo che Verkami trattiene il 5% dell’importo raccolto.

12. Si veda l’annuncio della diretta web sul blog del progetto connesso a Verkami, “Insieme gli ultimi 29 minuti della campagna di crowdfunding”, 1 febbraio 2012, <http://www.verkami.com/projects/1168-subbuteopia/blog/1498-together-the-last-29-minutes>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.

13. Lawrence Lessig, *Remix. Il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*, Milano, Etas, 2009. Qui ci interessa in maniera particolare rilevare come Verkami sembri condividere, nella pratica, l’auspicio di Lessig a favore non di una contrapposizione ma di una sinergia e integrazione tra “cultura della lettura” e “cultura della riscrittura” (o del remix).

14. Nonché superato: la cifra complessivamente raccolta attraverso la campagna è di 15.750 euro.

15. Si vedano, a titolo di esempio, le molte discussioni dedicate a Subbuteopia su Subbuteoforum.it (<http://www.subbuteoforum.it/public/forum/index.php?>), Subbuteo Collection (<http://subbuteocollection.forumfree.it/?f=4093050&st=30>), Oldsubbuteo (<http://oldsubbuteo.forumfree.it>). Ultimo accesso: 25 settembre. Qui ci soffermeremo su un forum italiano, ma la produzione ha lavorato insieme alle

SPECIALE community anche in Regno Unito, patria del Subbuteo, e in Spagna.

16. Per dettagli sul “mondo Oldsubbuteo” si veda il portale <http://www.oldsubbuteo.it>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013.

17. <http://www.verkami.com/projects/1168-subbuteopia>. Ultimo accesso: 25 settembre 2013. Sono 9 i club che hanno scelto di sostenere il progetto, e 325 in totale i sostenitori di “Subbuteopia”. Degli 11 tipi di contributo proposti, solo i due più alti (quello da 500 euro per i grandi club e quello da 3000 euro per un potenziale “produttore associato”) non hanno trovato mecenati. La ricompensa che ha riscosso maggiore successo (100 mecenati per un contributo di 20 euro) è stata la T-shirt realizzata per i supporter; la ricompensa che ha prodotto il maggiore introito (87 mecenati per un contributo da 40 euro) è stata la combinazione tra il DVD e un oggetto legato a Subbuteopia (la T-shirt oppure il team, appositamente creati per la campagna). Anche il DVD da solo ha funzionato molto bene (54 mecenati per un contributo da 25 euro). Le altre ricompense (da 10 a 150 euro) si sono attestate sul coinvolgimento di un numero di mecenati compreso tra 17 (150 euro: “Edizione limitata del DVD [...] + Il tuo NOME nei titoli di coda del documentario + Tutti gli oggetti Subbuteopia: la T-SHIRT + il TEAM + La PALLA Subbuteopia + il MINI-CD + il Poster del documentario firmato dalla troupe e magari da qualche big...”) e 28 (30 euro: “DVD + Il tuo NOME nei titoli di coda + La PALLA esclusiva di Subbuteopia - ricorda flick non kick! - + Naturalmente il nostro MIGLIORE GRAZIE”).

18. Anche gli esiti del crowdfunding in termini di distribuzione possono essere letti come un interessante caso di “convergenza” tra modalità di diffusione del film più tradizionali e nuove forme della cultura partecipativa. Infatti, sebbene *Subbuteopia* circoli su DVD e l’acquisizione sia comparabile a un “pre-order”, tale circolazione rimane profondamente legata a dinamiche bottom-up e al coinvolgimento attivo dei fruitori.

19. Sul versante del fundraising, c’è però almeno un interessante effetto complementare da segnalare: il lancio della campagna di crowdfunding può diventare un elemento da sfruttare positivamente anche nei rapporti con i finanziatori “tradizionali” (non da ultimo per la visibilità sui media che tende a produrre). Su questo si veda per esempio Ethan Mollick, “The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study”, cit.

20. Che è l’unica di cui la produzione ha potuto servirsi, non avendo avuto accesso ad altre forme di finanziamento.

SPECIALE Project Godus: Peter Molyneux e l'economia della curiosità

Parte 1. Crowdfunding e Videogame

Il sistema produttivo e distributivo del settore videoludico, dalla sua definitiva istituzionalizzazione, ricalca in parte quello delle principali altre industrie culturali. Come per il cinema, infatti, esistono due principali strade: una mainstream, fondata su *publisher* solidi che finanziano il progetto dall'inizio detenendone i diritti di distribuzione; una indipendente, con prodotti parzialmente o completamente autofinanziati e distribuiti.

Il crowdfunding è un modello produttivo che ha assunto sempre maggiore importanza nel settore, soprattutto dal febbraio del 2012 con l'esperienza di Double Fine Adventure. Il progetto dell'omonima azienda, presieduta dal fuoriuscito di Lucas Arts Tim Schafer, era molto ambizioso: produrre un gioco *adventure*, genere divenuto di nicchia da una dozzina d'anni almeno, e al contempo girare un film documentario che raccontasse la genesi e lo sviluppo del progetto. Il designer ha deciso di utilizzare il modello crowdfunding perché gli *adventure* non riuscivano più a incontrare l'interesse dei grandi *publisher*, limitando qualunque progetto in quella direzione. La campagna fu lanciata su Kickstarter, una delle principali piattaforme per il crowdfunding videoludico. Il servizio mette a disposizione una vetrina per il proprio progetto, fornendo sistemi accessibili e sicuri per l'invio del denaro ed escludendo al contempo dalla filiera produttiva qualunque altro intermediario. Il sistema si basa inoltre sulla creazione di diversi livelli di contributo, che forniscono ai finanziatori diversi gradi di accesso al progetto, merchandise e altri oggetti promozionali, visibilità, ecc.; e su diversi livelli di complessità del progetto stesso, secondo quale soglia viene raggiunta con il finanziamento. Allo stesso tempo, a differenza dei principali servizi di crowdfunding, un quantitativo minimo di denaro stabilito a priori dev'essere raggiunto, pena la restituzione di qualunque contributo ricevuto [<http://gigaom.com/2013/03/29/the-kickstarter-principle-crowdfunding-doesnt-work-without-transparency-and-trust/>].

Kickstarter appartiene alle cosiddette piattaforme di donazione, come molti degli altri servizi del settore⁽¹⁾. Esistono tuttavia anche sistemi leggermente differenti: una *equity platform* come per esempio Gambitious [<https://gambitious.com/>], utilizza un sistema per cui i sostenitori hanno accesso a parte dei ricavi del progetto; una *debt platform*, invece, si basa sul prestito e la restituzione del finanziamento con interessi⁽²⁾.

Insieme a 2 Player Productions, lo studio coinvolto nella realizzazione del film, Double Fine aveva l'obiettivo di raggiungere 400.000 dollari complessivi. Il risultato oltrepassò di gran lunga le aspettative: il videogame *Broken Age*, risultato del progetto, è tuttora in lavorazione con oltre tre milioni di budget da spartire con il documentario [<http://m.ibtimes.co.uk/double-fine-700000-24-hours-crowdsourcing-296071.html>]. Il successo di questa campagna, dovuto in parte alla fama di Schafer e in parte a quella di Double Fine, che nel 2006 aveva realizzato l'acclamatissimo *Psychonauts*, ha convinto numerosi sviluppatori a scegliere la via del crowdfunding [<http://www.economist.com/node/21562213>]. Nell'ultimo anno, i videogame sono stati il genere di prodotto in grado di ottenere la maggiore quantità di denaro dagli utenti di Kickstarter passando da una media, precedente al progetto Double Fine Adventure, di circa 200.000 dollari al mese a finanziamenti dai quattro ai dieci milioni di dollari mensili [<http://www.kickstarter.com/blog/the-year-of-the-game>].

Nonostante il grande entusiasmo che ha accompagnato questo modello di business, diversi progetti videoludici sono però rimasti al palo, rendendo evidente che completare una raccolta fondi senza nomi riconoscibili [http://www.gamasutra.com/view/news/172148/Less_than_half_of_Kickstarters_game_projects_have_succeeded_report.php], può rivelarsi molto difficile [http://www.gamasutra.com/blogs/RobertBoyd/20120307/164829/Crowdsourced_Hardcore_Tactical_Shooter_ie_not_everyone_is_Doublefine.php]. Tuttavia sono proprio campagne di questo genere a permettere a piccoli studi

SPECIALE o a realtà indipendenti di crescere esponenzialmente [<http://business.time.com/2013/01/29/why-the-next-hit-video-game-may-be-crowdfunded/>] quando in possesso di idee innovative [http://www.gamasutra.com/view/feature/6353/the_crowdfunding_revolution_.php] e di creare prodotti slegati dalle logiche di mercato ma in grado di incontrare comunque l'interesse di un pubblico sempre più maturo ed esigente. La pianificazione rimane tuttavia un aspetto chiave e proprio la scelta di un genere o di una contestualizzazione narrativa di nicchia è spesso vincente [<http://allthingsd.com/20130327/indie-developers-reveal-the-secrets-and-drawbacks-to-funding-videogames-on-kickstarter/>]. Diversi progetti su Kickstarter hanno raggiunto il successo proponendo seguiti o riedizioni migliorate di titoli cult del passato: per esempio i sequel *Wasteland 2* (quasi tre milioni di dollari raccolti) e *Broken Sword: The Serpent's Curse* (oltre 750.000 dollari) oppure il remake *Leisure Suit Larry in the Land of the Lounge Lizards* (più di 650.000 dollari). Oltre a *Broken Age*, di cui abbiamo già parlato, un altro titolo ad attirare una quantità enorme di fondi è stato *Star Citizen*. Il progetto è riuscito a superare la soglia dei due milioni di dollari, oltre quattro volte l'obiettivo prefissato. Lo sviluppatore Chris Roberts, compreso il grande interesse suscitato, ha successivamente aperto un sito web dedicato a un ulteriore finanziamento, ottenendo in breve tempo altri dodici milioni di dollari⁽³⁾. Oltre a fornire una dozzina di diverse possibili forme di supporto, il sito è anche una vetrina delle caratteristiche del gioco e il suo costante aggiornamento ha contribuito in maniera decisiva al successo del progetto.

Interessante è anche *Project Eternity*, gioco basato sulle meccaniche tipiche dei videogiochi di ruolo del decennio scorso (prospettiva isometrica, combattimenti con pause illimitate, dettagliato sviluppo di vari personaggi) e ormai in disuso nei titoli mainstream [<http://eternity.obsidian.net/>]. Alle stesse meccaniche si rifà in parte anche *Torment: Tides of Numenera* [<https://torment.inxile-entertainment.com/>], ipotetico seguito del grandissimo successo *Planescape: Torment*, e progetto parallelo a *Numenera*, gioco di ruolo *pen&paper* anch'esso crowdfunded. Anche Richard Garriott, acclamato autore delle serie ruolistica *Ultima*, ha ottenuto il denaro necessario per realizzare *Shroud of the Avatar: Forsaken Virtues*, progetto spiritualmente legato ai primi titoli del designer [<https://www.shroudoftheavatar.com/>].

Giochi di ruolo e *adventure* sono dunque i generi che hanno beneficiato maggiormente del boom del crowdfunding videoludico. Queste due tipologie di gioco, del resto, sono molto amate dagli appassionati più longevi del mezzo, sia per l'impegno intellettuale richiesto, sia soprattutto per il monte ore necessario a concludere un titolo. Nonostante lo scarso interesse da parte dei produttori mainstream, giochi di ruolo e *adventure* sono i simboli della rinnovata diversificazione dell'offerta di settore e della progressiva ri-complessificazione delle meccaniche dei prodotti, generata fra le altre cose dall'immediato feedback che il sistema *crowdfunding* concede agli sviluppatori.

Accanto a progetti dal profilo consueto, esistono anche campagne più particolari e ricercate, come per esempio quella dedicata al *porting* su console di ultima generazione di *Pier Solar*. Nel 2010 il gioco era stato pubblicato su cartuccia per console Sega Mega Drive (una piattaforma fuori produzione dal 1997) da un gruppo di appassionati [<http://www.piersolar.com/index.php>]. Oppure ancora *Diamond Trust of London*, primo titolo su cartuccia per console portatile Nintendo DS completamente finanziato dal basso [<http://diamondtrustgame.com/>].

Oltre a singoli titoli Kickstarter è stata anche la culla di Ouya, la console a basso costo basata sui sistemi operativi Android e orientata ai prodotti mobile. Il progetto ha ottenuto oltre quattro milioni di dollari in una settimana per un totale di otto milioni e mezzo complessivi [<http://www.kickstarter.com/projects/ouya/ouya-a-new-kind-of-video-game-console>].

Parte 2. Il dio di Godus

Le campagne di finanziamento di maggior successo nell'ambito del videogame, dunque, sembrano non poter prescindere da una combinazione di due fattori. Da un lato, la presenza di quelle che Margaret

SPECIALE Robertson definisce “celebrity game developers” [<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7435226.stm>], una nicchia di designer e sviluppatori la cui autorità è riconosciuta dal pubblico dei videogiocatori. Richard Garriott, Tim Schafer e Jason Rohrer, protagonisti di alcune delle più riuscite campagne di finanziamento su Kickstarter, sono personaggi noti al pubblico, programmatori il cui status è prossimo a quello delle celebrità⁽⁴⁾. Un secondo fattore, non slegato da questo primo, è la significativa capacità delle operazioni di finanziamento dal basso di aggregare comunità di fan disposti ad agire sia da finanziatori che da addetti stampa informali del progetto, diffondendone il brand e rilanciando le iniziative promozionali messe in atto dai produttori. Insomma, le più riuscite campagne di autofinanziamento sembrano poggiare le proprie fondamenta su una peculiare variante di quella che John Fiske definisce “cultural economy of fandom”⁽⁵⁾, la tendenza cioè delle comunità di fan a creare paratesti che finiscono per fungere da oggetti promozionali per il testo madre.

Tra i *game designer* che maggiormente hanno saputo sfruttare il proprio status di celebrità e la propria capacità di aggregare comunità di appassionati, vi è Peter Molyneux⁽⁶⁾, il cui progetto *Godus* ha adottato strategie di crowdfunding complesse e, in alcuni casi, come vedremo, paradossali. I realizzatori definiscono *Godus* un videogame in cui:

you are a god, able to wield divine powers over your devoted followers. As you advance your civilization to ever greater power, your people will grant you belief. With this belief you can sculpt entire lands, beautifying them with your very touch. But there are other worlds and rival gods to face and to challenge. You also have the power to wreak earthquakes, volcanoes or tornados upon these foes, as well as sending armies of your devoted into the battle for ultimate control [<http://www.22cans.com/kickstarter/>].

In altre parole, il gioco sviluppato da 22Cans sembrerebbe appartenere al genere dei *god games* una variante dei simulatori gestionali in cui il giocatore deve interagire con intere civiltà tramite poteri più o meno esplicitamente caratterizzati come divini. Il genere deriva in larga parte da un unico prototipo, *Populous* (Bullfrog, 1989), realizzato in quasi totale solitudine da Molyneux. Un primo dato che, come vedremo, si rivela tutt'altro che trascurabile, è dunque quello che lega il gioco di 22Cans a una serie di predecessori (oltre a *Populous*, si pensi a *Black & White* [Lionhead Studios, 2001], anch'esso firmato da Molyneux) attraverso i quali è possibile tracciare la storia di un preciso genere videoludico. Tale discendenza è utilizzata dagli sviluppatori come *selling point* della campagna di *crowdfunding* avviata su Kickstarter; la pagina dedicata a *Godus* riporta infatti la dicitura: “GODUS is a delightful reinvention of the god game from 22cans and Peter Molyneux, who created the genre” [<http://www.kickstarter.com/projects/22cans/project-godus>], a rinforzare l'autorità di un paradigma storiografico relativo al medium che si considera generalmente noto al pubblico dei videogiocatori⁽⁷⁾. La campagna promossa tramite Kickstarter è dunque la prima diramazione di una triplice strategia di crowdfunding utilizzata da *Godus*. Conclusasi il 21 dicembre 2012, l'iniziativa ha generato per 22Cans un introito di oltre 500.000 sterline, a fronte delle 450.000 richieste. Tale campagna è tuttavia solo una parte di una più ampia strategia di finanziamento e promozione che definiremo basata su un'economia della curiosità. La realizzazione di *Godus* e la diffusione di notizie e aggiornamenti ad esso legati è infatti affidata, oltre alla campagna avviata su Kickstarter, a due ulteriori iniziative che funzionano al contempo come strumenti di finanziamento e vettori promozionali. La prima è denominata *Late Believer* e consiste di fatto in un prolungamento della campagna avviata tramite Kickstarter; versando 20 sterline a 22Cans, i *late believers* si garantiscono l'opportunità di provare la versione beta del gioco non appena questa venga resa disponibile e di ricevere una copia definitiva di *Godus* al momento del lancio. Tale strategia non sembra differire di molto da quella promossa tramite Kickstarter (al versamento di una somma corrisponde una ricompensa), ma le sue modalità di attuazione necessitano di un ulteriore approfondimento. La campagna *Late Believer*

SPECIALE è infatti condotta *a lato* e *a posteriori* rispetto a quella organizzata su Kickstarter. A lato perché si svolge tramite il sito della 22Cans, senza la mediazione di una piattaforma di crowdfunding; a posteriori, poiché è stata inaugurata dopo il raggiungimento della somma richiesta su Kickstarter. *Late Believer* può dunque essere descritta come una strategia di crowdfunding maggiormente conservativa; i “convertiti” (l’intera campagna di lancio di *Godus* utilizza significativamente un lessico settario) non impegnano il proprio denaro in un progetto che potrebbe non realizzarsi, ma più prosaicamente effettuano il preordine di un videogioco in via di completamento. Pur utilizzando il lessico di una campagna di crowdfunding, l’iniziativa *Late Believer* è di fatto affine a un’operazione di diffusione del *buzz* rispetto a un progetto in fase di realizzazione tramite la distribuzione di privilegi legati a un preordine. Di fatto, i convertiti non finanziano monetariamente la realizzazione di *Godus* né una sua eventuale espansione tramite contenuti aggiuntivi, strategia adottata all’interno della campagna su Kickstarter, ma partecipano al più ampio e complesso processo di costruzione dell’attesa intorno al videogioco.

L’ibridazione più radicale tra pratiche di crowdfunding e strategie promozionali adottata da 22Cans è osservabile nella seconda iniziativa parallela alla campagna avviata su Kickstarter: la realizzazione e la distribuzione di *Curiosity - What’s Inside the Cube* (22Cans, 2012), videogioco progettato per dispositivi mobili dotati di tecnologia touch, pubblicato nell’ottobre 2012. Per circa sei mesi, fino a maggio dell’anno successivo al rilascio, *Curiosity* ha messo a disposizione dei giocatori un cubo che era possibile “spogliare” progressivamente toccando lo schermo del proprio dispositivo. A ogni tocco, corrispondeva la distruzione di una porzione infinitesimale dell’oggetto, condiviso da tutti i giocatori di *Curiosity*. Il giocatore responsabile dell’eliminazione dell’ultima porzione di cubo avrebbe avuto in premio un’opportunità che, a detta dello stesso Molyneux, avrebbe potuto cambiargli la vita [<http://www.wired.com/gamelifelife/2012/10/ff-peter-molyneux/4/>]. *Curiosity* si proponeva, dunque, come *social game* all’interno del quale i giocatori collaboravano per il raggiungimento dell’obiettivo comune della distruzione del cubo. Sebbene apparentemente indipendente da *Godus*, *Curiosity* è in realtà un oggetto mediale pienamente simbiotico rispetto al progetto di 22Cans. Il 26 maggio 2013, lo scozzese Bryan Henderson diventa il vincitore unico di *Curiosity* e si aggiudica la ricompensa promessa da Molyneux: Henderson sarà il primo “dio” di *Godus* e potrà quindi agire su alcune meccaniche del gioco con le quali tutti i giocatori dovranno successivamente confrontarsi. Di fatto, il contenuto del cubo, che Molyneux aveva definito “life-changingly amazing”, consisteva nella possibilità di intervenire nella realizzazione del progetto successivo di 22Cans. Una lettura *ex-post* di *Curiosity*, dunque, non può prescindere dall’analizzare la natura essenzialmente paratestuale del gioco: la risposta alla domanda “What’s inside the cube?” è *Godus*. In quest’ottica è possibile pensare a *Curiosity* come a uno strumento promozionale in almeno due accezioni. Da un lato, la finitezza di *Curiosity*, un videogioco di fatto programmato per autodistruggersi, unita alle dichiarazioni altisonanti di Molyneux circa l’entità della ricompensa nascosta nel cubo, sembra configurare una strategia promozionale basata su una teleologia precisa; il 26 maggio 2013, una larga maggioranza delle testate di settore ha dedicato un articolo alla fine di *Curiosity* e, di conseguenza, a *Godus*. In secondo luogo, tramite l’implementazione di microtransazioni interne al gioco, *Curiosity* ha effettivamente agito da strumento di finanziamento del progetto *Godus*. Tale sinergia tra concentrazione dell’*hype* in una data precisa e forme di crowdfunding alternative legate all’acquisto di beni in-game, configura quella che abbiamo deciso di definire economia della curiosità, una forma di finanziamento e promozione *bottom-up* basata su strategie diverse e, in parte, antitetiche, rispetto a quelle presupposte dall’utilizzo di una piattaforma come Kickstarter. Tale forma di promozione e finanziamento, dunque, si basa sull’attivazione di una comunità di fan attraverso ricompense “comuni” (distribuite tramite Kickstarter) e premi “elitari” (la vittoria di *Godus*) la cui natura non è resa esplicita, stimolando così la curiosità dei partecipanti all’operazione. Se, per sua natura, la più nota piattaforma di crowdfunding, genera dinamiche di aggregazione tra i *backers*, attraverso la creazione di quella che di fatto è una comunità di finanziatori a cui sono riservati alcuni privilegi, la strategia legata a *Curiosity*

SPECIALE sembra essere basata su un presupposto elitista e competitivo. L'unicità della ricompensa proposta da *Curiosity* - sia in termini di valore che di esclusività - sembra voler premiare non solo il giocatore più dedicato e assiduo, eventualmente disposto a spendere denaro all'interno di un gioco effettivamente piuttosto triviale come *Curiosity*⁽⁸⁾, ma anche l'utente più fedele, in grado di triangolare una serie di informazioni al fine di determinare il possibile momento della fine del gioco. Tuttavia, questa meccanica di gioco basata sulla curiosità, che presuppone un'incessante attività di *grinding*⁽⁹⁾, per poi ricompensare un solo giocatore, sembra stridere sia con la più tradizionale campagna realizzata su Kickstarter, sia, in senso più ampio, con il senso di comunità stabilito dai fan di Molyneux. Secondo Leigh Alexander, che ha analizzato le reazioni dei *backer* di *Godus* alla conclusione di *Curiosity* la natura esclusivista della campagna condotta da 22Cans, ha prodotto malcontento e un senso di delusione delle aspettative [http://www.gamasutra.com/view/news/195733/When_crowdfunding_reveals_the_realities_of_game_dev_budgets.php]. In questa considerazione è possibile rintracciare la natura paradossale dell'operazione basata sulla curiosità messa in atto da Molyneux; lo sfruttamento economico dell'investimento emotivo dei fan presupposto da Kickstarter sembra qui trovare una contraddizione nel tentativo di mettere in competizione tra loro i sostenitori del progetto attraverso *Curiosity*. Secondo Alexander, tale strategia si è rivelata almeno in parte fallimentare, data la risposta tiepida dei sostenitori della campagna di *Godus* rispetto all'epilogo di *Curiosity*⁽¹⁰⁾. L'economia della curiosità creata intorno al progetto *Godus*, insomma, sembra aver rivelato l'avversione al monoteismo degli appassionati di *god game*.

Riccardo Fassone, Mauro Salvador

Note

1. Oltre a Kickstarter esistono anche, fra gli altri: Gamesplanet Lab [<http://www.lab.gamesplanet.com/>], che offre un servizio di preselezione a garanzia della qualità dei prodotti in vetrina sul suo servizio; Indiegogo, che assegna ugualmente i fondi, seppur con una commissione maggiore a favore del servizio, anche se non viene raggiunto l'obiettivo della campagna.
2. Scott Steinberg, Rusel DeMaria, *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project*, READ.ME, 2012.
3. Il progetto ambisce a diventare il primo videogioco interamente finanziato dal basso. Cfr. <https://robertsspaceindustries.com/>
4. L'assurgere allo status di celebrità riconosciuta per un *game designer* è un fenomeno piuttosto recente. Diversi saggi storici sul videogioco documentano i tentativi, in gran parte frustrati, dei programmatori degli anni Settanta e Ottanta di affermare la propria autorialità. Ad esempio, Steven Kent, nel descrivere la parabola di Iwatani Toru, creatore di *Pac Man* (Namco, 1980), scrive "despite the success of his game, Iwatani never received much attention". Steven L. Kent, *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon and Beyond... The Story Behind the Craze that Touched Our Lives and Changed the World*, New York, Three Rivers Press, 2001, p. 143.
5. John Fiske, "The Cultural Economy of Fandom", in Lisa A. Lewis (a cura di), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992, pp. 31-49.
6. Peter Molyneux è uno dei più noti game designer contemporanei. È considerato l'inventore del genere dei *god game*, in cui i giocatori si cimentano con simulazioni sociali particolarmente complesse, rivestendo di fatto il ruolo di divinità per intere popolazioni.
7. Sulla storia del genere si veda il capitolo dedicato ai *god game* presente in Tristan Donovan, *Replay. The History of Video Games*, Lewes, Yellow Ant, 2010, pp. 187-189.
8. In *A Casual Revolution. Reinventing Video Games and their Players*, Cambridge, The MIT Press, 2009, Jesper Juul si diffonde nella descrizione della natura dei cosiddetti *casual games*, giochi semplici e

SPECIALE immediati contrapposti dall'autore alle simulazioni più complesse di altri videogiochi. Sebbene *Curiosity* sembri rientrare, per meccaniche e dinamiche di gioco, nel novero dei *casual games*, la sua assoluta trivialità e la mancanza di elementi di competizione non puramente aleatori, lo avvicinano all'insieme più sfumato dei *non-game*, applicazioni a metà strada tra software produttivi, videogiochi tradizionali e *utility*.
[\[http://www.gamesindustry.biz/articles/when-is-a-game-not-a-game\]](http://www.gamesindustry.biz/articles/when-is-a-game-not-a-game)

9. Comunemente i giocatori definiscono *grinding* quelle attività svolte all'interno di un videogioco che, nonostante siano tediose, vengono accettate come necessarie al fine di accumulare punti, migliorare le caratteristiche del proprio avatar o accedere a sezioni del gioco altrimenti irraggiungibili.

10. Sebbene una rapida ricognizione dei diversi siti dedicati a *Godus* sembri confermare l'intuizione di Alexander, la studiosa ammette di non possedere dati empirici circa la reazione dei giocatori alla campagna promozionale progettata da Molyneux.

SPECIALE Collaboration and Crowdfunding in Contemporary Audiovisual Production: The Role of Rewards and Motivations for Collaboration

Introduction

This paper is aimed at understanding the importance of rewards when establishing collaborative models of cultural production mediated by digital platforms, and focuses on crowdfunding for audiovisual production. To what extent is collaboration mediated by rewards? Could a crowdfunding model exist without a rewards system? These are some of the questions we want to discuss. Based on data obtained in an online survey of backers who have supported audiovisual projects through crowdfunding digital platforms, we seek to delve into the motivations of collaboration and perceptions on crowdfunding practices. In addition, we define certain media consumption habits.

Participation and collaboration have become key concepts used in framing emerging media practices in creative industries. The term “participative culture”⁽¹⁾, distinguishes active participation of users in the creation, remix or distribution of their cultural consumption. Consequently, it contrasts older passive notions of audience related to media. Rather than thinking about producers and media consumers as categories that have independent functions, we find ourselves in a scenario in which there are participants who interact among themselves⁽²⁾. This is the scenario where traditional one-way relationship between media and audiences are redefined, modifying relations between producers and consumers up to the extent of blurring their roles.

The Internet and the web 2.0 appear at the base of these transformations⁽³⁾ revealing the capacity to move vast audiences to supply information and other types of stimuli⁽⁴⁾. This makes us reconsider traditional boundaries relating to the agents involved in the circuits of cultural production and at the same time leads us to consider the transformation of previous audiences into protagonists, or agents of cultural production⁽⁵⁾.

The notion of “openness” in respect to cultural production helps us understand the transformation process. This process can be understood through four interrelated axes. First, in technological terms it is reflected in the proliferation of technological platforms that facilitate the acquisition, collaboration and vast promotion of cultural objects. Second, in legal terms, we can observe an increased openness as a result of the undemanding access and use of contents. Third, in narrative terms, this openness is reflected in new forms of multi-, cross- and trans-media storytelling; and finally, there is a higher openness in the production process, where we can observe the changes which take place in the process of producing creative projects and their involvement of the public⁽⁶⁾. In the audiovisual media, these transformations are clear collectively produced movies, collaborative contents, and interactive films are some of the creation models that arise from this new scheme.

This process is not an institutional crisis produced by the restructuring of the traditional scheme of cultural production. On the contrary, it is the convivial existence with emerging production models in a form of “media convergence”⁽⁷⁾. These determining factors transform the general outlook into a bigger, more complex scenario. Emerging formats of cultural production coexist with traditional structures, sometimes becoming strained, and redefining the media landscape to which we were accustomed. Hence, media convergence refer to the relation between a vast and diverse production, the arise of new cultural agents and the transformation of cultural consumption patterns as well as the interaction with new communication technologies.

Financing through crowdfunding is one of new cultural production tendencies where the relation between

SPECIALE the spectator, artistic work, and the creative process is redefined. Crowdfunding films is an example of the transition from a model where the spectator consumes pre-made audiovisual productions to a model where there is an affective engagement, a close relationship between the creators and the supporting audience, which becomes a cultural agent itself developing a relation of co-dependence⁽⁸⁾. The user ceases to be a passive receptor and becomes an active part of the project, a new key element in the chain of value generating cultural proposals within its support community.

This can be understood from different points of view, interests and dynamics. There has been plenty of reflection upon the potential of mass financing or micro patronage as an economic model for various types of initiatives. This research coincides in highlighting crowdfunding as a model which goes beyond merely financing initiatives, having various implications such as the affective engagement of the crowd. The idea of crowdfunding finds its root in the broader concept of crowdsourcing, which appeals to the crowd by prompting a voluntary contribution of ideas, feedback and solutions in order to develop corporate activities⁽⁹⁾. Crowdsourcing solicits the involvement of the crowd by means of various processes of the production stage of a specific product or activity. From this viewpoint, the financing process may be understood as a type of crowdsourcing in that it makes an allusion to the collaboration of the crowd for the success of one of the processes, which is part of the final objective.

We understand crowdfunding as “an open call, mostly through the Internet, for the provision of financial resources either in the form of donations or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purposes”⁽¹⁰⁾. The difference between crowdfunding and crowdsourcing is the emphasis on the economic support, where the former leaves most of the decision-making to the creative core of the project. Tim Kappel defines crowdfunding as “the act of informally generating and distributing funds, usually online, by groups of people for specific social, personal, entertainment or other purposes”⁽¹¹⁾. This idea differs since it does not reference the benefits received by the sponsors for their donations. Nonetheless, both perspectives underline the importance of the Internet and especially of the web 2.0⁽¹²⁾ in the mobilisation of a large number of people.

According to De Buysere et al.⁽¹³⁾, there are four basic types of crowdfunding:

Donation: contributors receive nothing in return for their contribution.

Reward: backers receive a reward or compensation in return for their contribution. The reward depends on what has been pre-established by the project creators. This form has also been considered as a pre-purchase form of crowdfunding⁽¹⁴⁾.

Lending: Often called peer-to-peer lending. Peer-to-peer lending involves a loan. Contributors only provide the funds temporarily and repayment is expected.

Equity: The equity model gives contributors an interest in the profits or return of the project they are helping to fund.

Belleflamme⁽¹⁵⁾ identifies two more types of crowdfunding, which are not mutually exclusive:

Direct Crowdfunding: The financing process is carried out independently.

Indirect Crowdfunding: Mediated by specialized platforms dedicated exclusively to the promotion of

SPECIALE projects like Kickstarter (www.kickstarter.com), Indiegogo (www.indiegogo.com) or Verkami (www.verkami.com)

In the creative industry, crowdfunding has been taking place mainly in a reward-based form through specialized platforms. In this modality, trust becomes a motor of agreement, and accordingly, the motor for creators who have to arrange the payment of rewards that were previously communicated to the backers. There are no legal constrictive modalities that insure the compliance of agreements.

It is important to point out that from the point of view of the backers, this form cannot be considered as an investment in economic terms, but the return is channelled through rewards such as public agreement, DVDs, appearance in the credits as co-producer, collector's editions, merchandising, participation in events, etc. In economic terms, often the rewards are not equivalent to the pledge. They remain true to their symbolic value and point out to the engagement of the crowd in the project, with which they can identify⁽¹⁶⁾.

From the opposite viewpoint, the creative core has to cultivate a relationship with the public before embarking on the actual production process by bypassing traditional gatekeepers⁽¹⁷⁾. Still, the creative control of the work is concentrated in the hands of the manager. This undoubtedly limits the possibility of crowd involvement.

In order to understand to what extent collaboration is mediated by the rewards and to gauge the reasons that prompt collaboration, we conducted an online survey among backers who have supported audiovisual projects through digital crowdfunding platforms in Spain. This research sought to collect comprehensive data about the motivations of collaboration, perceptions about crowdfunding collection processes, as well as certain media consumption habits.

The survey was conducted from 1st to 30th June, 2013 through an open call on several social networks (researchers' Twitter and Facebook accounts) as well as crowdfunding platforms like Verkami LINK INTERNO AL PEZZO VALENTINA RE, Goteo (<http://goteo.org/>), Projecggt (<http://www.projecggt.com/>), Ulule (<http://es.ulule.com/>) and Lanzanos (<http://www.lanzanos.com>). For that purpose we use the online survey platform Netquest (<http://www.netquest.com/en/>). The survey was completed by 134 backers who had collaborated with at least one audiovisual project campaign through a digital platform.

Issues like age, gender, educational background and income were not considered as intervening variables in the perception toward the crowdfunding practice and didn't show to have statistical relevance in the results.

Results and discussion

The results of the data obtained from the survey show certain trends which are detailed as follows. Personal support and the perception of the quality of the projects are highlighted as very important motivating elements in money donation. Nevertheless, despite the fact that in the field of audiovisual production the most commonly used crowdfunding model is reward based, the reward does not seem to be a determining factor when donating.

An initial overview of the data reveals that the support network based on an interpersonal bond is fundamental in cooperation. Almost 73%⁽¹⁸⁾ of the surveyed people state they have had some sort of previous relationship either with the author of the project or with any other member of the team.

This personal support network⁽¹⁹⁾ works as a primary support source. Previous information about the project team background (23%) also proves to be an important motivating factor that contributes to the idea of that existing previous relationship.

Additionally, 63% of respondents state that the content of the project is an important motivating factor behind their support. This leads us to assume that even though the success of a campaign depends on the primary support network, the support is not unquestioned but may depend on personal interests.

SPECIALE On the other side, rewards as motivators of collaboration rank in fifth place, with 16% of the answers; and they seem to have less importance in the configuration of the process.

Table # 1: What is your main motivation when supporting projects via Crowdfunding?⁽²⁰⁾

I know the filmmaker personally and/or someone in the team	72,54%
I like the idea behind the project	62.74%
I like to support independent projects	30.39%
I know the background of the filmmaker and/or someone in the team	22.54%
I would like to receive the reward that is being offered	15.68%
I like to help other filmmakers like myself	13.72%
Other	10.98%

A similar distribution is found when analyzing the importance granted to factors involved in the crowdfunding practice. As can be observed in Table # 2, the factors that are granted the highest importance in collaboration are the idea behind the project and the perception of quality. We highlight the idea of perception because it deals with a construction based on subjective factors, since the majority of the projects that look for support are in the initial phases of the film production process. Once again, respondents do not consider the reward important in their decision to collaborate.

Table # 2: When supporting a project, what importance do you grant to the following factors?

	Very important	Important	Of medium importance	Little importance	Not important
Theme/Idea	73.52%	21.56%	4.9%	0%	0%
Reward	12.74%	21.56%	33.33%	20.58%	11.76%
Quality of the project	54.9%	39.21%	4.9%	0.98%	0%
Amount of support received	1.96%	9.8%	28.43%	43.13%	16.66%
Information available on the website of the project	39.21%	34.31%	21.56%	2.94%	1.96%

SPECIALE Contrary to what is suggested by Ward and Rhamachandran ⁽²¹⁾, the previous support received by the project does not appear to be of relevant importance or considered as a previous antecedent to collaboration. The “peer-to-peer effect” of a previous high amount of contributions does not seem to affect this perspective.

As was observed previously, the perception of quality of the projects seems to bear great importance as a mediating element in collaboration. Determining the factors that intervene in the subjective construction of quality and support collaboration is important to understand how this phenomenon plays out and on what grounds it is based.

Table # 3: How do you determine the quality of the project? (Multiple answer)

By the trailer or the information on the web	60.78%
By the background of the filmmaker or someone in the team.	54.9%
Because I know the filmmaker or the team personally	49.01%
By the advanced stage of the production process.	23.52%
If the idea is good, the quality of the project is not that important,	13.72%
By the amount of support it already has.	9.8%
Other. Which?	4.9%
By the previously obtained funds.	3.92%
By the project advertise in radios, newspapers or blogs.	1.96%

The information available on the website of the project is the main element that allows potential backers to evaluate the project quality and has a crucial role in the campaigns when presenting the project with the objective of achieving the necessary support.

The background of the filmmaker or the team behind the project is also recognized as an important factor LINK INTERNO AL PEZZO FASSONE-SALVADOR. This suggests crowdfunding empowers filmmakers who already have a certain amount of experience and thus, is not only for emerging or independent filmmakers. On the other side, we find that personal relationships play an important role. Almost 50% of the surveyed people support this existing bond in their evaluation. When analyzing contributions we can observe that quality still plays a fundamental role.

SPECIALE Table #4: What does the amount of money you donate depend on?⁽²²⁾

Alternative	Average (%)
On the quality of the project	55.88%
On how close I feel personally to the project or the people involved	40.19%
On the reward offered	34.31%
On the amount of money needed to achieve the objectives of the project.	13.72%
On the background of the filmmaker or the team.	10.78%
On the amount of support the project has received	4.9%

The quality perception ranks first (56% of the answers), followed by the personal relationship with the project or the people involved in it (40%). It should thus be understood that the fidelity of the support group is maintained unconditionally, but nonetheless, when faced with a perception of a project of certain favorable characteristics, it is granted a higher amount. Even though obtaining a reward is not a fundamental factor when offering monetary support, it holds third place. Almost 35% of those surveyed consider rewards when donating. This element seems to have a greater importance once the attention of the backers has been engaged.

The majority of "Other" responses (30%) refer to the money available by the donor at the time of the campaign, which may relate to the context of the current economic crisis. The length of time to the proposed aim and the amount of money that had already been collected were other, more marginal, responses provided in this study.

Table # 5: Are you satisfied with the reward you received?

Alternative	Average (%)
Yes	98.52%
No	1.47%

Despite the fact that rewards do not play a fundamental role in the collaboration process via crowdfunding, almost 100% of the surveyed people have received their rewards⁽²³⁾ and feel satisfied with it.

SPECIALE In conclusion, we can state that rewards are not a differentiating factor among the motivations that engage the collaborating sponsors with audiovisual projects. The factors that influence general collaboration and specifically the amount to donate are the support network based on pre-existing interpersonal relationships, the perception of quality, and the project's contents. We are facing a supporting network that shares interests which lie beyond a previous existing relationship, but grant importance to other elements when participating. This form of support is not unconditional, as it is often based on shared interests, and therefore related to a common experience. Hence, the potential emerges to expand this primary circle into a bigger group with the aim of achieving the needed support. Tapping the right crowd is the major effort creators should make in order to expand their interpersonal support network. In future research, we shall adopt a more nuanced approach to analyse the affective engagement between backers and creators in order to get a better understanding on motivations, identities and perceptions regarding the crowdfunding backing process.

Talia Leibovitz, Antoni Roig, Jordi Sánchez Navarro

Note

1. Henry Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring the Participatory Culture*, New York, New York University Press, 2006.
2. *Ibidem*.
3. Paul Belleflamme, Thomas Lambert, Armin Schwenbacher, "[Crowdfunding: Tapping the Right Crowd](#)" (July 9, 2013). *Journal of Business Venturing*, Forthcoming; CORE Discussion Paper No. 2011/32. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=15781754>
4. Olivier Braet, Sander Spaek, Crowdfunding the Movies: A Business Analysis to Support Moviemaking in Small Markets, Proceedings of the 8th International Interactive Conference on Interactive TV & Video. New York: ACM, 2010, pp. 221-228.
5. Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture! User participation and the extension of cultural industries*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2011
6. Antoni Roig, Jordi Sánchez-Navarro, Talia Leibovitz, "¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea", *ICONO14 Revista de Comunicación y Tecnologías emergentes*, Vol.10, n. 1, 2012.
7. H. Jenkins, *op.cit.*
8. See Tim Kappel, "2Ex Ante Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S.?", *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review*, n. 29, 2009, pp. 375-385; H. Jenkins, *op. cit.* A. Roig, "La participación como bien de consumo: una aproximación conceptual a las formas de implicación de los usuarios en proyectos audiovisuales colaborativos" *Revista Análisi* Nº 40, 2010.
9. See Jeff Howe, "The Rise of Crowdsourcing", in *Wired*, Issue 14.06, 2006. http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html?pg=1&topic=crowds&topic_set= ; P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwenbacher, *op.cit.*
10. See Benjamin Larralde, Armin Schwenbacher, "Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures" in *D.J. Cumming (ed.) Entrepreneurial Finance*, London, Oxford University Press, 2012; A. Schwenbacher and B. Larralde, "Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures", *Handbook of Entrepreneurial Finance*, London, Oxford University Press, 2010.
11. T. Kappel, *op.cit.*
12. Darren C. Brabham, "Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, 2008, pp. 75- 90.

- SPECIALE** 13. Kristof De Buysere, Olivier Gajda, Ronald Kleverlaan and Dan Marom, *A Framework for European Crowdfunding*, 1st ed. 2012. Available at: www.crowdfundingframework.eu
14. P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher, *op.cit.*
15. *Ibidem.*
16. Adam Wojciechowski, "Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks", *Lecture Notes in Computer Science*, 2009, pp. 454-463.
17. T. Kappel, *op.cit.*
18. From this point on, only approximate averages will be used.
19. Belleflamme et. al. *op.cit.*
20. A question with multiple answers, that is why the total sum exceeds 100%.
21. Chris Ward, Vandana Ramachandran, "Crowdfunding the next hit: Microfunding online experience goods", 2010. Available at: <http://people.cs.umass.edu/~wallach/workshops/nips2010css/papers/ward.pdf>
22. A question with multiple answers, that is why the total sum exceeds 100%.
23. At the time the survey was conducted, 66% had received their rewards

SATTO ANALISI **L'università che cade dalle nubi.**

Spazi e rappresentazioni della ricerca nel cinema italiano contemporaneo

Premesse

Le osservazioni che propongo qui vanno lette, piuttosto che come un esito, come un primo tentativo di impostare una ricerca di più ampio respiro. Si tratta, infatti, di considerazioni estemporanee che hanno tuttavia cominciato ad aggregarsi e strutturarsi nel momento in cui, durante la discussione parlamentare della legge Gelmini (legge n. 240/2010), l'università è diventata oggetto di un importante e diffuso interesse mediatico. Ho cominciato in effetti allora a chiedermi, in maniera più strutturata, se le "deformazioni" che mi pareva di rilevare nelle rappresentazioni cinematografiche dell'università avessero qualcosa a che fare con le deformazioni che prendevano forma in altri tipi di discorso, per esempio quello giornalistico e quello politico.

Questa premessa generale determina alcuni aspetti complementari che è importante, seppur schematicamente, evidenziare.

In primo luogo, il termine "contemporaneo" viene impiegato nel titolo in una maniera che definirei ristretta e, tutto sommato, arbitraria: non implica specifici criteri di periodizzazione e non viene inteso come categoria estetica o di poetica; si limita, piuttosto, a "ritagliare" gli ultimi dieci anni della produzione cinematografica (ma anche televisiva, come vedremo) italiana, vale a dire l'arco temporale di riferimento del piccolo *corpus* che si prenderà qui in considerazione.

In secondo luogo, e ancora in riferimento al *corpus*, occorre precisare che l'analisi si svilupperà esclusivamente nell'ambito del discorso finzionale. Ma è evidente che questa visione parziale potrebbe essere approfondita, rafforzata o forse anche smentita da un confronto tra diversi discorsi o rappresentazioni, e che sarebbe quindi estremamente interessante mettere in relazione discorso finzionale, documentario, giornalistico, etc. Inoltre, e sempre in riferimento agli obiettivi di una ricerca più generale che in questo breve intervento si vorrebbe provare a impostare, verranno privilegiati film di ampio consumo: l'intento, infatti, è quello di comprendere in che modo le narrazioni cinematografiche (o televisive) prendano parte alla costruzione della percezione comune e condivisa delle problematiche che interessano l'università italiana¹.

Da ultimo, vorrei sgombrare il campo da alcuni possibili equivoci.

Non credo in alcun modo che il cinema italiano sia "tenuto" a raccontare l'università, o anche solo a inserirne delle componenti o problematiche nelle narrazioni che propone: piuttosto, mi limito a osservare che lo fa, e che il modo in cui lo fa è a mio avviso discutibile, e soprattutto può essere considerato sintomatico di un atteggiamento più generale.

Inoltre, non ho nessuna intenzione di porre una questione di realismo. Nessuno dei film che prenderò in considerazione può essere definito "realista", in nessuna delle diverse accezioni che il termine ha assunto nella riflessione teorica e storiografica.

Piuttosto, si tratta di film che potremmo definire "verosimili": che descrivono, in altri termini, un mondo che riconosciamo come quello che abitiamo, e che raccontano eventi, azioni e personaggi che in questo mondo potrebbero coerentemente trovare collocazione.

Certo, su questo fondo di verosimiglianza si innestano poi invenzioni più o meno fantasiose, nonché manipolazioni di diversa natura: *Tutta la vita davanti* (2008) di Paolo Virzì, per esempio, adotta il registro del grottesco e della caricatura, mentre un film completamente diverso quale *Come tu mi vuoi* (Volfango De Biasi, 2007) opta per il registro favolistico e mette in scena una fiaba contemporanea e metropolitana. Per cominciare a entrare nel merito dell'analisi, tuttavia, è necessario definire in maniera più precisa il concetto di verosimiglianza.

SATTO ANALISI Il verosimile, lo stereotipo e l'invenzione

Propongo di intendere con il termine “verosimile”² ciò che è conforme a un’opinione comune, condivisa e generalizzata (e che per questo tende ad apparire “naturale”), vale a dire a un corpo di massime, a una visione del mondo, a un sistema di valori. Naturalmente i sistemi di verosimiglianza non sono a-storici e immutabili, e anzi variano a seconda dei generi e delle epoche. In altri termini, in quanto costruzioni culturali, i sistemi di verosimiglianza vengono costantemente rinegoziati e ridefiniti nella cultura: mutano dunque i “contenuti” delle norme, ma “ciò che permane e definisce il verosimile è il principio formale di rispetto alla norma”³.

Il verosimile tende dunque a coincidere con “ciò che dovrebbe essere”: e in questo differisce sia dalla verità che dalla realtà, che detengono il privilegio della stravaganza⁴.

Eventi e personaggi di un racconto verosimile sarebbero dunque interpretabili come declinazioni specifiche e particolari di norme e valori più generali che li spiegano; se non c’è norma di riferimento o se la norma non viene rispettata, personaggi e azioni possono risultare vuoi incomprensibili, vuoi ridicoli, vuoi deludenti: in tutti i casi, inverosimili⁵.

Il fatto che un comportamento non verosimile sia anche non comprensibile fa emergere come un determinato sistema di verosimiglianza funzioni anche da principio esplicativo: “il generale determina e quindi spiega il particolare, capire il comportamento d’un personaggio (tanto per fare un esempio) significa riferirlo a una massima accettata e al tempo stesso risalire anche dall’effetto alla causa”⁶.

Quello che è inoltre importante sottolineare del valore esplicativo di un sistema di verosimiglianza è la sua “convenienza”. Secondo tale principio, dal momento che i comportamenti dei personaggi risultano applicazioni particolari di massime generali conosciute e condivise dal pubblico, non è necessario esplicitare le massime: “il rapporto tra il racconto verosimile e il sistema di verosimiglianza cui esso si adegua è dunque essenzialmente muto: le convenzioni di genere funzionano come un sistema di forze e di costrizioni naturali, cui il racconto obbedisce come senza percepirle, e a fortiori senza nominarle”⁷.

Il racconto verosimile costituirebbe uno dei poli di un *continuum* che vedrebbe, all’estremo opposto, il racconto enigmatico, improbabile o deliberatamente non verosimile, che non si cura dell’opinione comune e non si preoccupa di aderirvi; pur trovandosi ai due poli opposti, i due tipi di racconto sarebbero tuttavia accomunati da un identico “silenzio” rispetto al loro funzionamento: per essere esposte, infatti, le massime sono troppo evidenti da un lato (racconto verosimile) e troppo oscure dall’altro (racconto enigmatico).

Ora, e in riferimento a questa definizione dei sistemi di verosimiglianza: che cosa accade, in alcuni film italiani contemporanei, quando si parla di università?

Mi pare di poter sostanzialmente individuare tre fenomeni, peraltro strettamente interrelati.

In primo luogo, eventi e personaggi si accordano a delle massime che tendono ad apparire, allo spettatore più o meno “avvertito”, come degli stereotipi: l’effetto di verosimiglianza permane, ma le massime vengono percepite come banali, semplicistiche. In secondo luogo, tali stereotipi tendono a volte ad assumere una connotazione che potremmo definire patologica. Infine – terza possibilità – eventi e personaggi si muovono nell’evidente assenza di norme largamente condivise: il che segnala una profonda disinformazione o, peggio, un profondo disinteresse. L’assenza di norme consente dunque la massima invenzione e la più sfrenata fantasia: ma probabilmente nessuno se ne accorge, o quanto meno ad accorgersene è solo un gruppo piuttosto ristretto (studenti e docenti, spettatori “avvertiti”) che è dotato di norme (molto circoscritte) sull’universo accademico.

Ma procediamo con ordine, e partiamo dunque dal primo punto.

In qualsiasi dizionario, lo stereotipo viene definito come un’opinione “rigidamente preconstituita e generalizzata”, che “si ripete meccanicamente”. Nel momento in cui le dinamiche di svolgimento di un racconto diventano riconducibili a massime che tuttavia tendono verso lo stereotipo accadono, a

SATTO ANALISI

mio avviso, due cose. Da un lato, il funzionamento della massima si incrina: una massima che tende ad apparire come “rigidamente precostituita” è, probabilmente, una massima non più pacificamente e totalmente condivisa. Dall’altro lato, il funzionamento della massima diventa visibile, e si compromette così il rapporto “muto” (percepito, in altri termini, come “naturale”) tra racconto verosimile e sistema di verosimiglianza: affinché il sistema funzioni, infatti, è necessario che la massima non venga percepita in quanto tale.

Quando il cinema tocca il tema dell’università, ritroviamo questo processo di stereotipizzazione delle massime in almeno due principali declinazioni: quella del nepotismo e quella che potremmo definire del “barone erotomane” – in fondo, due variazioni sul tema (di per sé delicatissimo e di enorme attualità) dei criteri di valutazione del merito e delle procedure di reclutamento.

In seguito a questo processo, il tema viene banalizzato, semplificato e ricondotto a questioni più generali, all’interno delle quali sfuma nell’indistinto: da una parte, il radicato malcostume italiano della raccomandazione e della famiglia come centro di potere, che riguarderebbe l’università così come altri ambiti lavorativi – senza che nessun elemento di specificità e problematicità del contesto universitario riesca a emergere. Dall’altra il fenomeno delle “veline”, vale a dire il problema dell’accesso privilegiato di figure femminili di bella presenza a particolari posizioni, in virtù dei vizi di una classe dirigente prevalentemente maschile.

A tematizzare la questione del merito e del reclutamento nella versione generalista e stereotipata del nepotismo all’italiana è stato, a pochi mesi dall’entrata in vigore della legge Gelmini, *C’è chi dice no* di Giambattista Avellino (2011), goffo tentativo di raccontare la fantasiosa e rocambolesca vendetta di tre giovani meritevoli (nei panni di “pirati del merito”) contro i raccomandati che hanno stroncato le loro carriere. Abbiamo Irma, un giovane medico che si trova rimpiazzato, in nome dell’internazionalizzazione, dalla fidanzata del primario; Max, un instancabile giornalista la cui assunzione viene per l’ennesima volta rimandata per far spazio alla figlia di un noto opinionista (autore, peraltro, di un libro intitolato *Elogio del merito*); e infine Samuele, un brillante ricercatore precario nell’ambito del diritto penale che si vede portare via il concorso dal genero incompetente del barone di turno.

La storia di Samuele oscilla costantemente tra lo stereotipo del precariato nella sua versione caricaturale (l’ufficio ricavato nei bagni dell’università, fig. 1, la convivenza forzata con gli studenti che coltivano marijuana sul davanzale, fig. 2) e l’invenzione fantasiosa – come nella seduta notturna in cui i baroni, in vista di una paventata perquisizione, sono costretti a ritoccare la documentazione di un decennio di concorsi truccati.



Fig. 1

SATTO ANALISI



Fig. 2

Il film, nel suo complesso, non fa che alimentare la retorica di un merito oggettivizzato, concepito come “dato di fatto”, autoevidente, e non come costruzione che deriva dall’applicazione di determinati criteri di riconoscimento e misurazione (e su cui la riflessione dovrebbe concentrarsi), e si conclude, in maniera gattopardesca, con un ritorno all’ordine e alla normalità, alleviato da un astratto e consolatorio senso di giustizia e dall’*happy end* che corona la storia d’amore tra Irma e Max. Mentre il nostro ricercatore, ancora precario e costretto agli arresti domiciliari con gli altri pirati, studia diritto penale inglese per andare a Londra – perché, se non in Italia, almeno all’estero il merito dovrà pure esistere!

Solo accennato in *C’è chi dice no*, lo stereotipo del “barone erotomane” caratterizza invece *Cado dalle nubi* (Gennaro Nunziante, 2009) e, soprattutto, *Come tu mi vuoi*.

All’interno di questa triade *Cado dalle nubi* funziona in qualche modo da “ponte”: come in *C’è chi dice no* il barone di turno approfitta della sollecitudine di un giovane brillante per commissionargli ricerche che poi presenterà a suo nome, ma se in *C’è chi dice no* lo sfruttamento avviene sulla base delle promesse di carriera, in *Cado dalle nubi* si fonda sulla esplicita manipolazione del fascino che il professore maturo ma ancora avvenente esercita sulla graziosa e ingenua laureanda (fig. 3).



Fig. 3

SATTO ANALISI La situazione si ribalta in *Come tu mi vuoi*, in cui il professore è soltanto maturo ed è la brillante laureanda a manipolare per i propri scopi la lascivia maschile.

Più genericamente, e a prescindere dalla posizione occupata dai ruoli sessuali, è sulla predominanza del “ciò che appare” (rispetto a un ipotetico “ciò che è”) nelle dinamiche del successo sociale che il film prova a riflettere, intessendo i fili di una parabola la cui morale si esplicita in uno stesso episodio che si ripete specularmente incorniciando il film.

L'episodio in questione è un esame universitario: all'inizio del film, i due protagonisti lo sostengono contemporaneamente. Riccardo è un popolarissimo “figlio di papà” della Roma bene che trascura gli studi e, arrivato del tutto impreparato, mette in campo le sue armi seduttive per rimediare un 20 con una piacente “assistente”; Giada, quintessenza della “secchiona” che passa il tempo sui libri e trascura caricaturalmente il proprio aspetto, compiaciuta del suo 30 e lode, confessa al professore di voler continuare a studiare dopo la laurea e gli domanda se, “con la sua cattedra”, ci siano delle possibilità. Il professore si schernisce accentuando il rifiuto con un gesto delle mani che marca una distanza tra sé e Giada, spiegando di “non poter più prendere assistenti” perché “ne ha già troppi” (figg. 4-5).



Fig. 4



Fig. 5

SATTO ANALISI Ma, com'è noto, il brutto anatroccolo si trasformerà in cigno. Manipolata per gioco e per noia da un'amica di Riccardo, Giada imparerà a sua volta a manipolare e, tornata dal professore a trasformazione avvenuta, vedrà finalmente riconosciuto il suo "curriculum eccellente": tutti gli impedimenti sono caduti e il professore non ha dubbi nel riconoscere di aver bisogno di "gente nuova e fresca come lei" (figg. 6-7).



Fig. 6

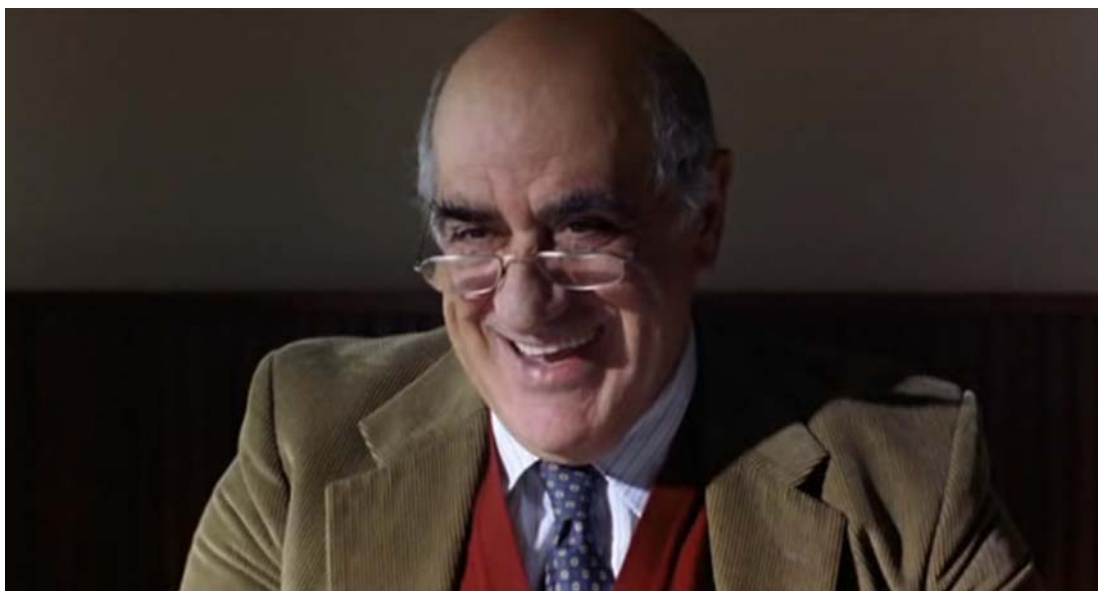


Fig. 7

Si torna così all'identica situazione che ha aperto il film, ma con i personaggi che vanno a occupare posizioni diverse: Giada, nelle sue nuove vesti (letteralmente) di "assistente", ha intrapreso la carriera che

SATTO ANALISI voleva con i mezzi che disprezzava (fig. 8); Riccardo, che ha cominciato a studiare, è lì a rinfacciarglielo.



Fig. 8

Nello sviluppo a fini narrativi dello stereotipo del barone erotomane spicca senz'altro il problematico ricorso alla figura dell'assistente, che dagli anni Ottanta non ha alcuna esistenza giuridica e che sopravvive informalmente (seppur sia ormai prossima alla definitiva scomparsa) per identificare, in assenza di conoscenze precise, collaboratori a vario titolo di un docente universitario – che tuttavia non la impiegherebbe mai, e tantomeno farebbe riferimento al concetto correlato (e anch'esso senza più riscontro) di “cattedra”. Ci ritroviamo dunque a metà strada tra l'invenzione e lo stereotipo: non sapendo bene come vanno le cose, un po' si inventa, un po' si fa riferimento a conoscenze diffuse che risultano, a uno sguardo appena più attento, del tutto anacronistiche.

Il riferimento all'invenzione ci porta al terzo fenomeno identificato poco sopra (del secondo ci occuperemo nella sezione successiva): eventi e personaggi si muovono nell'evidente assenza di norme largamente condivise, a segnalare una profonda disinformazione o, peggio, un profondo disinteresse, che danno vita a libere interpretazioni di stereotipi così generici da permettere le più fantasiose elaborazioni.

Uno straordinario esempio lo ritroviamo in una serie televisiva di enorme successo, *I Cesaroni* (2006-), e più precisamente nell'episodio *Sim Sala Sbam!* (4x15). Nella trama dell'episodio su Wikipedia leggiamo che “il Cesaroni accoglie i due figli di Olga a casa sua perché Emma [psicologa e sorella di Olga] deve preparare un esame universitario”⁸. Si tratta in effetti, come spiega lei stessa, dell'esame “per un posto da ricercatrice all'università”. Poco dopo la vediamo a casa, davanti al computer, con uno dei nipoti, Andy, che l'ha raggiunta e cerca di reclamare la sua attenzione, e il tema dell'“esame” che viene parallelamente sviluppato: Emma riceve la telefonata di un professore, parlano di un testo che sta scrivendo, lei lo ringrazia per alcune indicazioni e promette di portargli il testo la mattina dopo, “tanto l'esame sarà nel pomeriggio”. Alla fine della telefonata (una sorta di diplomatica versione, alla *Cesaroni*, dello stereotipo della raccomandazione), il ragazzino è scomparso. La sera prima dell'esame, Emma passa a casa Cesaroni per dire che non si fermerà a cena: qualcuno le ha rubato il pc ma il “lavoro” per l'esame è salvo, “è sfinita”, “domani è il grande giorno”. Dopo un altro scontro con Andy il grande giorno arriva (fig. 9), ma Emma non riesce a darsi a pace: quando dall'aula magna chiamano il suo nome non è più lì. Non la vedevamo nervosa per un banale esame universitario, no: Emma ha una ben più alta concezione della propria professione e non può accettare la sua incapacità di relazionarsi con un

SATTO ANALISI ragazzino che soffre la fuga della madre. Tornata a casa Cesaroni si riconcilia con il nipote, e quando lui le chiede cosa ci faccia lì e perché non sia all'esame, lei spiega di essersi sentita troppo preoccupata per concentrarsi, e candidamente conclude, tra un abbraccio e un sorriso: "Ma non mi importa dell'esame. Ci riprovo l'anno prossimo".

L'episodio in questione è andato in onda il 30 novembre 2010, giorno dell'approvazione alla Camera



Fig. 9

della legge Gelmini: mentre ampi e trasversali settori della ricerca e della docenza sono impegnati in una mobilitazione in risposta alle molte criticità della riforma, e contestualmente i tagli alla ricerca inferiscono su un sistema confuso e ormai esanime, nell'Italia dei Cesaroni i concorsi si svolgono una volta all'anno – e, dal momento che non si ha la più pallida idea di cosa sia un concorso universitario, lo si rappresenta pressappoco come una discussione di laurea (quel "lavoro" che sembra in effetti una tesi e i candidati seduti fuori dall'aula magna).

Crederne che simili invenzioni siano limitate a una *fiction* di ampio consumo sarebbe un errore.

Da questo punto di vista, anche il cinema "d'autore" ha le sue difficoltà, e quando l'invenzione sul mondo della ricerca universitaria va a inserirsi all'interno di un film che si propone espressamente di svolgere



Fig. 10

SATTO ANALISI un discorso di denuncia (pur in chiave grottesca, certo) del precariato, gli effetti possono essere ancor più insidiosi.

Mi riferisco, evidentemente, a *Tutta la vita davanti*. Il solo incipit del film è un concentrato di bizzarre invenzioni: per esempio, il bando per il concorso da ricercatore che Marta ritira a mano dalle “assistenti del dipartimento”, con la tesi di laurea in filosofia ancora sotto il braccio (fig. 10); oppure il fidanzato di Marta, 26 anni, laureato in fisica e già ricercatore con uno stipendio di 312 euro mensili (quantificazione troppo esatta dello stereotipo della ricerca mal pagata), costretto a fare il *dogsitter* per arrotondare e, naturalmente, in partenza per gli Stati Uniti, dove avrà i riconoscimenti che merita.

Bizzarrie che ritornano anche nel finale, quando per esempio scopriamo che l'*Oxford Journal of Philosophy* pubblicherà un brillante saggio di Marta (“Heidegger and the destruction of the History of Ontology”, stampato e imbustato poco tempo prima, figg. 11-12) sui rapporti tra il “pensiero di Heidegger, le dinamiche di gruppo fra le lavoratrici di un call center e quelle dei concorrenti di un reality” (come a dire, l'accademia ha incontrato la vita, Marta ha finalmente davvero compiuto il suo percorso di formazione), e che Marta verrà pure retribuita – quasi come sopra, 300 euro: evidentemente, la cifra simbolica che il film ribadisce per sottolineare che la cultura non paga (oltre, evidentemente, a non viaggiare per mail, visto il plico diretto all'*Oxford Journal*).

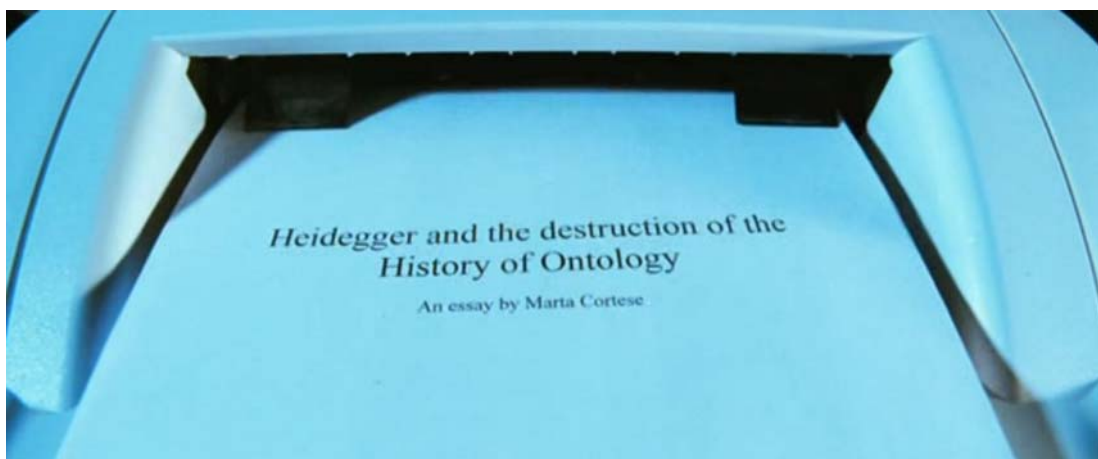


Fig. 11

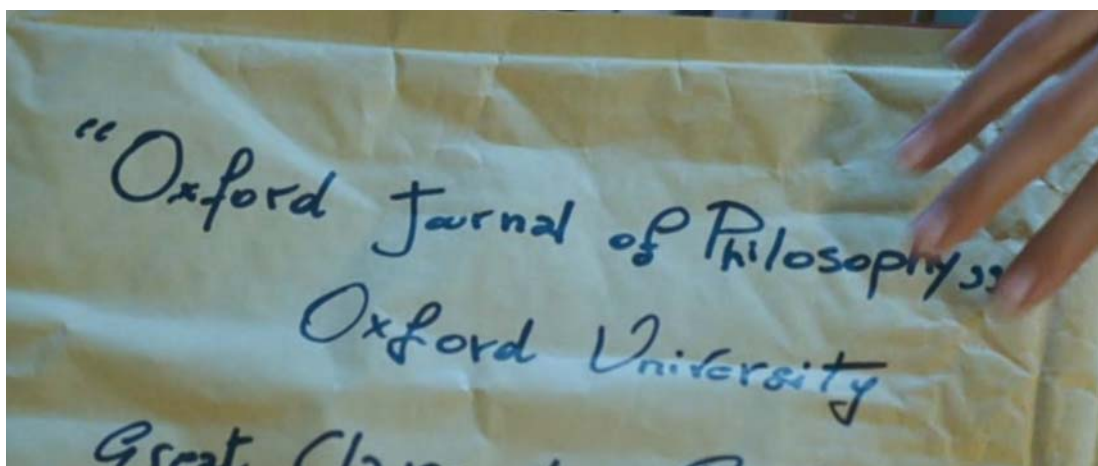


Fig. 12

SATTO ANALISI Come precisato in apertura, non credo in alcun modo che il cinema italiano sia “tenuto” a raccontare l’università, così come non credo sia necessario inserire le problematiche connesse alla carriera accademica in una storia che racconta, peraltro acutamente, il precariato dei *call center* e le mostruosità di un’economia malsana. Se si decide di farlo, tuttavia, varrebbe la pena farlo con un po’ di cognizione, così che non resti il minimo dubbio nel distinguere nettamente le deformazioni grottesche dalle banali semplificazioni o dalle improvvisazioni creative, ridicole loro malgrado.

Tentiamo una prima sintesi. In un racconto verosimile, la massima generale spiega il comportamento particolare in maniera silenziosa, fornendo così con discrezione, per ogni effetto, una causa plausibile. Laddove la causa venga cercata nell’ambiente universitario, il racconto si fa pochi scrupoli. Che si ricorra (e non importa affatto se intenzionalmente) a stereotipi o a deliberate invenzioni, poco importa, perché a quanto pare nessuno se ne accorgerà e l’effetto sarà salvo: in altri termini, se per dimostrare la generosità di Emma senza privarla di un futuro occorre dire che i concorsi si svolgono ogni anno, e per raccontare la parabola di Giada e Riccardo occorre far finta che gli assistenti universitari esistano, dove starà mai il problema?

Lo ribadisco: non mi interessa affatto (perché non avrebbe senso) reclamare quello che questi film dovrebbero dire, mi interessa riconoscere che questi film raccontano le cose come “dovrebbero essere”, dando indirettamente prova che, di come l’università dovrebbe essere, nessuno sa nulla.

L’università prima del ’68 e l’aula a gradoni

Si diceva, più sopra, che la stereotipizzazione rintracciabile in alcuni recenti film italiani a proposito di università e ricerca assume a volte una dimensione patologica; e in effetti la stereotipia è anche una patologia, ovvero (sempre dal dizionario) “un disturbo psicomotorio consistente nella tendenza a conservare per un tempo alquanto prolungato un atteggiamento o a ripetere più volte uno stesso atto”. In questa accezione lo stereotipo implicherebbe dunque, più che un problema di generica semplificazione, un problema di durata anomala: avremmo a che fare, cioè, con delle massime sclerotizzate, massime che si sono conservate per un tempo troppo lungo per risultare ancora pacificamente condivise, e che vengono automaticamente impiegate in assenza di più aggiornate conoscenze.

Osservato da questa angolazione, il recente cinema italiano sembrerebbe allora raccontare (e soprattutto mostrare) un’università rimasta curiosamente identica a quella che il Sessantotto avrebbe (avrebbe...) spazzato via: a testimoniare, di nuovo, quanto la contemporanea “università di massa”, così strategica nello sviluppo di un paese e così capillare sul territorio, sia in realtà rimasta lontanissima nella percezione comune, resa invisibile da una generale indifferenza e da modalità di rappresentazione che la riconducono, per comodità e disinteresse, al ritratto di un altro ritratto, meccanicamente ripetuto. Peccato che, in tutti questi anni, il soggetto del ritratto sia alquanto cambiato.

Per entrare nel merito possiamo restare proprio sull’ultimo film preso in considerazione, *Tutta la vita davanti*, e osservare in particolare la scena in cui Marta discute la tesi di laurea.

L’ambientazione, o quello che la prossemica definirebbe “spazio preordinato” (le configurazioni architettoniche statiche), è una prestigiosa aula di rappresentanza, un’imponente aula a gradoni (fig. 13). È innanzi tutto tale configurazione (seppur in assenza di pubblico) a conferire alla discussione il valore di una cerimonia importante che merita un adeguato palcoscenico. Sulla scena, e a livello di spazio semiordinato (vale a dire, e per continuare a utilizzare strumenti della prossemica, l’organizzazione degli elementi mobili ma non dinamici), s’imposta una relazione rigidamente frontale e gerarchica (il tavolo della commissione a un estremo e all’altro la sedia del laureando, frontalità che il montaggio accentua, figg. 14-15) caratterizzata da una distanza (spazio informale) pubblica – vale a dire quella che denota la maggiore formalità nella relazione tra gli attori coinvolti.

SATTO ANALISI

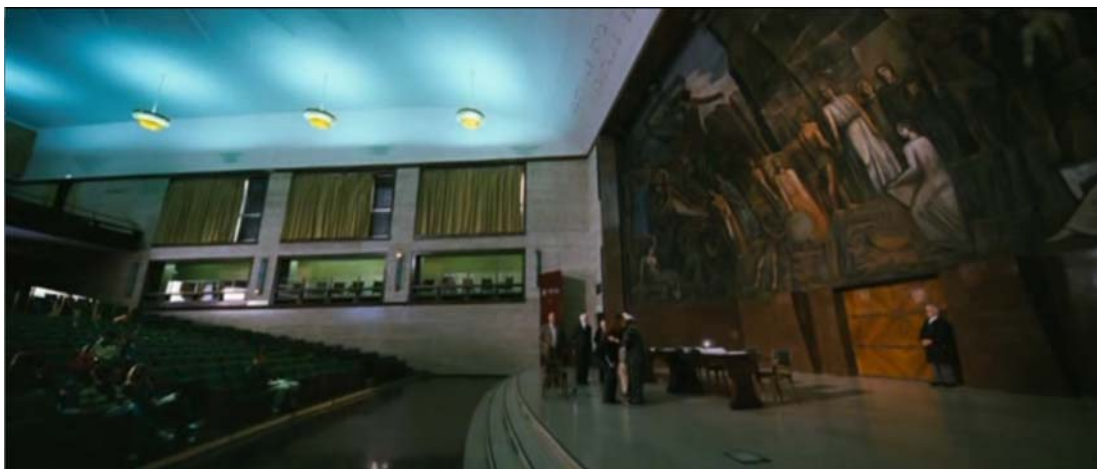


Fig. 13



Fig. 14



Fig. 15

SATTO ANALISI Un'altra aula appare anche in *Come tu mi vuoi*, diversa ma uguale: l'aula universitaria è sempre un'aula a gradoni (fig. 16) e lo spazio semiordinato determina, oltre che una relazione frontale, anche una dinamica alto vs basso: la cattedra del professore, affiancato dai suoi due assistenti (quelli che, lo ricordiamo, nel mondo di *Come tu mi vuoi* ancora esistono), poggia su una pedana.



Fig. 16

Ora, si provi a fare un gioco: si prendano la figura 13 (la laurea di *Tutta la vita davanti*) e la figura 16 (l'esame di *Come tu mi vuoi*) e le si confrontino con le figure 17 e 18. Quali differenze si possono notare sul piano della rappresentazione spaziale di episodi della vita accademica?



Fig. 17

SATTO ANALISI La risposta è semplice: praticamente nessuna. In riferimento alle categorie prossemiche, i quattro spazi presentano tutti le stesse, identiche caratteristiche. Se non fosse che questa indifferenziazione visiva cela una differenza cronologica sostanziale: due immagini descrivono l'università prima del Sessantotto, le altre due pretendono di descrivere l'università all'inizio del terzo millennio, ma non fanno che replicare, meccanicamente, una norma rappresentativa sclerotizzata.



Fig. 18

Nella figura 17 si sarà riconosciuto il celeberrimo esame universitario di Alberto Sordi in *Una vita difficile* (Dino Risi, 1961), in una scena che racconta l'università del dopoguerra; nella figura 18, invece, si sarà riconosciuta un'immagine da *La meglio gioventù* (Marco Tullio Giordana, 2003), che bene rappresenta l'università prima delle rivolte studentesche: e in fondo non poteva essere altrimenti, dato che ricorre agli unici strumenti rappresentativi di cui ancora oggi sembriamo disporre.

Questa patologia rappresentativa, in film come *Tutta la vita davanti* o *Come tu mi vuoi*, tende a produrre un inquietante cortocircuito, perché la stereotipizzazione o la rielaborazione fantasiosa dei problemi dell'università contemporanea (il barone erotomane o il ricercatore che guadagna 312 euro al mese) va a innestarsi su uno sfondo che ritrae un'università spazialmente identica a quella di quarant'anni fa, e che dunque inevitabilmente ne assume (proprio attraverso la ripetizione di identiche configurazioni spaziali) i valori di tradizione, prestigio, autorevolezza, rigore.

L'esito è un ritratto schizofrenico o, quanto meno, confuso, in cui le banali generalizzazioni dei vizi e dei problemi dell'oggi si stagliano, in maniera apparentemente non problematica, sullo sfondo di autorevolezza e rigore di ieri, con tutte le trasformazioni che a molteplici livelli stanno investendo l'università italiana condannate all'invisibilità, relegate in una nebulosa indistinta e lontanissima.

Com'è noto, i sistemi sintattici prossemici sono stati impiegati anche per leggere le trasformazioni nello spazio teatrale e, di conseguenza, nella concezione stessa del teatro e del rapporto attore-pubblico.

Come ha osservato Keir Elam,

mentre tutte e tre le modalità prossemiche sono di solito simultaneamente operative nella performance, la storia del teatro è contrassegnata da avvicendamenti di prevalenza dell'una o dell'altra classe. Noi siamo condizionati dall'ideale ottocentesco di organizzazione spaziale del luogo teatrale, cioè, un massimo di grandiosità e fissità, che porta a un massimo di fissità.

SATTO ANALISI

[...] Il testo spettacolare viene presentato come un oggetto già prodotto e demarcato che lo spettatore osserva, invece di costruirlo [...].

Gran parte del teatro moderno ha avuto la tendenza [...] a trasformare [...] la fissità architettonica in informalità prossemica dinamica. Il centro della transazione teatrale è diventato, in questo secolo [il '900], meno uno spartiacque assoluto scena-auditorium che una flessibile e, occasionalmente, imprevedibile manipolazione corpo-corpo⁹.

A voler ben guardare, anche nell'ambito dell'università, nei momenti di contestazione di determinate configurazioni gerarchiche e di determinate concezioni della cultura e dell'istruzione, le trasformazioni sono passate attraverso alterazioni delle condizioni spaziali che hanno fatto mutare i valori in gioco, riducendo a vuote pantomime le azioni che ancora parevano rispettare configurazioni spaziali ormai compromesse¹⁰.

Di questi mutamenti, nel recente cinema italiano, restano poche, forse nessuna traccia; e soprattutto, non c'è traccia di come le radicali trasformazioni che negli ultimi vent'anni hanno segnato l'università italiana siano passate e stiano ancora passando attraverso radicali trasformazioni degli spazi in cui si insegna e si fa ricerca. Sempre meno, ed è una delle poche cose certe, nelle aule a gradoni: dove gli unici rimasti sono forse proprio i personaggi di film che raccontano e contemporaneamente costruiscono una percezione diffusa dell'università italiana che si nutre di stereotipi e anacronismi e, quando nemmeno questi sono disponibili, inventa a proprio uso e consumo.

Valentina Re

Note

1. Purtroppo i tempi di chiusura di questo articolo non mi permettono di includere nell'analisi il recentissimo *Universitari – Molto più che amici* (Federico Moccia, 2013). Sarà senz'altro interessante verificare come si pone il film rispetto alle ipotesi di lettura che qui vengono delineate; quello che è certo, è che *Universitari* conferma l'attualità del tema affrontato.
2. Seguendo Gérard Genette, *Verosimiglianza e motivazione*, in Id., *Figure II*, Torino, Einaudi, 1972³, pp. 43-69.
3. *Ivi*, pp. 46-47.
4. Si veda René Rapin: "La verità non fa le cose altro che come sono, la verosimiglianza le fa come debbono essere". *Ivi*, pp. 44-45. Il riferimento è a René Rapin, *Réflexions sur la poétique d'Aristote* (1674), in Id., *Œuvres*, Amsterdam, 1709, vol. 2, pp. 115-116.
5. Ovviamente occorre tenere presente che se da un lato, all'interno di un certo sistema di verosimiglianza, i racconti si accordano a un corpo di massime, dall'altro lato, e contemporaneamente, i racconti contribuiscono a costruire e ricostruire queste stesse massime.
6. G. Genette, *op. cit.*, pp. 46-47.
7. *Ivi*, p. 48.
8. Cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Episodi_de_I_Cesaroni_%28quarta_stagione%29#Sim_sala_sbam.21 (ultima visita martedì 2 ottobre 2013).
9. Keir Elam, *Semiotica del teatro*, Bologna, Il Mulino, 1988, pp. 68-69.
10. Keir Elam, *Semiotica del teatro*, Bologna, Il Mulino, 1988, pp. 68-69.

SATTO ANALISI **Il cinema in Unione Sovietica attraverso lo sguardo degli spettatori**

Aspettative e realtà nel periodo della Nep¹

Non vai al cinema, ma in una qualche taverna da beoni, il cinema in quanto tale non esiste affatto [Tula, 1928]²

Questo testo è sorto dal desiderio di ricostruire come lo spettatore percepiva il cinema sovietico e il progetto propagandistico che vi era associato. Rifacendomi ai materiali contenenti i giudizi degli spettatori ho appurato che, nel processo di fruizione e rielaborazione del testo cinematografico, allo spettatore di ambiente urbano si presentavano molte difficoltà di ordine pratico e non ideologico – ad esempio, il lavoro maldestro del proiezionista, la disposizione scomoda delle fila, la calca all'ingresso, il caldo soffocante, l'odore del vicino di posto oppure l'impossibilità di arrivare alla proiezione in tempo. Gli spettatori dell'epoca accoglievano il cinema come una realtà alternativa, un luogo di riposo e di evoluzione culturale. Tuttavia, il desiderio di evadere e dileguarsi in un mondo migliore, più stimolante e rassicurante, saturo di avvenimenti ed emozioni entrava in conflitto con una realtà desolante. Ed è proprio questo conflitto tra il desiderio dello spettatore e la realtà dei fatti ad emergere dall'analisi dei questionari rivolti agli spettatori.

In Unione Sovietica, la sociologia del cinema divenne corrente popolare, a livello scientifico, negli anni Venti³: nel periodo post-rivoluzionario, si conducevano inchieste di massa volte a tenere sotto osservazione gli spettatori (non solo al cinema, ma anche nei centri dove si offriva loro spettacolo a scopo di intrattenimento: nei teatri e nei circhi). Allora, il questionario si profilava come una serie di domande a risposta chiusa e lasciava agli intervistati la possibilità di esprimere le proprie osservazioni alla fine del testo. Sarà questa tipologia di testo – il questionario – a costituire l'oggetto dello specifico interesse del presente articolo.⁴

Ho basato il mio lavoro su materiale consistente nei questionari ricevuti dalle sale cinematografiche nelle due città di Armavir (nel 1926) e a Tula (nel 1928) – chiamando in causa, sia pur in grado minore, i questionari di altre province russe. Il 1926 fu un anno di relativa stabilità del sistema distributivo cinematografico affermatosi nel primo decennio post-rivoluzionario; il 1928 fu un anno significativo nella storia della cinematografia sovietica – in quell'anno si tenne il primo Congresso pan-russo sullo stato del cinema. Al Congresso, si riconobbe che il cinema restava, come prima della Rivoluzione del 1917, al di fuori del controllo delle strutture partitiche e si dispose una risoluzione immediata atta a disciplinare la politica cinematografica.

La cosiddetta Nep [Nuova Politica Economica] attinente alla cinematografia (predominio del capitale privato nella distribuzione del film e orientamento dell'intero mercato in direzione del commercio) fu messa in pratica esattamente a partire dal 1928. Indagare la dinamica di ricezione del film negli anni Venti consentirà di trarre delle conclusioni in merito a un aspetto ben determinato nella storia del primo cinema sovietico: l'arretratezza dell'industria cinematografica non rispondeva alle esigenze dell'uditorio.

1. La pubblicità

Il desiderio degli spettatori di vivere il cinema come luogo di ricreazione culturale collideva con una realtà desolante. Tale collisione avveniva ben prima della fruizione diretta del cinema – sul piano della pubblicità e dei giudizi. Lo spettatore era sensibile agli umori della stampa in generale ed era esasperato dalle informazioni improprie fornite da quest'ultima: “[Lo spettatore, N.d.T.] era molto insoddisfatto delle recensioni, che talora bistrattavano un bel film e difendevano i film occidentali di cattiva qualità, e non

SATTO ANALISI difendevano quelli usciti con il marchio Sovkino”.⁵ L'intenso flusso di discorsi encomiastici indirizzati verso la Sovkino (flusso che si sarebbe rafforzato dopo il 1927) suscitò la reazione del pubblico:

Oltre tutto, il cinema sovietico fa uscire film nei quali non è facile capire la concatenazione degli avvenimenti. In questi film, molto sfugge e si è costretti a supporre quel che è sfuggito servendosi di congetture – cosa che, chiaramente, suscita perplessità nello spettatore, il quale tenta di fare a meno di andare a vedere i film della Sovkino. Se la ODSK [Società degli amici del cinema sovietico, N.d.T.] si pone l'obiettivo di offrire beneficio e godimento agli spettatori, allora consiglio di non distribuire a Tula i film della Sovkino.⁶

Nel mettere in evidenza che la pubblicità non era conforme al valore del film, gli spettatori intendevano evidenziare che le vittime di questa chiassosa pubblicità erano “gli strati meno acculturati della popolazione”. Nei questionari veniva rilevato l'uso scorretto delle locandine pubblicitarie: le divulgavano solo nel centro cittadino, senza distribuirle nei quartieri operai della remota periferia. La pubblicità non adempiva adeguatamente alla funzione informativa prefissa: “Sulle pareti sono affisse locandine di quei film che, se non usciranno entro un mese e mezzo, non usciranno mai. Questo incide sfavorevolmente sui visitatori che vogliono vedere solo locandine attuali”.⁷ Oltre tutto, gli spettatori si lamentavano di una certa disinformazione che ricevevano da locandine pittoresche, le quali riflettevano lontanamente il contenuto dei film e lasciavano perplessi gli spettatori: “Sarebbe desiderabile che la bacheca all'entrata del teatro recasse i titoli, invece molto spesso guardando quel che è esposto, e non vedendo il titolo, finisci per smarrirti”.⁸

L'inconsistenza delle locandine e del loro carattere speculativo suscitava timore – “se non disturbo” – e originava l'auspicio di vedere almeno una citazione dalla stampa direttamente sulla locandina. Lo spettatore degli anni 1920 a differenza dello spettatore che frequentava il cinema dieci anni prima voleva gestire la situazione nella scelta del film. In città, il cinema non era sentito come un'attrazione, e lo spettatore dava importanza al soggetto, al genere, ai minimi dettagli e non esclusivamente alle valutazioni emotive date dagli inserzionisti. Dal canto suo, la stampa caricaturava la reazione del pubblico, sbeffeggiandone l'indignazione smodata che la pubblicità gli aveva procurato.

Gli spettatori necessitavano di commenti al soggetto per comprendere meglio tutte le sfumature del film che era muto. Solitamente il libretto dei film in programmazione era incluso nelle pagine della stampa specialistica. Questi giornali potevano venire acquistati assieme ai biglietti. Gli spettatori, tuttavia, esternavano il desiderio di ricevere assieme al biglietto il libretto del film che sarebbe stato mostrato nella successiva *séance*.⁹

2. L'acquisto del biglietto

La calca al cinema era fenomeno abituale che cominciava sin dalla cassa. Gli spettatori proponevano di eliminare questo problema grazie alla ricollocazione delle casse in ambienti più spaziosi, lontano dall'ingresso, oppure aprendo più d'una cassa ad un tempo, specialmente nel caso di film di successo. Nella stagione invernale, d'altronde, gli spettatori si lamentavano che le casse fossero disposte in strada e che la lunga sosta in fila, al freddo, oscurasse significativamente la gioia di andare al cinema. Non era possibile acquistare i biglietti in anticipo: il fatto di poterli acquistare soltanto immediatamente prima della proiezione recava grave disagio a chi frequentava il cinema. Di sovente, il pubblico aveva bisogno di “procacciarsi” i biglietti. Certamente, gli spettatori sognavano l'ammodernamento del sistema di vendita dei biglietti: “Sarebbe bello: vado al cinema intorno alle 6 (quando danno via i biglietti per la prima proiezione) e, in un colpo solo, acquisto il biglietto valido per due proiezioni. Molti lo desiderano”.¹⁰ Quando i film di successo restavano poco in distribuzione, alla cassa si formava tutta una ressa e non

SATTO ANALISI erano rari i casi di aggotaggio: “cosicché i film venivano proiettati per un lasso di tempo più lungo, al fine di soddisfare pienamente le richieste degli spettatori e, per inciso, non dare adito a resse balorde”.¹¹ Alle prime di taluni film, gli amministratori del cinema chiamavano in anticipo la polizia per trattenere il pubblico che era montato su tutte le furie. La pressione era talmente forte che si espresse apertamente l’idea di montare delle barriere alle casse, e di mostrare i film prestigiosi più volte di quante previste per gli altri film. Comprare il biglietto per questo tipo di film era compito arduo. Ad esempio, un giornalista straniero, tentò più d’una volta di vedere uno dei film più popolari degli anni 1920: “ho tentato in tutti i modi di avere accesso alle proiezioni di svariati cinema dove si dava *Il ladro di Baghdad* – ma, purtroppo, tutti i tentativi fallirono”.¹²

Gli spettatori si lamentavano che i cassieri non prevenissero il pubblico in merito alla disponibilità o meno dei biglietti destinati alle diverse proiezioni. Sebbene fosse data indicazione sulla proiezione in corso e a che punto del film si trovasse, gli annunci¹³ venivano sostituiti tardi e davano, quindi, informazioni non aggiornate.

3. La speculazione

L’impossibilità di comprare i biglietti in condizioni confortevoli, oppure di non riuscire a comprarli affatto, provocava la crescita di un fenomeno quale la ricompra dei biglietti da parte degli speculatori. Uno dei problemi consisteva nel formarsi di lunghe file: “Magari allestissero due casse per evitare le grandi file e magari non si dovesse perdere tanto tempo per ricevere il biglietto”.¹⁴ Non v’erano regole che limitassero il rivenditore a vendere un numero definito di biglietti e gli speculatori non mancavano di fare incetta di un gran numero di biglietti qualora il film godesse di gran popolarità. Come risultato, gli spettatori (persino quelli pronti a sostenere una lunga fila e spendere tutto in alcool nell’attesa e in mezzo alla ressa) non riuscivano a comprare i biglietti e li compravano dagli speculatori a prezzi rialzati: “Quando si tratta di un buon film, agli speculatori lasciano un gran numero di biglietti e, se il biglietto costa 32 copeche, talvolta si finisce per doverlo pagare 40 o 45 copeche”.¹⁵

Gli spettatori avanzavano le proprie idee per contrastare la speculazione; ad esempio, essi suggerivano che, per quel che riguarda la vendita, fosse introdotta una severa regolamentazione, la quale avrebbe fatto perdere senso alla ricompra. Proponevano, inoltre, di determinare un ordine di emissione dei biglietti da vendersi in luoghi prestabiliti: “La vendita dei biglietti deve iniziare dai posti peggiori, questo farà perdere l’abitudine dell’accaparramento”.¹⁶ Alcuni sostenevano che, si fossero venduti sin dappprincipio i biglietti a basso prezzo (quelli per i posti disagiati) – biglietti verso i quali gli speculatori avanzavano pretese – si sarebbe favorita una spartizione onesta dei biglietti tra gli spettatori. Come misura alternativa alcuni di collocare un poliziotto alla cassa. Gli spettatori più attenti, che frequentavano spesso il cinema, notavano come coloro che erano sotto la sorveglianza dell’amministrazione di sala speculassero attivamente.

4. L’inizio della proiezione

L’orario di inizio della proiezione non era privo di importanza, in prima istanza, per lo spettatore operaio. Le proiezioni iniziavano sempre in orari poco propizi, e nel periodo estivo gli spettatori chiedevano di far iniziare i film anticipatamente. Molte lamentele riguardavano l’assenza di puntualità in sala: “in sala avrebbero dovuto fissare l’ora esatta”, “comunicare esattamente l’inizio della proiezione”. In occasione della prima proiezione facevano entrare il pubblico a 5-10 minuti dall’inizio. Gli spettatori chiedevano il permesso di acquistare i biglietti per non aspettare nell’angusto *foyer*, dove non le sedie non erano a sufficienza, e dove si finiva per attendere a lungo l’inizio del film, perché le proiezioni iniziavano quasi sempre con gran ritardo, e, talora, iniziavano 15-20 minuti dopo la terza scampanellata. Spesso si configurava la seguente situazione: “Vorrei tanto che la proiezione iniziasse puntualmente; se alla cassa

SATTO ANALISI non sanno l'inizio esatto della proiezione, vorrei che non ci facessero passare; ho comprato il biglietto, vivo di fronte al Profintern: ci vado tre volte per vedere un film e tutte e tre le volte faccio tardi. La cosa si spiega con il fatto che hanno indicato l'orario sbagliato".¹⁷

5. Nella sala cinematografica: la ressa e il ritardo

Non era facile entrare in sala cinematografica: sin dall'ingresso la ressa era insistente tant'è che, per non restare in piedi durante la proiezione, lo spettatore doveva attendere il proprio turno. Per evitare di venire raggirati, gli spettatori chiedevano insistentemente di numerare i posti, ma questo comportamento entrò correntemente in uso solo alla fine degli anni Venti. Il pubblico eccedente penetrava attraverso le uscite di sicurezza, che erano chiuse male. A causa dell'assenza di corsie tra le file, si faceva molto baccano al momento di occupare il posto. Gli spostamenti frenetici da un posto all'altro, nonché le entrate durante la proiezione disturbavano la visione del film – gli spettatori insistevano affinché le porte fossero aperte solo durante gli intervalli.

Gli addetti al controllo del biglietto, secondo le testimonianze degli spettatori, eseguivano male il proprio lavoro: erano scortesii ed esigevano di esibire il biglietto continuamente, provocando l'irritazione generale. Tuttavia, essi non si accertavano sempre che i posti venissero occupati secondo la numerazione. A causa del continuo movimento e della ressa, non era facile leggere sul biglietto a quale proiezione quest'ultimo fosse destinato.

Le sale erano spesso scomode e strette. Non di rado gli spettatori osservavano che sarebbe stato necessario agevolare i passaggi tra le poltrone. Nel tentativo di occupare tutti i posti, gli esercenti non si curavano delle comodità o delle condizioni di sicurezza. Quest'incuria portava all'indignazione degli spettatori, i quali, in merito all'accuratezza della dotazione del *foyer*, dichiaravano: "Al posto di tante comodità far disporre i posti in modo che, andando al cinema, il cittadino non si preoccupi di finire vittima di un qualche incidente. Oppure, non far entrare i pompieri che, a teatro, sono mobilio non necessario".¹⁸ Le misure antincendio erano il punto debole dei cinema – l'apparato cinematografico si surriscaldava subito, e la pellicola s'incendiava fulmineamente: i locali in legno o i mobili venivano languiti dalle fiamme in un baleno. La violazione generalizzata delle norme di sicurezza e la venalità del servizio dei pompieri impedivano il buon funzionamento di meccanismi che regolassero efficacemente la questione, così che gli incendi nei cinema avvenivano usualmente.

6. Il teppismo e l'anti-igiene

Un giorno, uno spettatore che s'era spinto con difficoltà nel *foyer*, non fece in tempo a uscire dal cinema, cosa che in alcuni cineteatri era del tutto proibita. Trovarsi in simili circostanze ad attendere l'inizio della proiezione successiva deve essere stato straordinariamente scomodo dato che il *foyer* si trovava in pessimo stato. Il problema principale in tali condizioni non era tanto la noia, bensì l'angustia, l'assenza o l'esigua quantità di posti a sedere, lo sporco, l'aria satura di alcool, la mancanza di ventilazione. Le condizioni sanitarie di molti cinema erano inconsistenti e spesso mancavano i servizi di base: "in alcuni cinema non si osservavano le più elementari regole igieniche – alla Proletkino non c'era il gabinetto. Laddove c'era si trovava in condizioni pessime: a terra c'erano pozze che erano quasi sempre luride"¹⁹; "al cinema La Coffa non fanno le pulizie, ci sono ammassi di polvere, tele di ragno. In altri è anche peggio: manca l'acqua per bere, e si deve pagare al buffet per averla".²⁰ La mancanza di acqua potabile a disposizione del visitatore era messa in rilievo da molti spettatori; nel *foyer* gremito di gente la sete era un altro spiacevole inconveniente. Il *foyer* era immerso in una cappa di fumo, e laddove non era permesso fumare, gli spettatori dovevano uscire in strada, dal momento che non c'erano apposite stanze per fumatori (e non dappertutto era permesso uscire).

SATTO ANALISI Un'altra piaga sociale che vessava i cinema era rappresentata dal teppismo e dal furto. L'oscurità, l'ammasso della gente, e il trambusto favorivano la fioritura del crimine al cinema. Se nei cinema delle grandi città, alla fine degli anni Venti, la situazione era in qualche modo gestibile, nelle provincie, il problema della criminalità in sala era talmente grave da privare i cinema della funzione di intrattenimento culturale.

Il teppismo era il più grande male del cinema di Armavir. Alla Proletkino e al Saturno i teppisti rimettono, fischiano, sbraitano, fumano, sgranocchiano semi e simili. Ti passa qualsiasi voglia di andare al cinema. Tra gli interrogati molti caddero vittima dei borseggiatori che angustiavano il pubblico in sala. Era necessario far acquisire ad ogni cinema un quaderno dei reclami.²¹

Gli spettatori si sentivano timorosi nei cinema circondati com'erano da teppisti: "Chiedo di far allontanare i teppisti dal club, perché qui si sentono come in strada. Lo stesso dicasi per gli orfani". Gli orfani penetravano in massa, senza biglietto, nelle sale cinematografiche, dove divenivano i principali istigatori dei disordini. Nella speranza di sradicare il teppismo, gli spettatori esigevano di contrastare questo problema facendo isolare il passaggio in sala ai minorenni, organizzando loro apposite proiezioni.

7. Il cattivo lavoro del proiezionista

Guardare un film che presentasse una vita migliore non era comunque impresa facile, perché spesso intervenivano fattori del tutto pratici a disturbarne la visione. Uno di questi fattori era il lavoro di bassa qualità del proiezionista. Nel tentativo di aumentare il guadagno e allestire a sera un alto numero di proiezioni o di finire rapidamente il lavoro, il proiezionista mostrava i film ad alta velocità. Le cause obiettive del cattivo lavoro del proiezionista, del resto, erano anche altre: la pellicola si logorava in 15-18 settimane e i film potevano risentirne venendo distribuiti due volte. La qualità dei film nei cinema di seconda o terza visione, era di frequente bassa. Il caldo soffocante nella cabina di regia, la mancanza di ventilazione, la luce penetrante, il proiezionista insonnolito, le apparecchiature difettose – tutti questi fattori influivano negativamente sul suo lavoro. La proiezione era interrotta a intervalli dalle grida del pubblico: "leggi più lentamente le didascalie".²² Effettivamente, gli spettatori non alfabetizzati molto spesso non erano in grado di cogliere il corso dell'azione perché l'alta velocità di proiezione non consentiva loro di leggere le didascalie: "Sarebbe assai auspicabile che i film venissero mostrati più lentamente", "sarebbe molto auspicabile che i film non scorressero tanto velocemente, e che si desse un'opportunità ai semi-analfabeti", "non bisogna far andare avanti in fretta le pellicole altrimenti si strappano", "non c'è bisogno di correre dietro alla terza proiezione". Spesso la ripetizione incidentale di questa frase nei questionari svela il problema della proiezione accelerata della pellicola come uno dei tratti maggiormente irritanti del cinema di quel periodo. Mostrare i film ad alta velocità impediva di seguire l'azione sino al punto che gli intertitoli divenivano inintelligibili – lo osservava chi era istruito e chi non lo era veniva fortemente penalizzato. "È questa la causa – osservano gli spettatori – che fa scomparire l'interesse nei confronti del film e ne rende incomprensibile il contenuto". Ha senso discutere dell'influsso che il film di tipo ideologico esercitava sullo spettatore, quando molte erano i fattori a disturbarne la visione stessa? Oltre a questo, sullo schermo non di rado appariva una macchia, che schermava il film e ne comprometteva fortemente la visione. Spesso gli spettatori si lamentavano che lo schermo fosse di dimensione ridotta, che la debole luce nella sala cinematografica rendesse il film offuscato e pertanto si fosse costretti a sforzare la vista durante la visione.²³

SATTO ANALISI 8. // Divertissement

La qualità del *Divertissement* divenne altro motivo di insoddisfazione da parte degli spettatori: “In sostanza, è impensabile, dopo la visione del film, allestire una qualsiasi abborracciata esibizione di *balagan* [teatro dei saltimbanchi, N.d.T.]”²⁴, “Preferirei cambiare l’ordinamento del cinema e non rovinare l’umore dello spettatore mostrandogli lo spettacolo di un qualsiasi artista in tournée”.²⁵ Ma bisogna ammettere che, spesso, gli spettatori arrivavano al cinema esattamente per vedere questo tipo di rappresentazione. La stampa aveva sferrato una campagna contro tale fenomeno, e nel contempo contro l’atavismo del vecchio regime. Fino al 1916, il *Divertissement* era, per gli spettatori, una delle più importanti componenti della proiezione: “Non di rado, i frequentatori di cinema s’interessavano al banco della cassa: ‘C’è il *Divertissement* da voi?’ – e ricevendo risposta negativa abbandonano il cinema”.²⁶ Esistevano molte cosiddette cine-miniature – cinema con il *Divertissement*, dove il *Divertissement* occupava una gran parte della rappresentazione; questo tipo di cinema divenne di moda nel 1910 come alternativa alla tradizionale sala teatrale e al cinema – le proiezioni non eccedevano la mezzora e una rappresentazione accompagnava il film: vi si rappresentava un’opera oppure, più spesso, un’operetta, un numero di varietà, una *pièce* e via dicendo.²⁷ Quando la stampa disapprovava tale fenomeno voleva dire che la qualità delle esibizioni era assai bassa. La supremazia del *Divertissement* al cinema, negli anni della prima guerra mondiale, derivava dal deficit di pellicola e dal conseguente tentativo di compensare l’intrattenimento cinematografico ricorrendo a copiose rappresentazioni di altro genere. Prima e dopo la guerra, il *Divertissement* fu una parte significativa della proiezione.

La stampa pre-rivoluzionaria era insoddisfatta della qualità di queste esibizioni; la stampa sovietica descriveva la situazione che si era venuta a creare al cinema Baba Jaga a Pietrogrado come segue:

Danno al Baba Jaga l’autorevole film di agitazione *Abort*, – film che ha fatto molta impressione, come ci si sarebbe aspettato. Appena, al Baba Jaga, scorre l’ultima inquadratura del film, i servizievoli piccoli proprietari fanno entrare scena un giocoso presentatore, fanciulle sorde della piccola borghesia; ci sono persino delle danze erotiche, stornelli incredibilmente poveri di contenuti pronunciati da qualche bieco mestierante. Vale a dire: tutto l’immenso significato che aveva il film si perde nel vuoto. Contro queste bruttezze è necessario intraprendere una lotta durissima.²⁸

L’appunto era abbinato a una caricatura, che mostrava visibilmente le preferenze del pubblico, malgrado le osservazioni critiche fossero indirizzate nei confronti delle medesime esibizioni. Capiamo come il pubblico andasse al cinema senza entusiasmo: solitamente lo frequentavano anziani, che difficilmente potevano costituire l’uditorio destinato a un film di tipo educativo sull’aborto.

Il povero “Gladiatore abbattuto” (com’era denominato un cinema) è raffigurato completamente smagrito – gli introiti provenienti da questi film non erano granché. Dopo il film, era un pubblico assai diversificato a compiere scempi in sala: sfondare le finestre, appendersi alle porte; dopo la proiezione veniva il momento del programma d’intrattenimento, che forniva il principale introito del cinema privato.

Conclusione

Gli spettatori sovietici ricorrevano al termine “ex”-cultura, chiamando il cinema “*balagan*”, quando ragionavano intorno agli aspetti negativi del cinema. L’allusione alla cultura del *balagan* era forte e sentita: “in sostanza, è impensabile, dopo la visione del film, allestire una qualsiasi abborracciata rappresentazione del *balagan*”, “non serve introdurre la musica nel cinema, oppure il cinema si trasformerà in un *balagan*”, “vale la pena cancellare la pubblicità dei film poiché questa non fa che comunicare come

SATTO ANALISI gridano al *balagan*, quali artisti vi prenderanno parte. Fate un salto da noi e convincetevene”. In questo tipo di reazione si legge lo sforzo di tipo sovietico di estraniarsi dal passato, e vedere nel cinema un passatempo legato alla nuova tecnologia. Per quel che concerne la stampa sovietica, essa tentava di raggiungere il destinatario presentando il cinema come strumento di “istruzione” il cui apporto era quello di essere un’istituzione culturale destinata allo svago.

Le risposte ai questionari del tempo mettono in evidenza il desiderio, che lo spettatore nutriva, di presentarsi come persona acculturata. Contrapporre il proprio comportamento a quello di un soggetto deviato, definire la propria cultura per contrasto (distinguendola da quella della Nep e del teppismo pre-rivoluzionario): si tratta di azioni che caratterizzano chi risponde al questionario sentendosi detentore di una cultura (sovietica). A quel tempo, le pozze nei bagni, la ressa e la speculazione non apparivano come per magia – erano opera di quelle stesse persone, le quali rispondevano ai questionari. Sarebbe incongruo asserire che il cinema, negli anni Venti, fosse un’istituzione da paragonare, per quel che concerne il grado di evoluzione culturale, alla biblioteca. In questo articolo ho preso in esame il cinema come luogo che trovò spazio nella coscienza dello spettatore sovietico come luogo di svago *culturale*.

Elizaveta Zhdankova

Note

1. Traduzione dal russo a cura di Dunja Dogo.
2. Bollettino delle interviste riguardanti i cinema di Tula. Archivio Statale Russo di Arte e Letteratura (RGALI). Fondo № 564, inventario № 1, faldone № 358, f. 59.
3. M. N. Egorova, “Teatral’naja publika”, *Evoljutsia anketnogo metoda*, Mosca, 2010, pp. 8-10.
4. Va riconosciuta la specificità della fonte sotto esame: le interviste erano condotte volontariamente, vi prendevano parte non tutti i frequentatori delle sale, e inoltre le risposte più complete erano fornite dagli appassionati di cinema. Dal mio punto di vista il numero di risposte ottenute sommato a quello degli spettatori intervistati consente, comunque, di definire questo materiale rappresentativo. Il compito che mi pongo non consiste soltanto nel valutare la cultura dello svago nelle città, ma anche nel trascenderne i confini per rivolgermi alle pratiche della provincia, pratiche di gran lunga più sfruttate e meno studiate. Il livello della cultura cinematografica nei grossi centri (quali Mosca e Leningrado), che avevano beneficiato dell’esperienza cinematografica prima del 1917, era di ordine superiore. Le città che ho scelto – Tula e Armavir – vanno annoverate tra le città della provincia sovietica. Il materiale dei questionari, al quale presto attenzione, si conserva in piccola quantità, e l’esistenza di queste informazioni sullo spettatore delle piccole città sovietiche può essere considerata una fortuna nell’ambito della ricerca. Di conseguenza, la scelta del luogo e del periodo ai quali mi sono riferita (per assolvere al compito prescelto) è stata condizionata in larga misura dal materiale posseduto.
5. *Ivi*, p. 33.
6. RGALI. Fondo № 564, inv. №1, fald. № 358, f. 40.
7. Bollettino delle interviste agli spettatori durante le ispezioni nel cinema della città di Armavir. RGALI Fondo № 645 “Glaviskusstvo”, inv. № 1, fald. № 312, f. 56.
8. RGALI. Fondo № 564, inv. № 1, fald. № 358, f. 39.
9. RGALI. Fondo № 645, inv. № 1, fald. № 312, f. 56.
10. RGALI. Fondo № 564, inv. № 1, fald. № 358, f. 47.
11. *Ivi*, f. 20
12. Aller J. “Rossija protsvetaet”, *The Film Daily*. № 40, 16 agosto 1925. Tr. di Vasil’ev S.D. RGALI. Fondo № 2733, inv. 1, fald. 464, f. 1.
13. RGALI. Fondo № 645 “Главискусство”, inv. № 1, fald. № 312, f. 54.

SATTO ANALISI

14. *Ivi*, f. 36.
15. *Ivi*, f. 60.
16. *Ivi*, f. 24.
17. *Ivi*, f. 66.
18. *Ivi*, f. 32.
19. RGALI. Fondo № 645, inv. № 1, fald. № 312. f. 53.
20. *Ibidem*.
21. *Ivi*, f. 56.
22. Арт-экран. 1922-23. №4.
23. RGALI. Fondo № 645. inv. № 1, fald. № 312. f. 54.
24. RGALI. Fondo № 564, inv. № 1, fald. № 358, f. 21.
25. *Ivi*, f. 50.
26. Petrogradskij kino-zhurnal. 1916. № 3. p. 10.
27. A. Kovalova, Tsivian Ju, *Kinematograf v Peterburge. 1896-1917*, San Pietroburgo, 2011, p. 116.
28. *Kino-gazeta*. Pietrogrado, 2 febbraio 1923.

ART & Enjeux méthodologiques et théoriques liés à l'exploitation MEDIA FILES d'un fonds d'archives de magazines de bandes dessinées (1946-1959)

Le Fonds national suisse de la recherche scientifique (FNS) soutient à partir de janvier 2012, pour une durée de trois ans, un projet déposé conjointement par la Section de linguistique de l'Université de Fribourg (prof. Françoise Revaz, requérante principale du projet) et par la Section d'histoire et esthétique du cinéma de l'Université de Lausanne (prof. Alain Boillat).¹ Cette recherche repose sur l'exploitation d'un imposant fonds d'archives composé de périodiques de bandes dessinées qui a été acquis auprès du collectionneur Victor-Yves Ghebali en février 2010 par la Bibliothèque municipale de la Ville de Lausanne.² Cette institution poursuit depuis les années 1970 une politique, pionnière en Suisse, d'archivage de tout ce qui a trait à la bande dessinée, de l'album classique au matériel publicitaire, en passant par les planches originales.³ Ce parti pris permet au chercheur d'avoir à présent accès à plus de 50.000 albums de bande dessinée, ainsi qu'à environ 40.000 fascicules à parution périodique. L'acquisition de cette collection, d'une ampleur hors du commun, s'inscrit dans la volonté d'envisager la bande dessinée sous l'angle de l'archive, ce qui est encore relativement inhabituel dans ce champ d'étude, ainsi que l'exprime Frédéric Sardet, directeur des Archives et de la Bibliothèque municipale de la Ville de Lausanne, dans les propos suivants tenus lors d'un colloque:

Car, c'est une certitude, la bande dessinée va rejoindre (si ce n'est déjà fait) les espaces patrimoniaux [...] Cette approche doit se construire en respectant une éthique de la conservation. [...] [L'] action patrimoniale que l'on veut mener à Lausanne reste la condition, non pour créer une "postérité" à l'art mais pour autoriser l'analyse historique des conditions qui ont prévalu dans le temps à la construction et mutation d'un champ spécifique, source de pratiques culturelles.⁴

Notre étude de la collection de Victor-Yves Ghebali participe pleinement de ce programme. Ce dernier a en effet amassé une immense masse de périodiques de bande dessinée principalement parus entre 1920 et 1970, totalisant 15.000 documents pour 1000 titres.⁵ La bibliothèque joue ici pleinement son rôle d'intermédiaire en endossant le rôle de relais entre la pratique privée du collectionneur et la démarche scientifique de la recherche.

La caractéristique première de ce fonds est son hétérogénéité: il est en effet composé non seulement de classiques de la presse de bande dessinée, mais aussi de publications moins connues et peu étudiées (presse pour jeunes filles ou liée au scoutisme, publications chrétiennes, publicitaires ou destinées aux colonies francophones, etc.). L'accès à un tel fonds favorise une vision panoramique, si ce n'est de l'ensemble de la production, du moins d'un large éventail de ce qui s'offrait à un lecteur de bandes dessinées avant la disparition progressive du format "journal". La richesse de ce fonds nous permet de privilégier une démarche transversale, notre recherche échappant par conséquent à l'approche monographique dominant les rares études qui ont envisagé ce type de publications.⁶ Il s'agit pour nous en premier lieu de dessiner les contours d'un paysage éditorial encore peu traité – peut-être en raison du caractère éphémère du support même –, et de contribuer ainsi à l'élaboration d'une histoire plus complète de la bande dessinée.

Bornes temporelles

Le dépouillement de l'ensemble du fonds s'avérant illusoire, nous avons privilégié l'époque s'étendant

ART & MEDIA FILES

de l'immédiat après-guerre (1945-46) à l'année 1959. La borne inférieure est motivée par le changement des pratiques éditoriales qui intervient alors. En effet, la période de l'avant-guerre était marquée dans l'espace francophone par l'importation de bandes (majoritairement américaines, mais également italiennes). Or ce phénomène s'amenuise progressivement dès 1945, et la loi de 1949, qui conjugue un souci de bienséance et des préoccupations corporatistes, va bientôt couper court, par la censure qu'elle instaure, à l'importation des bandes étrangères.⁷ Le parfum de subversion des bandes importées incitera donc les éditeurs français à créer de véritables écuries de dessinateurs attachés à leur journal, ce qui contribuera de façon décisive à la mise en place d'une pratique nationale de production de bandes dessinées. En Belgique, cette période voit elle aussi la création d'équipes de dessinateurs, notamment autour du *Journal de Tintin* en 1946 et, sous l'impulsion de Jijé et de ses disciples (Franquin, Morris, Peyo, etc.), du journal *Spirou*. Ces auteurs se spécialisent dans la pratique du feuilleton, genre hégémonique de la presse destinée à la jeunesse. Chaque fascicule présente plusieurs aventures "à suivre" qui ont pour objectif d'accrocher et de fidéliser le jeune lecteur.⁸ La notion d'album étant alors des plus marginales⁹, il n'est pas abusif de dire que la bande dessinée était, en tant que moyen d'expression, appréhendée comme un récit discontinu, disponible uniquement sous la forme volatile du journal.

L'année 1959, qui constitue la borne supérieure de notre recherche, nous semble correspondre à un changement de régime dont le lancement de *Pilote* est emblématique, cette revue se distinguant de ses prédécesseurs francophones par une volonté d'élargir son lectorat au-delà du public enfantin. Conjointement à l'apparition de ce type de parutions, cette période voit la naissance des premiers discours de légitimation culturelle du médium – le Club des bandes dessinées (CBD) est fondé en 1962 – qui favorisent le développement d'une pratique souvent réflexive, plus ostensiblement inscrite dans une perspective d'auteurisation. Dès lors, le paysage éditorial présente une autre forme d'hétérogénéité, notamment en raison de l'essor considérable de la production d'albums et de "petits formats".¹⁰ Même dans les parutions sous forme de "journal", le feuilleton d'aventure cède progressivement le pas aux histoires complètes. Cette tendance s'observe par exemple à travers l'évolution du périodique *Vaillant*, créé en octobre 1944. En effet, après un premier changement de format en 1962 accompagné d'une modification du titre (le journal s'appelle désormais *Vaillant, le journal de Pif*), cette publication sera renommée *Pif Gadget* à la fin du mois de février 1969, alors que l'éditeur inaugure une formule dont la nouveauté ne réside pas seulement dans le "gadget" ludique offert en prime du journal, mais aussi, plus fondamentalement, dans la généralisation d'un mode narratif qui s'est peu à peu imposé dans ce type de publications au cours de la décennie: comme le note Henri Filippini dans l'introduction d'une récente compilation de bandes issues de ce journal, en cette année 1969, "les histoires à suivre aux multiples rebondissements sont définitivement abandonnées au profit de récits complets".¹¹ Cette mutation consacre l'hégémonie d'une nouvelle manière de concevoir, de diffuser et de lire la bande dessinée – pratiques qui ne seront pas sans influencer l'appréhension théorique de ce médium, avant tout pensé à l'aune de l'album – qui commence à se mettre en place à la fin de la période considérée ici, vers 1959-1960.

Perspectives théoriques

Le projet de recherche susmentionné s'intitule "Le découpage de l'action. Analyse narratologique de périodiques de bandes dessinées (1946-1959)". Comme cet énoncé l'indique, l'examen des objets et la construction d'un cadre théorique sont prioritaires dans notre démarche. Ouverte à l'étude de la dynamique instaurée entre le texte et son lecteur et à la prise en compte de ce qui excède la "clôture" du texte, la narratologie "post-classique" dans laquelle s'inscrivent les travaux de Françoise Revaz¹² se prête particulièrement bien à l'étude de la compréhension de l'action par le lecteur et des effets de la feuilletonnisation. A l'instar de certains représentants de la "nouvelle histoire" du cinéma (tels qu'André

ART & MEDIA FILES

Gaudreault, Tom Gunning, François Albera ou Charles Musser) qui s'est constituée au cours des années 1980-1990 et qui exerça également un impact sur la littérature relative à la bande dessinée (on pense notamment à des théoriciens comme Philippe Marion et Thierry Smolderen, ou aux plus jeunes chercheurs Pierre Chemartin et Nicolas Dulac), notre objectif est d'offrir une véritable assise historique à nos observations en prenant soin de rapporter nos constats au contexte éditorial des périodiques et à certaines pratiques qui traversent ces publications (et d'autres) à une époque donnée.

Notre périodisation vise à mettre l'accent sur le paramètre de la feuilletonnisation qui constitue, dans l'après-guerre, le mode dominant de diffusion de la bande dessinée. Notre objectif est ainsi de remédier à une lacune dans l'étude de la bande dessinée qui a été très judicieusement pointée par Jan Baetens en ces termes:

Les définitions françaises, si elles n'omettent en rien la dimension temporelle de la planche ou de l'album [...], tendent malgré tout à réduire l'activité du lecteur au seul parcours [...] de la page ou du livre. D'autres aspects essentiels sont beaucoup moins thématiques, qui ont tout à voir avec la dynamique de la lecture et le caractère fragmenté, désuni, saccadé de la bande dessinée: par exemple les à-coups de la lecture, qui n'est jamais homogène (la lecture s'interrompt, continue, recommence, saute des parties, et ainsi de suite), ou encore la dialectique plus importante encore de l'oubli et de la mémoire (dans le feuilleton, par exemple, il n'est pas toujours nécessaire d'avoir présentes à l'esprit toutes les péripéties antérieures: il suffit de savoir que "ça" a déjà commencé et que "ça" va continuer). Ces propriétés temporelles de la bande dessinée, qui sont tout sauf statiques, échappent à la description de l'œuvre offerte à la vue et à l'analyse comme un ensemble clos. Elles ont tout à voir en revanche avec le caractère inachevé [...] de la lecture d'un certain type de bande dessinée qui déclenche et entretient justement pareille lecture étalée dans le temps.¹³

Afin d'examiner, à partir du dépouillement de notre corpus, comment les auteurs de bandes dessinées s'y sont pris pour "déclencher et entretenir une lecture étalée dans le temps", caractérisée par une discontinuité en partie comblée grâce à des procédés d'annonce, de continuation et de rappel qui lient les épisodes entre eux, nous avons établi une grille de lecture comprenant un ensemble de paramètres.¹⁴ Le repérage systématique effectué sur la base de ces critères assure la transversalité de l'approche, et devrait permettre de dégager certaines dominantes.

La suspension de l'action qui survient à la fin de chaque épisode d'une livraison se joue également à d'autres niveaux dans ce médium composé d'images fixes et dont le signifiant est fortement segmenté (en cases, strips, planches et éventuellement doubles pages). C'est pourquoi notre étude s'étend également plus largement aux modalités de représentation des phases d'un geste ou d'une action. Souvent, le modèle de la décomposition chronophotographique est évoqué pour aborder cette question.¹⁵ Dans le cas de la bande dessinée franco-belge réalisée durant la période considérée ici, ce procédé consistant à figurer, sur le modèle des plaques photographiques d'Etienne-Jules Marey, de façon "stroboscopique" plusieurs phases dans une même case n'est guère usité. Quant à la distribution des dites phases sur plusieurs cases successives – pratique qui rappelle plutôt le mode d'édition des travaux de Muybridge, qui selon Martha Braun opérait une sélection d'instantanés prégnants¹⁶ –, elle ne représente pas un mode dominant de structuration de la représentation de l'action dans la majorité des planches de notre corpus, même si un dessinateur comme Jijé représente ponctuellement de cette manière une action effectuée par un même personnage, représenté de profil sur un fond dépouillé (fig. 1).¹⁷ Il ne faut toutefois pas se limiter à ce modèle qui se révèle certes opératoire, mais marginal dans le corpus qui est le nôtre.

C'est pourquoi le niveau du découpage de l'action, envisagé dans ses diverses modalités, nous semble plus pertinent que celui de la décomposition du mouvement pour rendre plus précisément compte des

ART & MEDIA FILES



Fig. 1

phénomènes à l'œuvre dans les planches examinées. Le terme de “découpage” est issu du champ du cinéma, où il sert à qualifier l'une des étapes de l'écriture scénaristique (le “découpage technique”) qui est par ailleurs également présente au cours de la genèse d'une bande dessinée (à l'instar de son pendant iconique, le *storyboard*). Toutefois, la notion de “découpage” est peu discutée sur un plan théorique dans les études cinématographiques.¹⁸ Dans un essai célèbre¹⁹, André Bazin se référerait certes à cette notion en l'opposant à celle de “montage” (c'est-à-dire à l'esthétique “montagiste” des cinéastes soviétiques et des avant-gardes européennes des années 1920), mais c'était dans l'intention toute rhétorique de valoriser une certaine conception de l'assemblage des plans en raison du supposé gain de réalisme induit par le découpage, ce dernier étant associé au maintien d'une continuité spatio-temporelle similaire à celle d'une représentation scénique²⁰ (d'où la tendance à utiliser ce terme pour parler de segments qui s'articulent en fonction de raccords en champ/contrechamp). Dans un article portant sur la standardisation idéologique introduite avec la généralisation du cinéma parlant (qui consacra l'hégémonie d'Hollywood), Jean-Louis Comolli reviendra sur cette question dans une perspective critique afin de vilipender le modèle réactionnaire de la “transparence” véhiculé par ce type d'esthétique:

Le découpage a partie liée à la représentation bourgeoise, à la conception métaphysique de la scène filmique comme reproduction et révélation d'un déjà-là. [...] Il ne produit pas cette scène, [...] il ne la divise pas, il la découpe précisément, en en préservant l'unité postulée comme “réelle” ou “naturelle”.²¹

On le voit, les termes de ce débat ne s'appliquent guère au médium bédéique qui, lui, se caractérise intrinsèquement par une discontinuité résultant de chaque intercase. L'unité de la scène n'est pas préservée, mais suggérée par le médium et créée dans l'esprit du lecteur. C'est pourquoi, alors qu'elle est peu usitée dans les écrits théoriques sur le cinéma, la notion de “découpage” nous semble pertinente pour aborder la bande dessinée: chaque dessin constitue en effet une “(dé)coupe” à laquelle le dessinateur a procédé à partir d'un flux virtuel qu'il soumet à l'imagination de son lecteur. On peut dès lors s'interroger tant sur les techniques du dessinateur de BD – sur ce point, les manuels didactiques s'avèrent allusifs (à l'exception notable de Will Eisner, fig. 2-3)²², cet objet demeurant en grande partie un impensé théorique – que sur les processus de compréhension de l'action par le lecteur. Ces phénomènes ont déjà été envisagés par les narratologues, notamment à partir de la notion de “script”.²³ A ce titre, les théorisations du “réseau conceptuel de l'action” de Paul Ricœur et de Bertrand Gervais s'avèrent à notre sens utiles pour penser la bande dessinée.²⁴

ART & MEDIA FILES

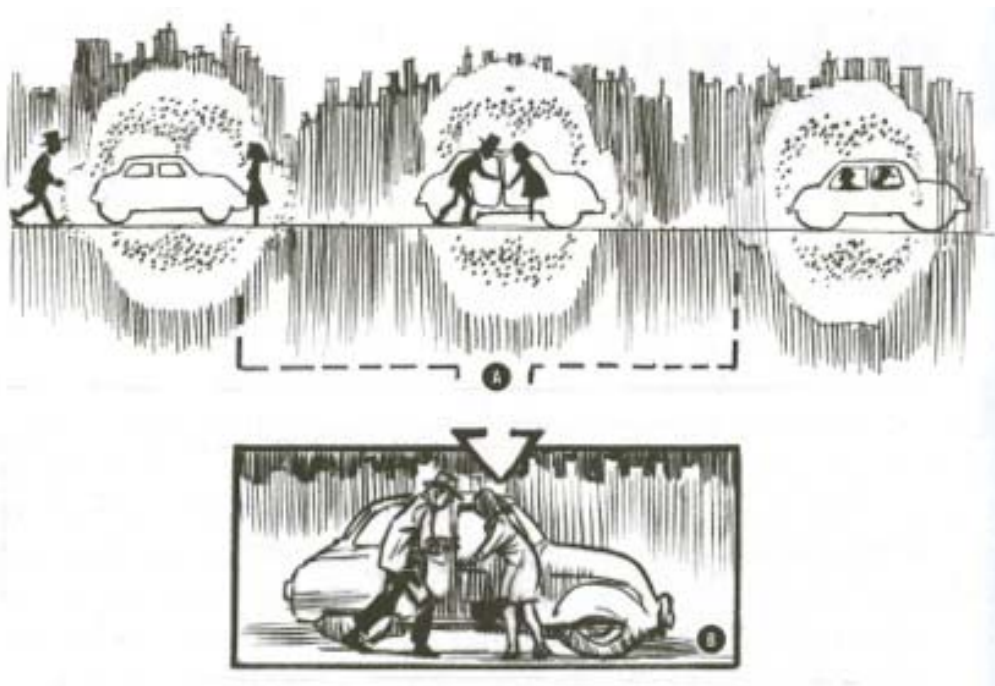


Fig. 2



Fig. 3

Par ailleurs, la dichotomie découpage/montage nous permet de questionner la manière dont les productions cinématographiques ont contribué à modéliser certaines représentations en BD.²⁵ Au niveau du contenu narratif, des motifs iconiques et de l'inscription dans des genres, le cinéma constitue souvent une source d'inspiration. Les emprunts à cet autre médium sont même revendiqués dans les adaptations bédéiques de films que l'on trouve dans certains périodiques de notre corpus. Ainsi, la première formule de *L'Intrépide* se fait-elle une spécialité de ces "films de papier", affirmant cette stratégie d'exploitation

ART & MEDIA FILES

du vivier de récits mis à disposition par l'industrie hollywoodienne et française dès son premier numéro qui, paru le 8 décembre 1948, présentait ainsi trois des séries BD proposées: *Tumak fils de la Jungle*, "d'après la production américaine éditée par les films MARCEAU"²⁶; *Rocambo*, "d'après le film de J. de Baroncelli, tiré du roman de Ponson du Terrail; une production de Discina"; enfin *Zorro le vengeur masqué*, "d'après le film américain édité par les Films De Koster". Dès le numéro 6 du 12 janvier 1949, *The Sea Hawk (L'Aigle des mers*, Michael Curtiz, 1940) fait son apparition. Notons que les films adaptés ne sont pas, à cette époque, des sérials cinématographiques ou télévisuels (ni des productions plus ou moins contemporaines de la parution des périodiques): une fois transposées en cases et en bulles, les aventures trépidantes de longs-métrages appartenant aux genres de l'aventure, du film de cape et d'épée, du polar ou du western sont saucissonnées en épisodes dont la lecture s'étend sur plusieurs mois.

Ce n'est pas le lieu ici de discuter la dimension théorique de nos recherches. Il nous semble plus important de montrer en quoi la discussion de concepts narratologiques – par exemple celui de "tension narrative", popularisé dans le champ francophone par Raphaël Baroni à la suite de Meir Sternberg²⁷ – procède ici des observations faites à partir des archives à disposition, que nous projetons de valoriser à travers une exposition intitulée "Avant l'album" qui se tiendra à Lausanne en octobre 2013. Pour illustrer les spécificités de ce que l'on a coutume d'appeler, non sans téléologisme, la "pré-publication" sous forme de feuilleton dans les périodiques, nous terminerons sur l'étude d'un cas dont la version en album est fort célèbre: il s'agit du *Mystère de la grande pyramide*, et plus précisément des épisodes 12 à 14 tels qu'ils ont été publiés dans les numéros 23 à 25 du *Journal de Tintin* en 1950. Cette aventure a profité d'une campagne de lancement importante qui, fait rare (seule la série *Tintin* y avait droit dans le périodique homonyme), s'est étalée sur plusieurs semaines. On verra que les solutions trouvées par Edgar P. Jacobs diffèrent considérablement des planches du premier tome de l'album paru dès 1954.

Substitution: le foulard du feuilleton et les lunettes de l'album

Le passage que nous avons choisi d'examiner, épisode nocturne qui tend à s'autonomiser en raison de sa teinte bleutée homogène et de la forte densité actionnelle qu'il présente (la présence du verbal y est considérablement réduite comparativement aux planches qui le précèdent et lui succèdent, notamment au niveau des bulles), raconte sur trois planches la recherche par Olrik d'un document dans le musée historique du Caire. Mortimer est à ses trousses – le lecteur est guidé par le faisceau de sa lampe de poche dont le jaune vif se détache du bleu foncé ambiant –, mais il se fera assommer par son ennemi d'un coup de matraque, après que ce dernier aura réservé le même sort au gardien de l'établissement. Trois planches successives s'achèvent sur une case montrant un mouvement suspendu d'Olrik sur le point de frapper quelqu'un: ce "matraquage" répété, qui ponctue l'ensemble de l'aventure, est symptomatique d'une mécanique feuilletonnesque visant à tenir en haleine le lecteur à l'issue de chaque livraison.

C'est pourquoi, dans le feuilleton, la fin de chaque page est mise en évidence. Ainsi en va-t-il du surgissement d'Olrik, dont la silhouette (le beige de son imperméable se détache clairement du fond bleuté, fig. 4)²⁸ vient rompre l'équilibre compositionnel de la première planche (assez hiératique si l'on fait abstraction de cet effet de rupture), et provoque la surprise du gardien et du lecteur (même si celui-ci sait que le brigand s'est introduit dans le musée). Dans la case correspondante de l'album, la tenue vestimentaire d'Olrik, plus foncée, se confond plus avec l'arrière-plan (fig. 5)²⁹; en fait, dans ce passage de la réédition, un autre régime de tension narrative s'ajoute à la "surprise": celui de la "curiosité".

Dans les planches du *Journal de Tintin*, Olrik est reconnaissable d'entrée de jeu (son visage en gros plan n'est pas dissimulé, fig. 6)³⁰, de sorte que le dévoilement ultérieur de l'identité du malfrat s'effectuera de manière insatisfaisante (ce qui n'enlève rien à l'efficacité de la logique feuilletonnesque). L'album, lui, tente de recentrer le point de vue sur son héros, Mortimer, afin de faire de la révélation de l'identité de

ART & MEDIA FILES

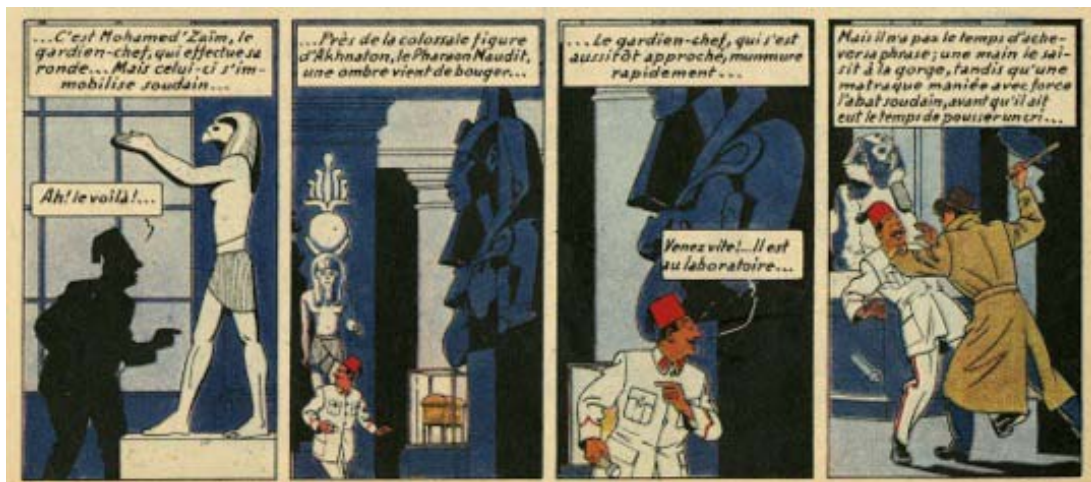


Fig. 4



Fig. 5



Fig. 6

ART & MEDIA FILES

l'assillant, qui constitue un facteur d'inscription dans la série (comme en témoigne la référence en bas de page à l'aventure précédente, *Le Secret de l'Espadon*), un élément central d'organisation narrative. C'est pourquoi, dans la version en album pour laquelle Jacobs a procédé à une recomposition des cases, le foulard qui sert dans un premier temps à cacher le visage d'Olrik – il a remplacé les lunettes noires du périodique qui ne suffisaient pas à masquer les "traits" du personnage³¹ – est ensuite exploité en vue d'intriguer le lecteur en fin de planche, l'ultime case montrant en gros plan la main de la victime agrippée à ce morceau d'étoffe (fig. 7).³²



Fig. 7

Cette image est comprise comme le résultat du regard de Mortimer, le texte du récit précisant que celui-ci "vient d'apercevoir", dans un rapport d'immédiateté avec l'activité perceptive du lecteur, "un foulard de soie noire". Par ailleurs, le mode de publication en album permet à Jacobs d'insérer, juste après le gros plan sur le foulard, une image de grand format (elle occupe l'entièreté de la page) qui vient synthétiser l'action en un instant prégnant (celui qui précède le coup de matraque asséné à Mortimer, fig. 8).³³ Cette case spectaculaire qui occupe une surface inconcevable dans le périodique offre une plus-value à l'album, conçu comme un objet luxueux (impression soignée, dos toilé,...). Olrik n'est pas à proprement parler saisi dans une phase de l'action: on suppose qu'il est immobile, tendu vers l'action à venir comme le lecteur l'est vers la planche suivante. Tous les éléments posés jusque-là sont repris dans un cadrage plus large incluant les deux protagonistes, dans une composition dynamisée par une diagonale descendante – concrétisation de la courbe narrative³⁴ – qui, contrastant avec la verticalité du décor monumental, corrèle visuellement sur un même axe les actants du récit (l'agresseur, sa victime et l'objet baigné dans le faisceau lumineux de la lampe), placé sous le regard impérial et impassible des dieux égyptiens dont les statues encadrent la scène. Une lecture tabulaire est activée, non seulement en raison du format hors-norme de la case, mais aussi de la fixité supposée des éléments du décor et de la suspension du mouvement.

ART & MEDIA FILES



Fig. 8

Le lecteur n'est donc pas guidé de la même manière dans le dédale du musée et du récit de Jacobs selon qu'il lit les pages du périodique ou de l'album. Par ailleurs, nous pouvons poursuivre cette comparaison en ajoutant une nouvelle variante: il s'agit d'une version parue aux éditions Blake et Mortimer en 2002. On y constate un paradoxe: détaillé, le dessin du visage d'Olrik court-circuite toute curiosité, alors que le scénario semble vouloir l'activer. Cette troisième version semble vouloir combiner la stratégie à l'œuvre dans le feuilleton avec celle qui prévaut dans la première version de l'album. L'existence de telles variantes souligne la nécessité d'étudier la bande dessinée dans les différents contextes éditoriaux qui furent les siens, et de retourner aux supports premiers de publication tels qu'on peut les trouver dans certains lieux d'archives.

Alain Boillat et Raphaël Oesterlé

Note

1. Outre les deux professeurs susnommés, deux chercheurs participent à ce projet de recherche: Marine Borel (section de linguistique) et Raphaël Oesterlé (section de cinéma). Lors de la conférence donnée en 2011 à Gorizia par Alain Boillat, l'intervention portait sur un état préparatoire du projet. Dans le présent article, nous intégrons certains constats et résultats de cette recherche en cours.
2. Référencé en tant que "Fonds d'archives privées P618 (Ghebali Victor-Yves)".
3. Une page Internet du site de la ville de Lausanne a récemment réuni les activités spécifiquement liées à la bande dessinée sous l'appellation "Centre BD" (voir: <http://www1.lausanne.ch/ville-culturelle/culture-a-vivre/bibliotheques/lausanne-et-la-bd.html>).
4. Frédéric Sardet, "Le patrimoine de la bande dessinée à Lausanne. Réflexions pour un programme",

ART & MEDIA FILES

- Médiadix, 2010, colloque "La bande dessinée, un art sans mémoire", Paris Nanterre, 10-11 juin 2011.
5. En ce qui concerne la période envisagée ici, les périodiques les plus importants sont les suivants: *Bayard* (1946-61), *Bravo* (1940-51), *Captain Sabord* (1947-49), *Cœurs Vaillants* (1946-57), *Coq Hardi* (1944-56), *Donald* (1947-53), *Far-West* (1955-58), *Hurrah* (1953-59), *IMA* (1955-58), *L'Intrépide* (1948-62), *Mickey Magazine* (1950-59), *Oxygène* (1944-50), *Le Petit Canard* (1946-49), *Spirou* (1941-2002), *Tarzan* (1946-53), *Tintin* (1946-73), *Vaillant* (1946-57) et *Wrill* (1946-49).
 6. Notamment Henri Filippini, *Histoire du journal et des éditions Vaillant*, Grenoble, Jacques Glénat, 1978; Thierry Martens, *Le Journal de Spirou 1938-1988 (Cinquante ans d'histoires)*, Marcinelles, Dupuis, 1988; Dominique Maricq, *Le Journal de Tintin*, Bruxelles, Editions Moulinsart, 2006.
 7. Voir Thierry Crépin et Thierry Groensteen, "On tue à chaque page!" *La loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse*, Paris, Editions du Temps, 1999.
 8. Les seules histoires complètes sont les gags en une planche et les récits à but éducatif de quelques pages narrant épisodes historiques héroïques ou vies édifiantes. La rubrique des *Belles histoires de l'Oncle Paul*, initiée dans *Spirou* en 1951, en est l'exemple le plus connu (à tel point que ces planches ont récemment connu une réédition).
 9. Fondateur du *Journal de Tintin* et des éditions du Lombard, Raymond Leblanc témoigne de cet état de fait dans un entretien de 1996: "D'abord, nous n'étions pas en principe éditeurs d'albums! [...] Et puis, après deux ou trois ans de parution du journal, nous avons reçu des demandes de plus en plus nombreuses de lecteurs nous réclamant *L'espadon!* [...] Nous avons fait ce premier album de Jacobs à titre de test, pour voir comment les lecteurs allaient réagir. Parce que nous nous posions la question: 'Ils viennent de lire cette histoire dans le journal *Tintin*, comment se fait-il qu'ils en redemandent?'" (Hugues Dayez, *Le Duel Tintin-Spirou*, Bruxelles, Editions Luc Pire, 1997, p.15).
 10. Il s'agit de fascicules de petite taille composés de différents récits complets consacrés à un personnage.
 11. Henri Filippini, "50 ans de BD. *De Vaillant à Pif Gadget*", in *Le Meilleur de Pif*, Issy-les-Moulineaux, Vents d'Ouest, 2005, p. 5.
 12. Voir notamment Françoise Revaz, *Introduction à la narratologie. Action et narration*, Bruxelles, DeBoeck/Duculot, 2009.
 13. Jan Baetens, "Strip, série, séquence", *Transatlantica* [en ligne], n. 1, 2010, mis en ligne le 27.09.2010, p. 6.
 14. Cette grille de lecture permet de rendre compte du fonctionnement des débuts et fins d'épisodes, ainsi que du mode d'inscription du feuilleton au sein d'une série. Nous sommes attentifs aux types d'enchaînement en début d'épisode (reprise, continuité, ellipse) et aux modes de relance en fin de planche (suspense ou curiosité). Les éléments tant iconiques que verbaux font l'objet de ce repérage. Nous relevons également le degré de clôture que présentent les livraisons hebdomadaires, celle-ci étant garante d'une certaine autonomie.
 15. Laurent Guido, "De l'instant prégnant aux gestes démultipliés: scansions filmiques du mouvement dans la bande dessinée", in Ph. Kaenel et G. Lugin, *Bédé, ciné, pub et art. D'un média l'autre*, Gollion, Infolio, 2009, pp. 95-116; Thierry Smolderen, *Naissances de la bande dessinée*, Bruxelles, Impressions nouvelles, 2009. Dans une étude consacrée à la série *Little Sammy Sneeze*, l'un de nous a montré que ce modèle sous-tend certes une partie de la représentation (l'éternuement du personnage éponyme à l'avant-plan), mais non les diverses actions quotidiennes situées à l'arrière-plan sur lesquelles repose le principe de variation de cette série au récit minimaliste (Alain Boillat, "Le récit minimal en bande dessinée: l'histoire constamment réitérée d'un éternuement dans la série *Little Sammy Sneeze* de Winsor McCay", in S. Bedrane, Fr. Revaz et M. Viegnès (eds.), *Le Récit minimal. Du minime au minimalisme: littérature, arts, médias*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2012, pp. 103-117).
 16. Voir la comparaison entre Marey et Muybridge dans Martha Braun, *Picturing Time: The Work of*

ART & MEDIA FILES

Etienne-Jules Marey (1830-1904), Chicago/London, University of Chicago Press, 1992.

17. Jijé, *Jerry Spring*, vol. 8, *Fort Red Stone*, planche 16 originellement parue dans le *Journal de Spirou*, n. 1076, 27 novembre 1958 (seconde planche, à droite).

18. A notre connaissance, seul les *Cahiers Louis-Lumière* ont spécifiquement consacré, dans leur numéro 5 (2008), un dossier à cette notion.

19. André Bazin, "L'évolution du langage cinématographique", in *Qu'est-ce que le cinéma*, Paris, Cerf, 1995 [1950-1955; 1958].

20. "En d'autres termes, jouée sur un théâtre et vue d'un fauteuil d'orchestre, cette scène aurait exactement le même sens, l'événement continuerait d'exister objectivement. Les changements de points de vue de la caméra n'y ajoutent rien." (A. Bazin, *op. cit.*, p. 72).

21. Jean-Louis Comolli, "Quelle parole? (Technique et idéologie, 6)", *Les Cahiers du cinéma*, n. 241, septembre-octobre, 1972.

22. Eisner précise notamment: "Lors de la narration visuelle, la tâche de l'auteur/artiste est d'enregistrer un flux continu d'expériences et de le montrer du point de vue du lecteur. Il faut pour cela séparer ce flux d'expériences en segments de scènes "figées", enfermées dans un cadre ou une case." (*Les Clés de la bande dessinée*, vol.1, Paris, Delcourt, 2009 [1985], p. 46). Si le dessinateur est attentif à la question de la figuration du mouvement et de la sélection de phases spécifiques, ses recommandations demeurent fort générales lorsqu'il s'agit de motiver certains choix: "Dans une série de huit mouvements qui montrent une action d'environ 30 secondes, une des poses représentatives est figée. Elle est choisie *en fonction de la relation entre celles qui la précèdent et celles qui lui succèdent.*" (*op. cit.*, p. 115; nous soulignons).

23. Voir notamment Françoise Revaz, *op. cit.*, pp. 40-41.

24. Paul Ricœur, *Temps et récit, tome 1 (L'intrigue et le récit historique)*, Paris, Seuil, 1983; Bertrand Gervais, *Récits et actions. Pour une théorie de la lecture*, Québec, Editions du Préambule, 1990.

25. Les auteurs de bandes dessinées se sont en effet considérablement appuyés sur la légitimation culturelle du cinéma pour valoriser leur propre moyen d'expression, ainsi que l'un de nous l'a discuté ailleurs (voir Alain Boillat, "Prolégomènes à une réflexion sur les formes et les enjeux d'un dialogue intermédial. Essai sur quelques rencontres entre la bande dessinée et le cinéma", in *Les Cases à l'écran. Bande dessinée et cinéma en dialogue*, Genève, Georg, 2010, pp. 25-121).

26. *Tumak, fils de la jungle* était le titre français du film *One Million B.C.* (Hal Roach, 1940) dont Raymond Poïvet, fidèle à son intérêt graphique pour le gigantisme des animaux préhistoriques (voir ses pages de *King Kong* ou la série *Les Pionniers de l'Espérance*, propose ici une adaptation dessinée.

27. Meir Sternberg, *Expositional Modes and Temporal Ordering in Fiction*, Baltimore/London, Johns Hopkins University Press, 1978; Raphaël Baroni, *La Tension narrative*, Paris, Seuil, 2007.

28. "Le Mystère de la Grande Pyramide", *Journal de Tintin*, n. 23, 8 juin 1950 (4^e de couverture).

29. *Le Mystère de la Grande Pyramide*, Bruxelles, Lombard, 1954, p. 16.

30. "Le Mystère de la Grande Pyramide", *Journal de Tintin*, n. 24, 15 juin 1950 (4^e de couverture).

31. Le goût prononcé de Jacobs pour le travestissement de ses personnages provoque d'autant plus la "surprise" que le style de la ligne claire s'y prête a priori mal, les visages étant de facto fortement schématisés.

32. *Le Mystère de la Grande Pyramide*, *op. cit.*, p. 17.

33. *Le Mystère de la Grande Pyramide*, *op. cit.*, p. 18.

34. Raphaël Baroni définit en effet le suspense en disant qu'il enjoint le lecteur à effectuer un *pronostic*, c'est-à-dire une "interprétation "descendante" visant à anticiper le développement futur" (R. Baroni, *op. cit.*, p. 111).

ART & MEDIA FILES **La bande dessinée, expérience “archivable”** *La mémoire en bédé, entre dispositifs de lecture et stratégies culturelles*

En 2010 a eu lieu un colloque sur un sujet partiellement proche à celui dont nous nous occupons ici: les relations entre bande dessinée et mémoire. Le titre était “La bande dessinée: un ‘art sans mémoire’?”¹, et la question qui se posait concernait le rôle de la mémoire dans les pratiques éditoriales et les imaginaires de la “culture BD”. Il y avait une hypothèse générale: que la bande dessinée n’a pas nourri, dans son parcours historique, une politique de la mémoire. Comme a été écrit par Thierry Groensteen “La bande dessinée est un art qui cultive volontiers l’amnésie et n’a pas grand souci de son patrimoine”.²

Les symptômes principales de l’amnésie, selon cette hypothèse – argumentée dans l’appel à contribution du Colloque, dans le texte³ qui l’avait inspiré, et dans certaines communications⁴ – seraient nombreux: l’absence ou faiblesse des institutions députées à cultiver la mémoire (musées, festivals, écoles); l’habitus de l’édition à construire des catalogues qui ne comprennent que marginalement les œuvres du passé; les difficultés intellectuelles, dans les études et les pratiques de la critique, à enchaîner un Canon, comme discours sur la construction et négociation historique d’une mémoire partagée; les pratiques de création, où les auteurs revendiquent très rarement l’appartenance à des traditions ou généalogies artistiques axées sur la longue durée; un intérêt limité, chez les lecteurs, pour l’histoire générale de la bande dessinée, absent ou centré seulement sur les intérêts très spécifiques de “communautés de goûts”, ou des sous-groupes sociaux de la culture BD (l’histoire des superhéros pour les passionnés de superhéros; celle du manga pour les lecteurs de manga); etc.

Néanmoins, dans le contexte contemporain, la mémoire apparaît comme une question de plus en plus stratégique pour la bande dessinée. Il suffit de considérer un certain nombre de phénomènes: l’expansion des rééditions et récupérations philologiques (les “Complete Editions” de *Peanuts* à *Krazy Kat* à Töpffer), les investissements publiques et privés dans le secteur muséal (Angoulême, Kyoto, Louvain-la-Neuve, Barcelone), les débats récurrents sur le sujet du Canon (et la canonisation représentée encyclopédies et dictionnaires sur la bande dessinée), le travail des auteurs concentrés dans une représentation de la mémoire dans leur créations, voire comme sujet personnel (le soit-dit genre “autobiographique” de *Maus* à *La guerre d’Alan*⁵) ou social (l’approche du “comics journalism” de Joe Sacco à Igort) ou même esthétique et historiographique (le travail sur la mémoire linguistique du médium pratiqué par Seth, Chris Ware, Art Spiegelman et autres).

Dans ce cadre, une réflexion plus aboutie sur la mémoire dans la bande dessinée se pose donc avec pertinence. Mais de mon point de vue, et selon la perspective d’une histoire sociale de ce médium, je ne pense pas que la bande dessinée ait été une sous-culture amnésique, et que la mémoire à plutôt toujours joué un rôle décisif dans le modelage sociale du médium.⁶ Plus précisément, dans ce texte j’offrirai quelques éléments et suggestions autour d’une hypothèse. C’est-à-dire l’idée que la mémoire, tout au cours de l’histoire de la bande dessinée, a été une dimension culturelle très liée voit à la forme voit à la métaphore des *archives*, dans deux sens: celui du dispositif et celui des imaginaires socio-culturels. Un statut “archivale” de la bande dessinée qu’on a rarement mis en évidence dans sa force et sa productivité, et qui – en plus – est en train de changer radicalement face aux enjeux de la numérisation.

Le dispositif: la page comme archive

Même si la théorie a travaillé très rarement sur le dispositif de la bande dessinée, nous avons quand même à disposition un certain nombre de notions pour la décrire et comprendre. En gros – et en bref – nous savons qu’il s’agit de: un ensemble d’images juxtaposées, placées en relations multilinéaires (essentiellement narratives), et configurées selon les logiques spatiales de la *tabularité* de ce qu’on

ART & MEDIA FILES

appelle *planche*.⁷ La relation entre dessins, cases, planche et page a finalement gagné dans les deux derniers décennies une centralité théorique très productive.⁸ D'un côté, elle a permis de dépasser les impasses des études sémiologiques sur les codes ou sur l'énonciation, figés sur le (vieilles) notions de grammaire ou syntaxe. De l'autre côté, cela a permis de concentrer l'attention sur l'expérience d'écriture/lecture de la bande dessinée, selon une vision qui considère le rôle de la planche et de l'ensemble des pages comme éléments de médiation décisifs dans la production du sens.

La "planche/page BD" doit être considérée, dans ma perspective, comme une *interface*⁹ en même temps *matérielle* (pour médier l'interaction physique entre homme-lecteur et objet-bd) et *immatérielle* (pour médier l'action fictionalisée dans l'espace visuel de l'album). C'est-à-dire, elle est un objet de papier et une surface rectangulaire qui contient un certain nombre de informations, structurées selon un certain ordre d'accès et liées par certaines relations avec les autres pages. Le dispositif de la bande dessinée, donc, enraciné dans l'expérience de la lecture, serait lié à une interface-page dans la mesure où celle-ci nous donne accès à un *database* d'images grâce à sa fonction de médiation: la page-planche est l'interface qui structure l'ordre des relations entre les dessins (les cases etcétera) et les manipulations et les jeux de regard du lecteur.

Il est assez évident, ici, l'importance de dépasser ou quand même intégrer les approches textualistes traditionnels qui décrivent cet ordre en termes de linéarité (*sequential art*) ou translinéarité (*arthrologie*, selon Groensteen¹⁰), pour se concentrer sur les études – bien que encore très rares – sur la perception de la bande dessinée en tant qu'objet matériel, et donc sur son expérience concrète. Je pense ici aux recherches empiriques (avec *eye-tracking*) sur la lecture de bande dessinée, ou aux analyses influencées par les perspectives cognitivistes sur la perception et la compréhension des objets visuels (art, *graphic design* etc).¹¹ Suivant ces perspectives, on arrive à éclairer plus facilement comme la lecture d'une bande dessinée dépend aussi des lois de la Gestalt ou des fonction des interfaces graphiques qui informent et gouvernent la production du sens du point de vue du lecteur. Parmi les portées de ces recherches, on note – et ici je synthétise beaucoup – deux traits importants.

- 1) Le premier est que la lecture passe par plusieurs phases, dont un rôle centrale est attribué à la *feuilletabilité* et à la *re-traçabilité*.¹² Feuilletter c'est une expérience banale mais pas sans conséquences ou implications. La possibilité de relire des parties d'un album ou une séquence, par exemple, est parmi les pratiques plus communes dans l'expérience matérielle de lecture de bande dessinée, comme témoigné par quelques recherches empiriques. Et ce qu'on appelle souvent le "plaisir de la relecture" se montre ici comme souvent le contraire d'un plaisir: un besoin nécessaire, une pratique indispensable. Le *database* des cases et des pages, dans plusieurs pratiques de lecture, doit être retracé: pour reconstruire un ordre, ou rechercher un passage décisif, dont le but est tout simplement arriver à une suffisante ou meilleure compréhension des relations entre certains éléments.
- 2) Le deuxième est l'enchaînement d'une dynamique macro-micro témoignée par quelques test de *eye-tracking*: les lecteurs (surtout les plus occasionnels et donc 'disciplinés') ne suivent pas forcément toujours la logique séquentielle (case par case en direction "Z"), et souvent ils passent plutôt par un passage du macro-niveau (layout, grille) au micro (les cases). Une dynamique qui se lie à un procès cognitif de compréhension qui procéderait en connectant une mémoire sur le court terme (perception du layout, des vecteurs du regard, des formes de la grille, des lois de la Gestalt, des contenus figuratifs etc) avec celle de long terme (le relations trans-linéaires et trans-page), jusqu'à arriver à la compréhension du projet narratif. Il existe donc différents modes de lecture: une modalité séquentielle, mais aussi une lecture synoptique, cartographique, à "écran"... Des stratégies parfois séparées, parfois entremêlées, selon les textes mais aussi selon les sujets sociaux et leur dispositions, motivations, compétences.

ART & MEDIA FILES

L'expérience de la lecture de bande dessinée, vue sous la lumière de ces recherches et perspectives, nous montre donc la pertinence pour la bande dessinée d'une logique proche à ce que Lev Manovich¹³ appelle la *logique du database*. Mais ce qui m'intéresse ici est l'évidence que chaque bande dessinée est aperçue comme un archive de dessins et de cases dont une interface – normalement très structurée, comme la page/planche – joue le rôle de régulateur pour y accéder, le parcourir et le re-parcourir, selon des logiques de parcourabilité (ce qu'on appelle normalement "lecture") différentes et situées. En conséquence, d'ici certaines comparaisons théoriques très efficaces entre bande dessinée et jeux vidéo, plus que avec le cinéma: la bande dessinée est un art de l'espace, plus que un art du temps ou du mouvement.¹⁴ Son dispositif, reposé sur le rôle de l'interface-page, permet une expérience qui est très loin de la *vision audiovisuelle* (trop souvent évoquée dans les théories socio-sémiotiques traditionnelles) et plus proche à une vision cartographique. Où encore mieux, à une exploration d'un espace multiple et fragmenté qui n'est qu'un *archive de lieux iconographiques* offerts par différentes structures de pagination (les livres/albums) et activés par différents sujets "lecteurs". Lecteurs ici entre guillemets, parce que la bande dessinée ne se lit pas comme un texte écrit: elle se regarde ou, mieux encore, elle s'explore visuellement, à l'aide de l'interface-page et de l'interface livre/album; comme un jeu vidéo s'explore à l'aide de l'interface-console et de l'interface-graphique. Elle s'explore, donc, la bande dessinée: comme un archive.

Les imaginaires socio-culturels: fantaisies archivales

Les imaginaires sociaux liés à la "culture BD" ont été largement axés sur la centralité de la mémoire, et sur une forme archivale de production du sens de cette mémoire. Ma thèse, ici, pose sur deux dimensions: le côté de la production de la mémoire, et le côté de la réception de la mémoire.

La première dimension. Plus que d'autres médias, la bande dessinée a été une industrie de la serialité. Comme a été étudié par Sam Ford¹⁵, parmi les produits culturels sériels plus anciens il n'y a que trois genres culturels: les soap opéras, le wrestling et la bande dessinée de superhéros. Dans ce group, nous savons qu'il y a deux producteurs historiques principaux: Marvel et DC. Nous savons aussi que ces producteurs ont été caractérisés par une conception très évidente et cohérentes de leurs imaginaires. Habituellement, on les appelle *multiverses*.

Les multiverses des superhéros sont des métaphores formidables de l'archive, placées sur le côté de la production d'imaginaires. Ils ont été alimentés par des processus de gestion de fonds (les *intellectual properties*), et pendant les décennies leurs traits ont été interrogés – comme des vrais database – pour bâtir les architectures complexes de ce qu'on appelle (depuis Henry Jenkins) les "mondes narratifs immersifs", dont tout design (la *continuity*, le *spin-off*, le *rebooting*, etc.) se pose sur des questions de cohérence, de répétition et transformation, de expansion, etc. En somme, le développement des multiverses a été géré par des actes de préservation, restauration et présentation: les actions typiques de l'exploitation d'un archive. Le grand archive des imaginaires mainstream de la bande dessinée.

La deuxième dimension. La forme de l'archive a été centrale aussi pour les lecteurs, et en particulier pour les lecteurs plus passionnés et experts. Le fandom dans la bande dessinée a joué une fonction sociale fondamentale de préservation de la mémoire. Et tout au long de décennies ce fandom et développé un gamme pas mal large de ressources pour cultiver la mémoire du médium: les fanzines bien sûr, mais aussi les salons, les expos, les musées, les revues de critique, qui ont été fabriqués presque toujours *grassroots*, par des fans. En plus, dans le cadre de ce genre de ressources, une forme discursive a largement dominé. Une forme archivale, bien sûr: les listes de données, les chronologies détaillées sur les apparitions des personnages, les listes des œuvres et des collaborations des auteurs. Pas trop d'instruments théoriques ou de synthèse, mais beaucoup d'instruments archivaux. Les "savoirs" qui ont modelé la bédéphilie ont été rarement des vulgarisations des discours esthétiques (comme pour les

ART & MEDIA FILES

savoir cinématographiques, 7^{ème} art dès les débuts), mais plutôt des savoirs archivaux.

Il ne doit donc pas nous étonner que le fandom BD a mis au centre pour très longtemps les pratiques des collectionneurs: repérer, reconnaître, récolter, stocker, et “savoir” interroger les collections était le savoir principale pour distinguer l’expert de l’amateur. Le “vrai bédéphile”, on pourrait bien dire, n’a été que un archiviste. La fascination pour l’archive, dans les pratiques sociales des lecteurs de bande dessinée, a été tellement forte que, parfois, elle a assumé des formes extrêmes, obsessionnelles: la notion japonaise de *otaku* n’est que la dérive finale de l’accumulation archivale des objets, dans des collections dont l’utilité – ou le plaisir – est perdu dans la perversions du fétiche.¹⁶

Numérisation et bande dessinée: un medium “archivable”?

Ce que je viens de décrire et argumenter démontre, à mon avis, la centralité de la logique des archives – comme modèle cognitif et métaphore culturelle – dans la culture de la bande dessinée. Mais face à la numérisation, cette logique me paraît aujourd’hui remise en cause radicalement, voire sur le plan matériel voire sur celui symbolique. Qu’est-ce qui se passe, donc, pour les stratégies de la mémoire dans la bande dessinée, si profondément liée à une logique archivale en train de changer?

En gros, je vois trois tendances. D’un côté, l’action de ce que Manovich appelle la logique du *database*; de l’autre, une reconfiguration de la notion que Groensteen appelait la dimension spatio-topique; enfin, un changement dans les pratiques archivales impliquées dans la production sociale de la mémoire.

- A) D’un côté l’environnement numérique, paradoxalement, contribue à une nouvelle légitimation de la bande dessinée comme dispositif efficace, d’une certaine façon “naturel” dans le nouvel environnement. Le cas du lancement de Google Chrome en 2008 reste exemplaire: un auteur de bande dessinée comme Scott McCloud a été appelé pour produire une “bd d’instructions”, dont le but était expliquer, raconter et en même temps visualiser le *browser*. La raison est expliquée par ce que Manovich dit à propos de notre environnement visuel contemporain: un environnement où nous sommes entourés par des surfaces avec une haute densité d’informations, dans une *esthétique de la densité* très bien incarnée par la bande dessinée .
- B) De l’autre côté, la numérisation des supports pose des nouveaux défis et des questions à la bande dessinée , face au différent statut spatio-topiques de l’image pour l’écran. La disparition de la page comme élément centrale du dispositif de la bande dessinée pose donc deux problèmes: 1) l’interface de la pagination multiple est remplacé par une interface de la surface-écran, et donc 2) d’une lecture livresque on passe à une lecture de plus en plus cartographique.

Mais ce passage n’est pas indolore: ici la feuilletabilité n’existe plus, et au centre se pose plutôt la notion de transition (la *remédiation* des strips, mais aussi les bandes dessinées avec scrolling, ou les infinis canvases). L’exploration visuelle, dans ce qu’on appelle “bande dessinée numérique”, n’est plus encadrée dans l’interface traditionnelle qui a modelé l’expérience de la bande dessinée dans la modernité: le stockage, l’accès et l’interrogation de cet archive qui sont établis par le livre/album et par la planche ne sont plus là, et la narration visuelle se montre encrée en même temps à des formes pré-modernes (le papyrus est, plutôt, l’interface remédié par les bandes dessinées avec scrolling) ou contemporaines (les infinis canvases).

- C) Enfin, en conséquence de la nouvelle légitimation, mais aussi comme effet incrémental de certains autres discours sociaux (institutionnalisation de la bande dessinée), les pratiques sociales de stockage, elles aussi, changent: les rééditions de centaines, milliers de strips en quelque volumes archivable, ou tout “Complete/Absolut Edition” de *Mafalda*, *Bone*, *Black Hole*:

ART & MEDIA FILES

des travaux de décennies sont présentés en simultanéité et séquentiellement. La permanence de ces nouveaux objets-archives est très utile, dans les librairies des lecteurs; mais en même temps, ça réduit le dynamisme des procès traditionnels de "récolte". On pourrait bien dire que ce genre de collections archivales s'approprie, sur le plan de la production, des procès sociaux de récolte qui ont structuré le circuit sociale de la bédéphilie, en les remplaçant, ou plutôt en les rendant moins nécessaires, voir moins stratégiques.

La bande dessinée, face à la numérisation, confirme donc toute la force et la faiblesse de sa nature historique. Dans une perspective généalogique, elle se révèle une forme liée à la fragmentation et multiplication de l'expérience (de l'espace et du temps) dans la modernité. Une forme et une culture dont le support (livre, journal – les technologies de la page) a joué un rôle historique situé, en modelant le médium selon une *condition archivable*, grâce à la fonction d'une interface éditoriale (qui, à son tour, avait été l'objet d'une remédiation aux origines, par exemple transformant la page en planche). Mais aujourd'hui cette condition est en train de changer, et ses formes numériques s'éloignent parfois de la bande dessinée "moderne": une dissolution qui ramène les lecteurs vers des expériences d'autres modèles de "figurations narratives", projetées dans le passé (papyrus) ou dans le futur (jeux vidéo).

On peut donc le dire tranquillement: la bande dessinée n'est pas morte, mais il faut savoir que la numérisation l'a déjà archivée dans les tiroirs de l'Histoire. Où on continuera à la (re)trouver, certainement, quand on sera motivés à rechercher une expérience plus moderne que contemporaine.

Karl Mannheim, pour expliquer les relations entre la mémoire individuelle et la stratification des générations, parlait de "non-contemporanéité du contemporain". Autant qu'on continuera à lire des textes sur écran et, en même temps, des livres en papier, on regardera des figurations narratives numériques en scrolling et – peut-être – on feuillètera une forme ancienne, moderne, qui s'appelait "bande dessinée".

Matteo Stefanelli

Note

1. Colloque "La bande dessinée: un art sans mémoire?", 10-11 juin 2010, Pôle des Métiers du livre de l'université Paris Ouest Nanterre La Défense, Saint-Cloud.
2. Thierry Groensteen, *Un objet culturel non identifié*, Paris, L'An2, 2006, p. 67.
3. *Ivi.*
4. Je renvoie aux actes du Colloque, parus sous forme de dossier ("La bande dessinée: un art sans mémoire?") dans la revue en ligne *Comicalités* [consulté le 1 juin 2013]. Disponible sur le Web, URL : <http://comicalites.revues.org/198>.
5. Pour une introduction au champ des questionnements autour de la bande dessinée autobiographique, je renvoie à Chaney 2011.
6. Ma référence est ici au paradigme du *social shaping of technology (SST)*, désormais très commun dans les études sur les médias et les objets culturels, mais rarement évoqué ou utilisé comme ressource théorique pour la construction d'une histoire sociale de la bande dessinée.
7. Pierre Fresnault-Deruelle, *Récit et discours par la bande*, Paris, Hachette, 1977
8. Benoît Peeters, *Case, planche, récit*, Tournai, Casterman, 1991; Thierry Groensteen, *Système de la bande dessinée*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999.
9. Sur la notion de planche/page comme interface, je renvoie à quelques réflexions préliminaire dans Matteo Stefanelli, "Conclusions. Aux marges d'une ambiguïté médiaculturelle", dans Eric Maigret, Matteo Stefanelli (sous la direction de), *La bande dessinée: une médiaculture*, Paris, Armand Colin, 2012.
10. Thierry Groensteen, *Système de la bande dessinée*, cit.

ART & MEDIA FILES

11. Je cite ici, parmi les principales études dans cette démarche, Jun Nakazawa, "Development of Manga (Comic Book) Literacy in Children", dans David Shwalb, Jun Nakazawa, Barbara Shwalb (sous la direction de), *Applied developmental psychology. Theory, practice, and research from Japan*, Information Age Publishing, 2005, pp. 23-42; John Ingulsrud, Kate Allen, *Patterns of Manga Literacy and Discourse*, Lexington Books. 2009.
12. Sur la planche comme "espace feuilleté": Jean-Cristoph Menu, *La bande dessinée et son double*, Paris, L'Association, 2011. Sur la notion de traçabilité dans la BD: Laurie Taylor, "Compromised divisions, thresholds in comic books and video games", dans ImageText, vol. I, n. 1, 2004, www.english.ufl.edu/imagetext/
13. Lev Manovich, *The Language of New Media*, Massachusetts and London, MIT Press, 2001.
14. Les arguments plus connus sur la bande dessinée comme "art de l'espace" restent ceux portés par Scott McCloud, *Understanding Comics. The invisible art*, Northampton MA, Tundra Publishing, 1993.. Mais sur leur déclinaison comparée avec les conditions spatiales des jeux vidéo, je renvoie encore à Taylor 2004.
15. Sam Ford, "As the World Turns" in a Convergence Culture, Boston, Master Thesis Degree – MIT, 2007 (<http://cms.mit.edu/research/theses/SamFord2007.pdf>).
16. Dans cette démarche la culture des otakus a été étudiée par Hiroki Azuma, *Otaku: Japan's Database Animals*, Minnesota University Press, 2009.

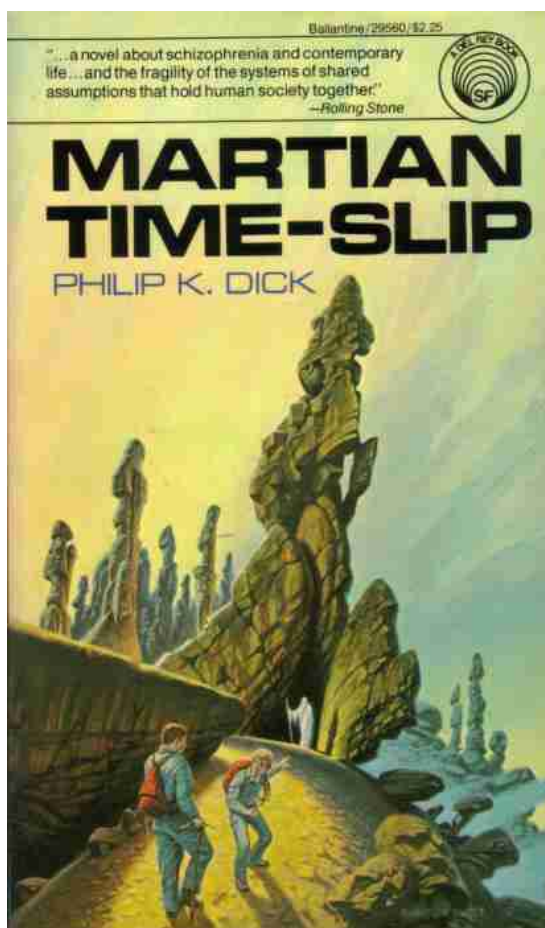
CAMERA STYLÒ *Sleep Dealer*, tra biopolitica e Philip K. Dick *Il nuovo sogno americano*

“Plug Into the New American Dream”. Il lancio commerciale di *Sleep Dealer*, sorprendente opera prima di Alex Rivera (2008), ambientato in un futuro prossimo decisamente specchio del nostro presente, offre un'interessante pista interpretativa del film. Ricordate *eXistenZ* (David Cronenberg, 1999)? Siamo esattamente nel solco scavato dal regista canadese, inaugurato nel 1982 da un altro film seminale, *Videodrome*. I corpi si connettono alle macchine, le soggettività allucinate sono in cerca di nuovi apparati dove è possibile collegarsi ad una Rete globale utilizzando prese bio-informatiche impiantate nella carne.¹



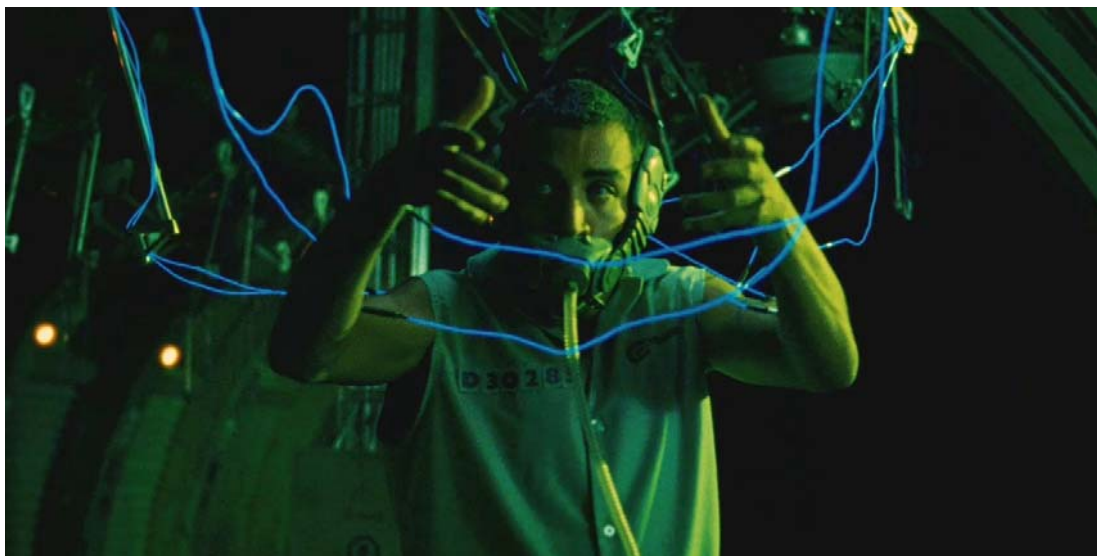
Il mondo nel quale vive il protagonista di *Sleep Dealer*, che si chiama non a caso Memo (Luis Fernando Peña), è diviso da confini rigidi, quasi invalicabili, che non possono non far pensare alle politiche di chiusura territoriale ben rintracciabili anche nel nostro reale. Memo Cruz abita in un piccolo paesino messicano, Santa Ana del Rio, autentico avamposto del liberismo che impera in questa sfoglia di mondo: una multinazionale si è indebitamente appropriata del rifornimento idrico del paese mediante la costruzione di una diga altamente tecnologica e militarizzata. Gli abitanti della zona, costretti a comprare un bene che apparterrebbe loro da sempre, conducono una vita di stenti. L'acqua va acquistata, e a

CAMERA STYLÒ caro prezzo, interagendo con spietate macchine computerizzate. Un po' come capitava, lì con l'aggiunta di uno spietato umorismo, all'eternamente squattrinato Joe Chip di *Ubik* di Philip K. Dick (1969), che si vedeva negata anche la possibilità di entrare in casa propria da una porta che pretendeva di essere continuamente pagata.



In *Sleep Dealer*, in un oscuro rispecchiamento con la nostra sfoglia di mondo, chi cerca di difendere il bene comune che è stato sottratto alla comunità, e lotta per riappropriarsene, è chiamato terrorista (Aqua-Terrorists). Memo sogna (eccolo al lavoro, il nuovo, sempre uguale a sé stesso, sogno a stelle e strisce) di lavorare in una grande compagnia nel nord del paese, una delle *Sleep Dealer* che danno il titolo al film, e diventare così un *node-worker*. In attesa che il sogno si realizzi, ogni volta che può Memo fugge dallo squallore della sua quotidianità intercettando, con un dispositivo radio di sua costruzione, le conversazioni di chi è riuscito a trasferirsi in città. Una notte però capta casualmente anche le comunicazioni di un'azione antiterrorismo: la trasmissione viene intercettata a sua volta da chi ritiene di avere a che fare con dei terroristi e pochi giorni dopo la sua casa viene polverizzata da un attacco telerobotico, con un *drone* azionato a distanza. Memo e suo fratello, in una scena assai perturbante, vedono infatti concretizzarsi in diretta, in un perverso *reality-drama*, la minaccia cui assisteranno poco dopo dal vivo: la distruzione della propria abitazione e l'uccisione, senza scrupoli, del loro incolpevole padre. Un'allucinazione reale che riverbera il ricordo dell'indecidibilità epistemologica di *eXistenZ*. Distrutto dai sensi di colpa, Memo decide allora di partire verso il nord in cerca di lavoro per aiutare la famiglia.

CAMERA STYLÒ



Economy fiction

Non si può che elogiare Rivera per come sia riuscito a massimizzare un budget irrisorio per dare vita a un film *cyberpunk* dalla visione del mondo così precisa, dove impianti neuronali, telerobotica e ubiquità della rete sono pervicaci strumenti in mano all'economia globale. Un futuro che è un presente alternativo, o alternato, dove le multinazionali utilizzano lavoratori migranti per far funzionare a distanza la tecnologia occidentale. Siamo per molti aspetti sulla medesima lunghezza d'onda di capolavori riconosciuti di quella che potremmo definire *social science fiction*, come *Brazil* (Terry Gilliam, 1985) e *Essi vivono* (*They live*, John Carpenter, 1988). Il nostro sociale e gli universi fantascientifici si fronteggiano in strutture enantiomorfe.² Sarà per le domande così oscuramente economiche che il film, pur avendo vinto svariati riconoscimenti sia in America che in Europa, è stato completamente ignorato in un paese come il nostro, dove interrogarsi sulla natura del Capitale sembra essere uno degli interdetti dei nostri discorsi, culturali e politici.



CAMERA STYLÒ

“Abbiamo dato agli americani tutto quello che hanno sempre voluto: tutto il lavoro senza i lavoratori”: suona così una delle frasi più significative del film, pronunciata dal supervisore di una *Sleep Dealer*. “Il problema è proprio questo”, rincara la dose in un’intervista Rivera stesso: i lavoratori migranti come il protagonista del film arrivano nei paesi ricchi “con un corpo, e il corpo ha bisogno di cure e assistenza”. Il sistema dei lavoratori a distanza interconnessi ad una Rete che tutto vede sarebbe l’estrema soluzione del liberismo imperante. Rivera non a caso ha scelto come titolo del film un’espressione rinvenuta in un libro del teorico e storico dell’arte John Berger: il termine “*Sleep Dealer*” si riferisce ai lavoratori dell’inizio del ventesimo secolo che camminavano dal sud al nord dell’Europa in cerca di lavoro, costretti ad affittare dei giacigli lungo il loro lunghissimo viaggio da autentici spacciatori di sonno (“*sleep dealers*”). L’unico requisito richiesto per lavorare in fabbriche che consentono la traslazione del corpo in altri luoghi sono appunto le prese impiantate nel corpo (*nodes*) che letteralmente trasformano chi le indossa in servomeccanismi del sistema. Le aziende altamente *hi-tech* consentono la connessione del sistema nervoso dei lavoratori migranti che così sono in grado di controllare dei sembianti robotici che lavorano al di là del confine, nei paesi ricchi dove i lavoratori si suppone non andranno mai realmente, spremendoli fino nel midollo. Gli operai faticano fino a crollare: da qui il nome di “spacciatori di sonno” che queste aziende si sono davvero guadagnate sul campo. Per procurarsi i *nodes* Memo si serve dell’aiuto di Luz (Leonor Varela), una scrittrice che vende le sue storie in Rete su *Trunode*, una sorta di mercato internazionale per l’acquisto e la compravendita dei ricordi. Alcuni temi, chiaramente, come la fabbricazione deformante della realtà operata dai media (si pensi per lo meno a *Fahrenheit 451* di François Truffaut, 1966, e a *Capricorn One* di Peter Hyams, 1978), sono stati visti e rivisti, ma non mancano idee originali, prima fra tutte proprio la modalità di compravendita delle memorie narrative di *Trunode*. Rivera ci ricorda di continuo che nonostante lo sviluppo esponenziale di una tecnologia in grado di fare a meno delle distanze come dei corpi, i muri che separano le aree più ricche del pianeta da quelle di estrema indigenza sono lungi dall’essere abbattuti, anzi.³

Ma a cosa si connettono i corpi, che nelle *Sleep Dealer* sembrano tanti zombie al lavoro? Semplice: il sistema nervoso di questi gusci vuoti si interfaccia “all’altro sistema”, che altro non è che “l’economia globale”. A spiegarcelo in maniera così esplicita è lo stesso Memo, che giunge nel corso della sua storia ad una presa di coscienza che dà i brividi. E il mondo dell’economia, come i lavoratori-macchina delle atroci aziende del film, è un mondo che deve restare apparentemente fermo, meglio ancora se in ombra. Il principio d’ordine del mondo narrativo del film di Rivera per contro è assai chiaro: nessuna pianificazione economica deve mettere a rischio la libertà di mercato, per cui occorre programmare la società stessa e instillare il principio regolatore per cui l’unica vera libertà è quella della circolazione dei prodotti che vanno comprati.⁴ Grazie anche a quella che Jacques Lacan chiamava l’astuzia del discorso del capitalista⁵, con la conseguente dimensione di illusoria promessa di salvezza offerta dagli oggetti da consumare. Libertà (di circolazione) delle merci e programmazione della vita dei cittadini: ecco la biopolitica in azione che dimostra come ogni governo liberale sia un governo del vivente. Se l’economia allora è lo studio del comportamento umano in relazione alla scarsità dei mezzi da far circolare e di conseguenza da far fruttare, nel solco della fantascienza dickiana *Sleep Dealer* è davvero uno straordinario esempio di *economy fiction*.⁶

No future: il peggiore dei mondi possibili

Ci sono mondi peggiori di questo, e per lo più compresenti al nostro, e sono l’uno la sfoglia dell’altro: questo ci insegna l’*opus* di Philip K. Dick che costituisce il più fertile terreno di coltura su cui germoglia un film importante per comprendere il nostro presente come *Sleep Dealer*. Il clima del film di Rivera è allora quello della guerra permanente vissuta da Dick e che anche noi viviamo. Un mondo dove l’incubo de *L’uomo nell’alto castello* (1962) sembra essersi inverato: al netto della personalità paranoica (e a noi

CAMERA STYLÒ italiani gli esempi di capetti psicotici non mancano di certo) e dei crimini più efferati, il nazismo non è poi così lontano dalle forme di politica occidentali. Il nazismo è stato davvero una politica, un modo di concepire il mondo legato a un tipo di cultura economica e sociale in grado di generarlo.⁷ Per i teorici del liberismo più avanzato nel dopoguerra più c'è concorrenza più c'è libertà, per cui quando interviene lo Stato o è comunismo o è nazismo.⁸ Il discorso, rammentava Michel Foucault, era chiaro sin dal principio: non a caso Wilhem Röpke, economista padre della *social market economy* e dell'ordoliberalismo, docente di economia a Jena e consigliere economico di Adenauer, commentando il piano Beveridge già nel 1943 affermava che gli inglesi potevano pure sconfiggere la Germania nazista, ma una volta accettato il sistema del cosiddetto *welfare state* si sarebbero incamminati da un punto di vista economico sulla stessa china che inevitabilmente conduceva al nazismo.⁹ Foucault ha opportunamente corretto il tiro: le analisi di Röpke vanno in cortocircuito perché a guardar bene il nazismo non ha mai incentrato le proprie politiche su un di più di Stato. La sua politica era piuttosto rivolta all'esautoramento delle funzioni dello Stato che aveva ragione di esistere se e solo se rilanciava il ruolo dell'unico partito, quello nazista. Anzi, Hitler guardò sempre con sospetto a quegli elementi che nel suo clan davano troppa corda al corporativismo di matrice fascista. Foucault invece rinviene alcuni movimenti nelle politiche sociali del ventesimo secolo accomunati dalla progressiva defunzionalizzazione dello Stato, con al centro le sempre presenti lotte tra piccole imprese e monopoli.



Su questo terreno si innesta il discorso biopolitico di *Sleep Dealer* che buca lo strato assai spesso dei discorsi dell'ideologia dominante, veicolati dallo *sciocchezzaio* mediale che ricopre con una patina spessa il nostro *socius*.¹⁰ E pone al centro la questione dello sfruttamento (delle risorse) dell'umano: "Emigrate o degenerare! A voi la scelta!", come ripete di continuo il *claim* di *Ma gli androidi sognano pecore elettriche?* (sempre di Philip K. Dick, 1968). Lo scenario in cui si snodano gran parte dei suoi romanzi (e racconti) è solo per convenzione un futuro di là da venire (esattamente come in *Sleep Dealer*): si tratta a ben vedere di mondi com-possibili alla nostra sfoglia di presente, caratterizzata da un altro risonante ritornello: *no future*, come cantavano i Sex Pistols nel 1977 (*No future no future / No future for you / No future no future / No future for me*). Nella nota conclusiva del suo romanzo più personale, in quanto emblema della sua generazione, *Un oscuro scrutare* (sempre 1977), Dick era stato quantomai esplicito: "Il motto è: 'sii felice oggi perché domani morirai'; ma s'incomincia a morire ben presto e la

CAMERA STYLÒ felicità è solo un ricordo". Ecco qui di nuovo il motto (punk) del capitalismo applicato alla nostra vita quotidiana: *no future*.

Nel vasto corpus dickiano l'opera che maggiormente si può mettere dinanzi allo specchio deformante di *Sleep Dealer* è *Noi marziani*. Scritto nel corso del 1962 e pubblicato dopo una forma intermedia nel 1964, *Martian Time-Slip* (questo il titolo originale) è ambientato nel 1994 sul pianeta rosso. Al centro della storia è il bambino autistico Manfred Steiner. Il pianeta è diviso in aree di influenza governate dalle nazioni di appartenenza dei colonizzatori o da potentati economici, tra cui spicca il potente "Sindacato degli Idraulici", con a capo Arnie Kott, potente perché l'acqua è una risorsa assai scarsa anche in questo mondo. Nella prima parte del romanzo il padre di Manfred, Norbert, si suicida, lasciandolo in balia delle macchinazioni di Kott. Il piano di Arnie per diventare ancora più forte nell'economia del mondo di *Noi marziani* si basa su una teoria dello psichiatra Milton Glaub che spiega l'autismo come condizione asincrona della mente: l'autistico vive in un tempo diverso da quello degli altri, e per questo non può interagire con il mondo a lui contemporaneo. Manfred, in altre parole, conoscerebbe il futuro. Se si riuscirà a interagire con lui, si potranno conoscere in anticipo le mosse del nemico di Kott, il ricco imprenditore Leo Bohlen, rientrato su Marte di fretta e furia con l'intento di architettare una speculazione edilizia sulle montagne Franklin Delano Roosevelt, dove le Nazioni Unite intendono costruire grandi complessi di case popolari. Le Nazioni Unite, sia detto per inciso, vigilano sul territorio fornendo acqua e prodotti di prima necessità, ingaggiando una lotta con i vari *stakeholder* locali che ha ben poca speranza di successo, e che vede proprio in Kott uno dei suoi primi attori. Della Terra di questo mondo, poi, sappiamo ben poco, se non che è un luogo ostile e sovrappopolato e che, amara considerazione premonitrice, perfino i laureati hanno serie difficoltà a trovare lavoro.

Marte, come il non-luogo offerto dalle *Sleep Dealer*, è l'occasione così per dare corpo a una nuova frontiera americana. Anzi, è la nuova frontiera americana. Sia sul pianeta rosso, lontano dallo Stato accentratore, che nella Rete del film di Rivera, per definizione senza centro, è più che benedetta la libera iniziativa. Le voci che girano intorno alle intenzioni delle Nazioni Unite in merito alla costruzione di un mega centro residenziale fanno incontrare Kott e Bohlen. Anche il capo degli idraulici infatti vorrebbe approfittare dell'affare. Il romanzo ruota attorno alla rivalità che mette Arnie contro Leo, che coinvolge tutti i principali personaggi: Erna, la madre di Manfred; Jack Bohlen, figlio di Leo, ingegnere e riparatore infallibile; Silvia, sua moglie; Otto Zitte, idraulico donnaiolo che rileva l'attività di Norbert Steiner, attirandosi l'ostilità di Arnie, e altri ancora, come avviene spesso nei romanzi di Dick che privilegiano la coralità dei personaggi rispetto ai punti di vista di un solo protagonista. Proprio gli intricati rapporti tra i personaggi creano una fitta rete di avvenimenti e passioni che portano a un finale violento, con l'assassinio di Kott da parte di Otto. Tutto si chiude poi con la comparsa di Manfred Steiner, vecchissimo, tenuto in vita da un apparato, congegnato da Jack Bohlen su incarico di Kott, che ne fa una sorta di *cyborg*, tornato dal futuro per salutare la madre. Manfred effettivamente riesce davvero a spostarsi nel tempo, e questo probabilmente gli ha anche consentito, in un punto indeterminato del futuro, di sfuggire – come rivela all'attonito Jack – allo spaventoso edificio Am-Web, dove è intrappolata la sua coscienza. E siccome l'ex autistico compare attorniato dai Bleekmen, gli indigeni di Marte che vivono ai margini degli insediamenti terrestri, c'è da sospettare che questi lo abbiano aiutato ad acquisire i suoi straordinari poteri. In questo mondo, come se non bastasse poi, a sottolineare ancora la persistenza del germe nazista, i genitori dei tanti bambini anormali vanno sterilizzati. Gli *anomalous children*, chiusi e ben assistiti in appositi campi che tanto assomigliano a dei lager, c'è chi li vorrebbe sopprimere in maniera definitiva. Un personaggio minore del romanzo addirittura dice al padre di Manfred di ritenere che in questo i nazisti avessero ragione, avendo compreso per tempo, fin dal 1930, la necessità di estirpare le discendenze geneticamente inferiori. Insomma, "per ogni governamentalità chiamata ad assicurare un presente al gioco economico", sintetizza Gabriele Frasca sulla scorta di Foucault e degli studi di Angela Putino sulla biopolitica, "il futuro (bandito con ogni altra forma di pianificazione) non può

CAMERA STYLÒ che riguardare il regime dei corpi¹¹ Non c'è che dire, è un vero e proprio incubo *Martian Time-Slip*: lo scivolo temporale del titolo allude alla proiezione in cui tutti i personaggi del romanzo sono invitati ad accomodarsi nell'eterno presente su cui Manfred fissa lo sguardo, per essere impossessati della sostanza entropica che tutto disfa, il mortifero *gubble*.

Ecco, per tutto il film Memo Cruz, sollecitato dal padre, si chiede proprio questo, se sia possibile o meno cambiare il passato per avere un futuro... Domanda paradossale? Chiedetelo a Manfred. "Forse c'è un futuro per me qui, un futuro con un passato, se mi connetto e combatto". Se non si può viaggiare nel tempo come il ragazzino autistico di *Noi marziani*, per contrastare il *no future* dell'eterno qui-e-ora non resta che imbracciare le armi *cyberpunk* delle nuove tecnologie e tentare con tutte le forze di liberarsi dal regime dei corpi che irreggimenta tutti noi.

Antonio Iannotta

Note

1. Per una panoramica sul cinema di Cronenberg, si vedano almeno Gianni Canova, *David Cronenberg*, Milano, il Castoro, 2000 e Simon Riches (a cura di), *The Philosophy of David Cronenberg*, Lexington, The University Press of Kentucky, 2012.
2. Il riferimento è a Jurij M. Lotman, *La semiosfera. Asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio, 1985.
3. Un altro recente film di *social science fiction*, *In Time* (Andrew Niccol, 2011), tematizza un aspetto simile a *Sleep Dealer*. Nel film di Rivera, il meccanismo di sorveglianza sociale si basa sul presunto annullamento dello spazio, in quello di Niccol l'elemento di controllo della società, e valuta corrente della stessa, è addirittura il tempo.
4. Gary S. Becker, *L'approccio economico al comportamento umano*, Bologna, il Mulino, 1998.
5. Il riferimento è alla celebre conferenza tenuta dallo psicoanalista francese a Milano all'Università Statale il 12 maggio 1972, ora in Jacques Lacan, "Del discorso psicoanalitico", in Giacomo Contri (a cura di), *Lacan in Italia*, Milano, La Salamandra, 1978. Cfr anche Massimo Recalcati, *L'uomo senza inconscio. Figure della nuova clinica psicoanalitica*, Milano, Cortina, pp. 27-52.
6. Gabriele Frasca, *L'oscuro scrutare di Philip K. Dick*, Roma, Meltemi, 2007, p. 47.
7. Alain Badiou, *Metapolitica*, Napoli, Cronopio, 2001. Cfr. anche Giorgio Agamben, *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Torino, Einaudi, 1995.
8. G. Frasca, *op. cit.*, pp. 69-71.
9. Michel Foucault, *Nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979)*, Milano, Feltrinelli, 2007.
10. In un altro contesto Deleuze e Guattari non hanno esitato a chiamare questo *sciocchezzaio* mediale *flux de connerie*, per cui cfr. Gilles Deleuze, Felix Guattari, *L'anti-Edipo. Capitalismo e schizofrenia*, Torino, Einaudi, 1975. Da Flaubert a *Forrest Gump*, passando per Musil e *Oltre il giardino* (Hal Ashby, 1979), è lunga e di straordinario interesse mediologico la storia e la teoria della stupidità, che avvolge a maglie strette la rete dei discorsi. Si veda anche il sagace volume Felice Ciro Papparo (a cura di), *Stupidi e idioti. Undici variazioni sul tema*, Roma, Sossella, 2000.
11. G. Frasca, *op. cit.*, p. 97. Angela Putino, "L'homo oeconomicus della biopolitica", *Filosofia e Teologia*, n. 1, 2007, pp. 64-86.

CAMERA STYLÒ L'Ucraina pittoresca ed eroica

I film tratti dalle opere di Gogol' e le commedie laccate

Questo testo nasce come rielaborazione di un capitolo che fa parte di un lavoro anteriore centrato sull'analisi dell'immagine che il cinema (sovietico e post-sovietico, russo e ucraino, occidentale) aveva creato dell'Ucraina dal tempo di Aleksandr Dovženko sino ai giorni nostri. Quel lavoro poteva servire allo storico che volesse comprendere la simbologia connessa alla rappresentazione iconografica dell'Ucraina, a seconda dei diversi punti di vista politico-nazionali di volta in volta presi in considerazione. L'articolo che presento in questa sede ricomprende un orizzonte di studio meno ampio: mi limiterò ad analizzare la produzione cinematografica tratta dai testi giovanili di Nikolaj Gogol', nonché quelle opere cinematografiche tese a offrire un'immagine dell'Ucraina del tutto particolare.

La produzione che analizzerò può essere suddivisa fra opere di inclinazione pittoresca ed opere di tema cosacco, caratterizzate queste ultime dalla componente epica – è questo il caso degli adattamenti del racconto *Taras Bul'ba* (Nikolaj Gogol', 1835). Al primo filone sono riconducibili i lungometraggi che, numerosissimi nel secondo dopoguerra, restituiscono un'immagine edulcorata e folcloristica dell'ambiente ucraino. Tutte queste trasposizioni filmiche consentono allo spettatore di figurarsi visivamente il colore dell'opera letteraria gogoliana: nel qual caso trattasi di un colore vivissimo, che proveniva dalla fine del Settecento, quando si era sedimentato un insieme di *topos* sull'Ucraina che ne stereotipavano la ricchezza e la vitalità.



CAMERA STYLÒ Osservare questi film ci permette di percepire da un lato come l'*intelligencija* russa avesse tradizionalmente guardato all'Ucraina; dall'altro come gli ambienti ucraini di matrice nazionalistica, specie dopo la proclamazione dell'indipendenza del loro Paese, avessero apertamente avanzato pretese, quali il riconoscimento di specificità esclusive, e non più condivise con quel complesso slavo-orientale per secoli egemonizzato dall'elemento grande-russo (obščerusskij narod).¹ E' in questo complesso gioco di specchi che l'immagine dell'Ucraina venne riflessa, a lungo, in un'ottica cara ai Russi, per poi divenire l'oggetto di una reinterpretazione focalizzata sulla Nazione. In un caso, l'Ucraina veniva valutata quale sorta di *Mezzogiorno* bucolico e domestico della Grande Madre Russia. Nell'altro sono prevalse interpretazioni tese a pretendere il mito cosacco di esclusiva pertinenza della nazionalità ucraina.



Spesso le trasposizioni cinematografiche di produzione sovietica sono contraddistinte da rigore filologico e cura della ricostruzione storica: le interpolazioni dei registi rispetto al testo di partenza furono, nella gran parte dei casi, limitatissime. L'intenzione artistica che mosse alcuni registi a riprendere i motivi gogoliani per trarne dei veri e propri film va fatta risalire a un complesso di ragioni: in primo luogo, l'esigenza, rintracciabile presso la classe dirigente sovietica, di dare lustro all'opera di uno degli autori russi² più celebri attraverso la realizzazione di opere filmiche ispirate ai suoi testi, fenomeno non certo dissimile a quanto riscontrabile in molti altri Paesi; il periodo chruščëviano, in particolare, segnò una fase di relativo rilassamento politico e sociale, dopo le drammatiche tensioni dell'era staliniana. Questo favorì anche la ripresa di un'arte fine a se stessa³, slegata rispetto alle logiche della dottrina comunista.⁴ Lo stesso Chruščëv, notoriamente amante delle tradizioni popolari e di ogni manifestazione di sapore bucolico, ostentava vivido interesse nei confronti della cultura ucraina⁵, sia pur da lui intesa secondo uno

CAMERA STYLÒ stereotipo dal tono *kitsch*.

Nel contesto di una mutata situazione politica, che aveva fatto nascere un clima culturale relativamente nuovo, i racconti del ciclo *Le Veglie alla masseria presso Dikan'ka* (1831-'32) e di *Mirgorod* (1835) si prestavano perfettamente a dare forma a commedie di ambientazione ucraina, divertenti e leggere. Il tutto giustificato dalla volontà di dare una veste cinematografica ad alcuni fra i capolavori dell'arte russa – sì pre-rivoluzionaria, ma non oggetto di potenziali censure, se non altro in ragione del fatto che Gogol' fu considerato ufficialmente quale portatore di uno sguardo sul mondo conciliabile con le esigenze di base della dottrina culturale promossa da Andrei Ždanov (ždanovščina).

Tra i lavori cinematografici tratti dai racconti del ciclo ucraino di Gogol', uno dei meglio riusciti è *La notte prima di Natale* (*Noč pered Roždestvom*, Aleksandr Rou, 1961), diretto da Aleksandr Rou⁶; il film segue molto da vicino la narrazione gogoliana e, a tutt'oggi, offre materiale prezioso per forme artistiche di genere diverso: ad esempio, *Poplavs'kyj* ha riassunto il canovaccio del racconto gogoliano trasformandolo in un video musicale, capace di riprendere molti dei temi del folclore e del *kitsch* ucraino.⁷ La vicenda fa riecheggiare temi popolarissimi del folclore, quali la presenza della strega ammaliatrice e del diavolo – qui ritratto nell'atto di rubare la luna, a propria volta caratteristico *topos* del patrimonio folclorico ucraino. Sono presenti anche temi pagani, e a lungo rimasti in vita in un regime sostanziale di *dvoeverie* (*doppia fede*, ovvero cristiano-costantinopolitana e pagano-slava)⁸: in questo caso si tratto del canto delle *koljadki*, innalzato a Cristo il giorno della Vigilia, ma di probabile più remota origine.⁹ Il racconto è ambientato presso una deliziosa *hromada* (villaggio ucraino tradizionale), imbiancata sotto la neve scricchiolante al gelo dell'inverno, e punteggiata da una manciata di *chaty* (abitazioni rurali ucraine). I protagonisti parlano in russo, ma quello stesso russo usato da Gogol', pregno di ucrainismi.¹⁰



L'intreccio si incentra sulle schermaglie d'amore fra la capricciosa Oksana e il fabbro Vakula, pronto a tutto pur di conquistarla, persino a volare in groppa al diavolo sino a San Pietroburgo, sino al cospetto dell'Imperatrice Caterina, cui avrebbe dovuto chiedere in dono i suoi stivali, pegno d'amore richiesto da Oksana.

Proprio a San Pietroburgo, dove Vakula s'imbatte in un gruppo di Cosacchi al servizio dello Stato,

CAMERA STYLÒ hanno luogo alcune interessanti situazioni: fra i Cosacchi della Zaporožskaja Seč¹¹ e il protagonista del racconto inizia un dialogo che, a un certo punto, elevatosi di tono, si innalza anche dal punto di vista del registro linguistico: gli interlocutori abbandonano improvvisamente il più consueto *suržik*¹², fitto di idiotismi, e adottano un russo quanto mai improbabile e magniloquente. Appare evidente come, su un piano psicologico, i soggetti coinvolti in questa scena di *Noč pered Roždestvom* attribuissero un peso sociale differente alle due parlate: il *suržik* e l'ucraino sono considerati alla stregua di parlate popolari, mentre il russo appare quale la lingua degli inurbati, degli impiegati zaristi, quando non addirittura degli intellettuali.¹³ Una scena successiva si rivela di simile tenore: gli stessi Cosacchi, al cospetto di Caterina, sperano di accattivarsene i favori adottando modi grossolani, da schietti popolani. In questa occasione, i Cosacchi si rivolgono all'Imperatrice con un linguaggio fitto di ucrainismi – come avrebbe fatto un qualunque contadino.¹⁴

Altro film emblematico tratto dall'opera giovanile di Gogol' (questa volta dai racconti di *Mirgorod*) è *Vij* (Konstantin Eršov, Georgij Kropčëv, 1967). Anche qui, l'"ucrainicità" di questa pellicola è direttamente rintracciabile nel tema della vicenda, tratta dalla tradizione popolare: il *Vij*, infatti, è una creatura mostruosa¹⁵, protagonista di molte fiabe piccolo-russe. Accanto al *Vij* è presente la fanciulla-strega, pericolosa ammaliatrice altrettanto nota a questa tradizione. Il protagonista, Choma Brut, è seminarista presso l'Accademia Mogiliana: terminati i corsi di studio, di rientro per le vacanze estive, lungo il cammino verso casa sarà costretto ad affrontare varie peripezie, sempre incentrate su temi magici ed orrorifici, giunte al culmine presso la masseria in cui sarà costretto dal proprietario a vegliare la salma della fanciulla-strega.

Nel film *Vij* gli elementi più schiettamente ucraini sono rinvenibili, oltre che nell'ispirazione tratta dai temi del folklore, in alcuni sapidi dialoghi, capaci di stemperare la tensione crescente dell'intreccio. Ad esempio, in riferimento ad un banchetto consumato da Choma in compagnia dei contadini della fattoria, Gogol' racconta a tinte vivide la sbronza degli astanti, seguite da gesti di commozione e da teatrali manifestazioni d'affetto¹⁶; è in questo genere di annotazioni che traspaiono, innanzitutto, le tipizzate caratteristiche dell'"anima ucraina", passionale, impetuosa, incline ad estremizzare i propri comportamenti, persino più ancora che quella prettamente grande-russa.

Altro celebre film che mette in scena l'opera di Gogol' è *La notte di Ivan Kupala* (*Večer nakanune Ivana Kupala*, Jurij Il'enko, 1967), racconto intrecciato su di un tema demoniaco, parte della raccolta *Le veglie nella masseria presso Dikan'ka*, girato da Jurij Il'enko, allievo prediletto – insieme a Leonid Osyka – di Sergej Paradžanov. Il testo gogoliano, ripreso piuttosto fedelmente dal regista, tiene insieme un motivo leggendario popolare, e l'influsso di Johann Ludwig Tieck.¹⁷

Il principale tema ucraino dell'opera, qui forse ancor più che in *Noč pered Roždestvom*, sta nel profondo radicamento di una vera e propria "doppia fede": alla festa cristiana di San Giovanni Battista, infatti, si assommano elementi di un più antico sostrato pagano, retaggio di un tempo in cui il dì più lungo dell'anno era celebrato con bagni purificatori nelle acque dei fiumi e dei laghi, accompagnati da riti orgiastici.¹⁸

La trama del film si incentra proprio sul patto con il diavolo siglato dal protagonista Petro, allo scopo di conquistare l'amore di Pidorka (incarnata da una delle più famose attrici ucraine-sovietiche, Larisa Kadočnykova).¹⁹ Il legame tra i due giovani viene ostacolato dal padre di lei, in ragione di motivazioni di carattere sociale: Petro è un semplice servo della gleba, al servizio della famiglia di Pidorka. Sarebbe per l'appunto il già descritto substrato pagano a contribuire a questa sovrapposizione tra il retaggio delle antiche credenze e l'Ortodossia: ad un livello ufficiale, il Cristianesimo infatti avrebbe scalzato le divinità pagane, ma la mitologia popolare sarebbe rimasta intatta.²⁰

L'originalità del contributo artistico di Il'enko consiste nella genialità del suo lirismo, a tratti surreale ed ispirato allo stile dovženkiano: il regista si dimostra in grado di coniugare a immagini poetiche e sognanti – à *la Chagall* – episodi di cruda violenza connaturati al drammatico intreccio.²¹

Nel finale, la pellicola si segnala per un inserto originale, non previsto dal racconto gogoliano, ma

CAMERA STYLÒ comunque assolutamente in linea con l'ambientazione che fa da sfondo ai suoi cicli ucraini. L'opera è collocata al tempo di Caterina II, allorché, nel nome di un centralismo di matrice illuministica, ebbe definitivamente fine la residua autonomia di cui aveva goduto il Cosaccato, e fu esteso il servaggio pure nella Piccola-Russia zarista.²² Qui Il'enko, con atteggiamento satirico, rappresenta Caterina come una stucchevole bambina che, con caricaturale accento tedesco, commenta distaccatamente i comportamenti del "suo popolo", sostenuta in ciò da un vacuo Potëmkin: questo "suo popolo" ucraino, come da aspettativa, avrebbe dovuto cantare e ballare²³, e bere la *horilka*. Solo così le sarebbe apparso riconoscibile.

Sempre nel corso degli anni Sessanta, anche negli Stati Uniti d'America si sviluppò, sia pur in maniera effimera, un interesse nei confronti dell'*epos* ucraino. Nel 1962, infatti vide la luce un film hollywoodiano di ambientazione cosacca – caso rarissimo. Si tratta di *Taras Bulba il Magnifico* (*Taras Bulba the Magnificent*, J. Lee Thompson, 1962), adattato dal *Taras Bul'ba* gogoliano, alla cui realizzazione si prestarono alcuni altisonanti nomi dello *star system* americano – tra questi, Yul Brinner (nato a Vladivostok da famiglia di origine zigana, peraltro) e Tony Curtis.

L'intreccio del *Taras Bul'ba* gogoliano, è seguito dal regista nei suoi tratti essenziali, con una particolare attenzione alla descrizione delle scene di guerra, spettacolarizzate al massimo, sulla scorta di un ben radicato costume americano. I Polacchi sono generalmente tratteggiati come dei dominatori avidi e imbellettati, boriosi e tutt'altro che eroici; ogni riferimento poco lusinghiero usato da Gogol' verso i bettolieri ebraici è prudentemente omissivo nel film.²⁴ I veri ed unici eroi, ovviamente, sono i soli Cosacchi. Nello scontro che li opporrà ai Polacchi, è posto in netta evidenza la centralità del dissidio religioso: la vicenda più drammatica vede affrontarsi in un duello mortale Taras e suo figlio Andryj, colpevole, agli occhi dell'atamano, di essersi legato per amore ad una giovane ragazza polacca figlia di un principe. In questo modo, Andryj ha tradito la propria patria cosacca e, insieme, ha ricusato la fede ortodossa: due peccati capitali che Taras non avrebbe potuto in alcun modo perdonare. Il film termina con un lieto fine alquanto mieloso, estraneo al tragico canovaccio dell'epopea gogoliana: vittoriosi sui Polacchi, i Cosacchi, con Taras in testa, se ne tornano verso i propri villaggi. Non vi è dunque traccia dell'atroce fine spettata in sorte ad Ostap e a Taras per mano del nemico.



CAMERA STYLÒ Al di là della ricostruzione della temperie cosacca (e, perciò – in seguito ad un ragionamento sillogistico

–, ucraina)²⁵, è interessante rilevare almeno un marchio anacronismo, talmente pesante che viene quasi da domandarsi se non sia stato creato ad arte più che commesso per inettitudine, allo scopo di conferire spettacolarità attraverso una situazione di cui il grande pubblico non avrebbe potuto cogliere l'aspetto assurdo. Mi riferisco al fatto che i Cosacchi, esultanti alla notizia che sarebbero presto tornati a combattere, intonano, a mo' di canto propiziatore, il canto *Kalinka*²⁶ – in lingua inglese! –, motivo tradizionale universalmente famoso, ma incontestabilmente russo, non confondibile con il patrimonio canoro ucraino. Inoltre, l'abbigliamento dei Cosacchi ricorda molto più da vicino quello tradizionale dei contadini russi, più che quello del tempo della *Hetmanščyna* (lo Stato ucraino dei Cosacchi).

Impossibile pensare che nessun consulente avesse potuto suggerire a Lee Thompson quanto fossero improprie tali scelte formali: forse l'intento era quello di allietare il pubblico con delle soluzioni molto note, gradite e conformi ai più consolidati *cliché* e, quindi, rassicuranti: agli occhi dello spettatore americano medio, i Cosacchi dovevano essere in tutto e per tutto assimilabili ai Russi, e perciò è tutt'altro che un male il fatto che cantino una canzone piacevole e profondamente russa come *Kalinka*. Anche in questo caso, si dimostra come, nell'immaginario collettivo degli Occidentali meno preparati, il patrimonio di riferimenti culturali ascrivibile alla Russia sia assolutamente confondibile con quello ucraino.

La recente versione di *Taras Bul'ba. Dall'amore all'odio* (*Taras Bul'ba. Ot ljubvi do nenavisti*, Vladimir Bortko, 2009), diretto da Vladimir Bortko, ha suscitato clamori e proteste, pur ricalcando da vicino il testo gogoliano. Questo film è stato finanziato dal Ministero della Cultura della Federazione Russa, oltre alle frequenti invocazioni dei protagonisti del racconto alla "terra russa", ha suscitato forti proteste da parte degli ambienti politici ucraini di orientamento nazionalistico.²⁷

Occorre specificare che, nel corso degli anni Sessanta, sulla scia del capolavoro *Le ombre degli avi dimenticati* (*Tini zabutykh predkiv*; rus.: *Teny zabytych predkov*; Sergei Paradžanov, 1964) del regista di origine georgiana Paradžanov, venne a maturarsi una corrente artistica definibile ucraino-sovietica, un'autentica nuova corrente cinematografica che avrebbe trovato in particolare

in Jurij Il'enko un campione caparbio di questo cinema fatto di associazioni immaginose, di stilizzazioni lirico-epiche, di «trovate» coloratissime, calcolate forse più su un ipotetico turista culturale a caccia di artigianato locale di classe più che su effettivi interessi del pubblico locale. E alla fine del decennio debutta in questa chiave l'attore ucraino Ivan Mykolajčuk²⁸ con *Babilonia XX*, una delle opere sovietiche più composite e folli. Un fascio di selvaggi riferimenti linguistici e poetici irradia in varie direzioni, scontrandosi, accavallandosi, bizzarramente o sordamente: vecchia letteratura sulla guerra civile e pathos dovženkiano, un po' di *melò* campagnolo e risate alla Medvedkin.²⁹

Difettavano i film degli epigoni – registi minori, destinati ad incontrare scarso successo al di fuori dell'Urss – di un certo folclorismo, fine e pretesto allo stesso tempo di commedie piacevoli quanto leggere: questo è il tratto saliente delle opere prodotte in una temperie culturale plasmata intorno alle "parole d'ordine" di *lakirovka* (laccatura) e di *beskonfliktnost'* (assenza di conflittualità).³⁰ Tale orientamento, emerso specialmente al termine della guerra, fu gravato di un nuovo e più intenso significato al tempo di Chruščëv. Tutto ciò aveva finito con il condizionare l'atteggiamento nei confronti della cinematografia di molti artisti, specialmente quelli meno originali e indipendenti, capaci di confezionare lavori semplicemente convenzionali³¹: "il nazionalismo efferato, successivo alla vittoria sui Tedeschi, il conseguente ottimismo radioso miravano a consolare i superstiti rilanciando la superiorità della Russia rispetto ad ogni altra etnia [interna come esterna all'Unione Sovietica, NdA]".³²

L'atteggiamento dello Stato sovietico, in questa fase, poteva al massimo concedere spazio ad una rappresentazione solo folcloristica e depotenziata di ogni virulenza nazionalistica delle Repubbliche e

CAMERA STYLÒ delle etnie non-russe presenti all'interno dell'immenso spazio sovietico.³³ Ecco, quindi, il significato e la funzione di molte commedie laccate che videro la luce a partire dal periodo del sia pur parziale "disgelo"³⁴ e che, di lì a poco, sarebbero state benedette pure da Chruščëv, secondo il gusto e gli intendimenti politici del *centro*.³⁵ Tale tendenza sopravvisse anche a Nikita Sergeevič, in quanto questa avrebbe saputo veicolare anche in seguito un'atmosfera di rilassamento non certo sgradito al grande pubblico, all'interno di un contesto che, benché infinitamente meno drammatico rispetto a quello staliniano, aveva comunque dovuto misurarsi con varie crisi, emerse sia all'esterno che all'interno del Paese.³⁶ Un esempio calzante è dato dalla commedia musicale *I cosacchi del Kuban* (*Kubanskije kozaki*, Ivan Aleksandrovič Pyr'ev, 1949), prototipo di quel genere cinematografico "laccato" di cui il pubblico sentiva un particolare bisogno all'indomani della guerra.³⁷ Il contesto è dato dalle fertillissime campagne del Kuban', descritte come un luogo di straordinaria abbondanza³⁸, e dove hanno luogo le schermaglie amorose e professionali fra i due responsabili di altrettante fattorie collettive. Significativo è il fatto che il film sia stato ambientato proprio nel Kuban', regione già al tempo del film pienamente russificata, ma in origine zona di trapasso fra il dominio linguistico russo e quello ucraino, identificato nell'immaginario comune ai Sovietici come una sorta di Eden: non a caso, il Presidente del *kolchoz* locale tiene un discorso in *suržik*.³⁹ Protagonisti corali della scena sono i discendenti dei "Cosacchi del passato, eredi dei pochi superstiti dei massacri dei primi anni Venti, [i quali] sono giovani, aitanti e impegnati nel dare 'pane alla patria', come recitano le scritte sul retro dei camioncini che partono dai campi ricchi di grano".⁴⁰ Il mito cosacco viene qui stemperato di ogni traccia dei contrasti antichi e di quelli, più vicini nel tempo, relativi alla guerra civile, diviene completamente sovietico, se non addirittura russo, malgrado questo patrimonio fosse considerato (da parte ucraina) estraneo alla cultura moscovita, in quanto gli Ucraini tendono a considerare il Cosaccato quale fondamento esclusivo della propria nazione:

nel film [...], i cosacchi e le loro tradizioni fornivano quel tanto di esotismo-immaginario-meraviglioso che nella tradizione europea era stato prodotto dall'Oriente, che, nell'era post-bellica staliniana, le origini prettamente russe legittimavano sul fronte nazionalistico-politico, e il gioco fu fatto.

I Cosacchi del titolo, ormai trasformati e radicati in esemplari colcosiani, recavano le giuste tracce del proprio grandioso passato, quelle che gli interventi staliniani sul folclore e sulla storia avevano permesso di non cancellare, oggi caricati di nuove responsabilità nazionalistiche.⁴¹

In questo modo, il film si proponeva di risolvere le questioni ereditate da un passato contrastato, nel nome di quella "Vittoria" che doveva stringere intorno al *vožd'* (condottiero) tutti i popoli dell'Unione Sovietica, nel nome dei comuni sentimenti politici e di un affratellamento che aveva il proprio fulcro proprio nella nazionalità grande-russa.

Un'altra commedia esemplificativa di questa fase di apparente ammorbidimento della pressione dello Stato nei confronti della società può essere considerata *Matrimonio a Malinovka* (*Svad'ba v Malinovke*, Andrej Tutyškin, 1967), un prodotto cinematografico di buon artigianato – confezionato nel 1967, all'inizio della lunga epoca brežneviana –, leggero ma non disimpegnato, e anche un po' furbo nel suo modo di rappresentare l'Ucraina sovietica secondo i *cliché* più accattivanti e graditi alla maggior parte del pubblico. La laccatura di questo film non è negli intenti dissimile a quella che caratterizza alcune pellicole occidentali post-belliche come, ad esempio, i film della trilogia consacrata a Elisabetta d'Austria, ovvero Sissi: in un caso come nell'altro, vengono celebrati, con intento mitopoietico, i fasti di un passato nazionale più o meno vicino, ma con un contemporaneo intendimento di divertire un pubblico non facilmente disposto a mettere in discussione avvenimenti non sempre di lineare interpretazione storiografica.

Svad'ba v Malinovke narra, attraverso i canoni della commedia musicale (genere amatissimo in

CAMERA STYLÒ URSS)⁴², la storia di un piccolo villaggio ucraino che, sia pur sostenuto nella sua lotta da valorosi soldati bolscevichi, si trova stretto fra le minacce conservatrici portate tanto dai bianchi di Wrangel' quanto dai nazionalisti di Petljura. Il regista non lesina un sapiente e abbondante ricorso alle tradizionali immagini di puro *kitsch* ucraino: girasoli, abitazioni tipicamente decorate con vivacissimi motivi floreali, contadine con l'abito popolare e la caratteristica acconciatura a treccia; il regista, però, intende assicurare (in sintonia con il punto di vista del *centro*) il pubblico: per non inquietarlo con gli spettri di un nazionalismo potenzialmente sedizioso, i protagonisti si esprimono in lingua russa.⁴³ La pellicola alterna i celebri motivi canori della tradizione popolare ucraina ad altri brani caratterizzati da contenuti politici, risalenti al tempo della Rivoluzione e della guerra civile; in particolare, i primi dovevano risultare di certo capaci di far sorridere e di vellicare un moderato desiderio di "esotismo" da parte dello spettatore medio grande russo – rintracciabile nel colore della pur vicina (ma comunque meridionale) Ucraina –, mentre i secondi avrebbero dovuto commuovere lo spettatore, risvegliando in lui sentimenti patriottici di appartenenza e di fedeltà politica rispetto al contesto sovietico.

Al termine della pellicola, mentre i bolscevichi vittoriosi, sfilando trionfalmente, lasciano il paese, l'anziano comunista guarda verso la telecamera e, orgoglioso e bonario insieme, afferma con voce sicura: "il potere non cambierà più", ovviamente riferendosi alle condizioni politiche ormai favorevoli alla vittoria definitiva del comunismo. Come sottofondo, le energiche, celeberrime, sovieticissime ed entusiasmanti note di *Oj pri lužku*, canto della guerra civile.

Di un solo anno successiva è un'altra commedia musicale: *Trembita* (Oleg Nikolaevskij, 1968) anch'essa colorata e sfavillante nella sua tipizzata ambientazione collocata in un bucolico villaggio dell'Ucraina Transcarpatica. Il titolo del film si riferisce al caratteristico corno musicale della tradizione di numerose aree montane d'Europa, suonato anche dai Huculy dei Carpazi.

Lo sfondo storico nel quale i personaggi si muovono, in questo caso, corrisponde al periodo immediatamente successivo alla Grande Guerra Patriottica. Anche qui la morale è politicamente corretta: il profittatore di turno, già maggiordomo di un nobile collaborazionista, vede frustrate le sue macchinazioni tese a recuperare il presunto tesoro appartenuto al suo padrone. Anche qui, i protagonisti sono tratteggiati secondo il *cliché* più abituale e gradito: cantano e ballano allegri, ora che la guerra è finalmente terminata, e che tutta l'Ucraina, per la prima volta dai tempi della Rus', è stata raccolta in seno ad un unico Stato. Cantano, i protagonisti, facendo ricorso alla lingua russa, anche mentre ballano danze simili alle tipiche *gopak* e alla *gorlica* di cui già raccontava Gogol'. Al limite, qualcuno fra loro può permettersi di portare un nome ucraino (Mykola, invece di Nikolaj). Il tono disimpegnato e allegro è sottolineato anche dalle stramberie di cui si rende protagonista il sempliciotto di turno.

La produzione cinematografica sovietica incentrata sull'Ucraina diede forma a un trionfo di un'estetica laccata, impregnata di un significato filo-sovietico, pure se i contenuti politici – ovvero la fedeltà alla patria sovietica – restano in quest'opera sullo sfondo, quasi che il regista Nikolaevskij avesse voluto conferire loro un ruolo sì chiaro, ma attraverso modalità poco invasive. Il film risponde dunque ai criteri della correttezza politica, ma secondo un'ottica più distesa, attraverso la quale l'Ucraina può dare sfoggio di sé in tutto il suo fulgore: non compaiono nella pellicola velleità di tipo nazionale, del tutto addomesticate nel nome sia dell'internazionalismo pan-sovietico che dell'apparentamento fra Russia e Ucraina, "popoli-fratelli", come sanciva un noto manifesto sovietico. (http://www.google.it/imgres?imgurl=http://www.petrograd.biz/plakat/st16.jpg&imgrefurl=http://www.petrograd.biz/plakat/st16.php&h=882&w=600&sz=125&tbid=BH_V9SUciBR9gM:&tbnh=90&tbnw=61&zoom=1&usq=clxKtY5csURWdY8sMuSX_gT00CA=&docid=OiONurRfQNNCFM&sa=X&ei=loopUrqBAuOp4gT54oCoCw&ved=0CDEQ9QEwAA&dur=635)

Andrea Franco

CAMERA STYLÒ Note

1. Il concetto che soggiaceva all'idea (o, forse meglio, all'ideologia) secondo cui gli Slavi-orientali nel loro complesso formassero un unico insieme nazionale è riassumibile nell'espressione *obščerusskij narod*, traducibile approssimativamente come "nazionalità comune a tutti i Russi". Tale concetto, sviluppatosi a inizio Ottocento e perfettamente congruente rispetto alla teoria della "nazionalità ufficiale" varato dal Ministro Sergej Uvarov nel 1833, si mantenne in vita in epoca sovietica, parallelamente all'ideologia dell'internazionalismo comunista: anche durante il comunismo, benché ad un livello tacito, non ufficiale, le tre nazionalità slave-orientali costituirono il nucleo più centrale dello Stato. L'uno e l'altro, ad ogni modo, rimasero egemonizzati dall'elemento russo propriamente detto.
2. In merito alla *vexata quæstio* relativa all'appartenenza nazionale di Gogol' ad un contesto prettamente ucraino piuttosto che russo, cfr.: Claude de Grève, "Nicholas Gogol', écrivain frontalier exemplaire", in *Littérature di Frontiera-Littératures Frontalières*, Anno I, n. 1, gennaio-giugno 1991; George Luckyj, *The Anguish of Mykola Hohol, a.k.a. Nikolaj Gogol*, Toronto, canadian Scholar Press, 1998.
3. "Il risveglio di interesse per la commedia «moderna» è fra i sintomi più interessanti dell'attuale [cioè dell'epoca del disgelo chruščëviano; NdA] panorama sovietico", Giovanni Buttafava, *Il cinema russo e sovietico*, Venezia, Marsilio, 2000, p. 174.
4. Il film-simbolo di questa fase è *A zozzo per Mosca (Ja šagaju po Moskve)*, Georgij Danelija, 1963), in quanto si tratta di "un'allegria e tenera passeggiata libera da ogni idea-guida a base ideologica e intento didascalico o satirico", *Ivi*, p. 111. Per quanto riguarda il più generale aspetto politico, va messo in rilievo che, una volta morto Stalin, molte delle più acute tensioni che avevano precedentemente esasperato i rapporti fra le nazionalità non-dominanti e lo Stato sovietico (dalle periferie spesso interpretato *tout-court* come russo) vennero parzialmente ricomponendosi nel nome della *Pobeda* (Vittoria). Il cinema sovietico, progressivamente, risentì di questo periodo di disgelo, e favorì la rappresentazione del colore locale, generalmente secondo modi stereotipati, e sulla base dell'immagine folklorica condivisa dal pubblico, la quale veniva pienamente assecondata; cfr.: G. Buttafava, *op. cit.*, pp. 114-118.
5. Cfr.: Oksana Pachlovska, *Civiltà letteraria ucraina*, Roma, Carocci, 2008, pp. 862-863.
6. *Noč pered Roždestvom* (A. Rou, 1961).
7. Cfr.: <http://it.youtube.com/watch?v=SHVDIPOXGXW>
8. Marcello Garzaniti, *Gli Slavi. Storia, culture e lingue dalle origini ai nostri giorni*, Roma, Carocci, 2013, p. 55; Aleksander Gieysztor, "En guise de conclusion: la religion traditionnelle slave et la christianisation de la Rus', changement et continuité", in O. Pritsak, I. Ševčenko, M. Labunka (a cura di), *Harvard Ukrainian Studies. Proceedings of the International Congress Commemorating the Millennium of Christianity in Rus'-Ukraine*, voll. XII/XIII, 1988/1989, Cambridge, Massachussetts, p. 876
9. Sulla tradizione delle koljadki, cfr.: Evel Gasparini, *I matriarcato slavo. Antropologia culturale dei protoslavi*, Firenze, Sansoni, 1973, pp. 694-695. Sitografia: traditions.org.ua/pisni/koliadky, www.tropinka.orthodoxy.ru/zal/poezija/koljdki.htm, www.pisni.org.ua/songlist/kolyadky-1.html, strana-sovetov.com/miscellaneous/holidays/3661-kolyadki, www.proridne.com/content/nichni/колядки.
10. Cfr.: Aleksandr Petrovič Dovženko, *Memorie degli anni di fuoco*, Milano, Gabriele Mazzotta Editore, 1973, p. 180; Serena Prina, *Note ai testi*, in Nikolaj Gogol', *Opere*, Milano, Meridiani Mondadori, 1994, vol. I, p. 1264.
11. I Cosacchi della Zaporožskaja Seč' risiedevano nelle isole situate lungo le cateratte del tratto terminale del fiume Dnepr/Dnipro. Da tale inespugnabile retrovia, muovevano alla volta delle loro operazioni militari.
12. Il *suržik* è l'idioma parlato dalle genti meno istruite presso i territori dell'Ucraina centro-orientale, specie in area urbana: alla base di questo idioma è un russo denso di espressioni popolaristiche, cui si aggiungono molte espressioni e costrutti tipico dell'ucraino. Fu Gogol' il primo autore a dare dignità

CAMERA STYLÒ

letteraria a questa parlata.

13. Cfr.: N. Gogol', *op. cit.*, p. 182.

14. *Ivi*, p. 187.

15. N. Gogol', *op. cit.* p. 481; altre informazioni sul *Vij* sono rintracciabili in Arnaldo Alberti, *Gli Slavi*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1996, p. 265.

16. Cfr.: N. Gogol', *op. cit.*, p. 1266.

17. Cfr.: N. Gogol', *op. cit.*, p. 1266.

18. Cfr.: A. Alberti, *op. cit.*, p. 263; O. Pachlovskaja, *op. cit.*, p. 208.

19. Cfr.: Lubomir Hosejko, *Histoire du cinéma ukrainien. 1896-1995*, Paris, Éditions A Die, 2001, pp. 220-221.

20. Cfr.: O. Pachlovskaja, *op. cit.*, p. 208.

21. Antonín Liehm, Mira Liehm, *Il cinema dell'Europa dell'est negli ultimi quindici anni*, in Mira Liehm (a cura di), *Il cinema nell'Europa dell'est. 1960-1977. Il cinema di stato e i suoi artisti*, Venezia, Marsilio, 1977, pp. 55-56; Michele Picchi, *Sergej Paradžanov*, Milano, Il Castoro, 1994, p. 47.

22. Cfr.: Zenon E. Kohut, *Russian Centralism and Ukrainian Autonomy: Imperial Absorption of the Hetmanate, 1760s-1830s*, Harvard Ukrainian Research Institute, 1988.

23. Riecheggiano qui le parole di Puškin, secondo il quale, nella sua favorevolissima recensione all'opera giovanile del suo amico Gogol', definì entusiasticamente i Piccoli-Russi "la stirpe che canta e danza"; cfr.: A. Puškin, *Le veglie alla fattoria di Dikan'ka*, in N. Gogol', *op. cit.*, p. 1257.

24. Cfr.: N. Gogol', *op. cit.*, Vol. I, pp. 370-371.

25. Cfr.: O. Pachlovskaja, *op. cit.*, p. 383.

26. Quasi altrettanto grave è l'anacronismo: *Kalinka* fu composta da Ivan Petrovič Larënov nel 1860.

27. Cfr.: Yuliya Yurchuk, *National Identity and National Past: Whose Right to Tell the Story? The Filmic Representations of the "Ukrainian" Past in Russian Film "Taras Bulba"*, *pro manuscripto*.

28. Cfr.: L. Hosejko, *op. cit.*, pp. 180-181.

29. G. Buttafava, *op. cit.*, p. 187.

30. Cfr.: *Ivi*, p. 89.

31. Cfr.: *Ivi*, pp. 115, 178. In queste pagine Buttafava compie una ricognizione sulle cinematografie "regionali" sovietiche, con particolare attenzione agli anni Sessanta: ne emerge una costellazione di autori talentuosi come di registi caratterizzati da un approccio meramente decorativo al tema del folklore locale.

32. Gian Piero Piretto, *Il radioso avvenire. Mitologie culturali sovietiche*, Torino, Einaudi, 2001, p. 206.

33. Si pensi, ad esempio, ad un film fortunatissimo quale *Una vergine da rubare (Kavkazkaja plennica, ili novye priklyčeniija Šurika)*, Leonid Gajdaj, 1966).

34. Tale espressione vide la luce grazie al romanzo di Erenburg "Ottepel". Cfr.: Oksana Bulgakova, *Cinema sovietico: dal realismo al disgelo, 1941-60*, in Gian Piero Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale*, Torino, Einaudi, 2000, vol. I, p. 714.

35. In letteratura questo orientamento è noto con il nome di *kolchoznaja literatura* (letteratura del kolchoz) caratterizzata da riferimenti politici indiretti e rassicuranti, e da toni elegiaci improntati a semplicità. Quanto al concetto di "centro", questa designa, nell'accezione proposta da Kappeler, il nucleo (russo) dello Stato, distinto (e, talora, contrapposto) alle "periferie allogene"; cfr.: Andreas Kappeler, *Centro e periferie nell'Impero russo*, in «Rivista Storica Italiana», Torino, Edizioni Scientifiche Italiane, Anno CXV, fasc. II, agosto 2003; A. Kappeler, *La Russie. Empire multiethnique*, Paris, Institut d'Études Slaves, 1994 [or.: *Russland als Vielvölkerreich: Entstehung, Geschichte, Zerfall*, C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, München, 1992].

36. Più precisamente, oltre che le commedie laccate, "nel clima della guerra fredda si favoriscono due tipi di film: lo smascheramento della democrazia borghese nei thriller di politica estera e la glorificazione

- CAMERA STYLÒ** *delle figure dei grandi russi nei film biografici*", O. Bulgakova, *op. cit.*, p. 709; cfr.: G. Buttavafa, *op. cit.*, p. 89.
37. Cfr.: O. Bulgakova, *op. cit.*, p. 712.
38. Cfr. G.P. Piretto, *op. cit.*, p. 211.
39. Cfr.: G. Buttavafa, *op. cit.*, p. 90; G.P. Piretto, *op. cit.*, p. 116.
40. G. Buttavafa, *op. cit.*, p. 214.
41. *Ivi*, p. 212.
42. Sul successo della commedia musicale in Urss, che ebbe i suoi campioni in Ivan Pyr'ev e Grigorij Aleksandrov, cfr.: G.P. Piretto, *op. cit.*, pp. 103-106.
43. A proposito alla politica linguistica seguita osservata dal cinema sovietico, cfr.: Antonín Liehm, Mira Lihem, *op. cit.*, p. 55.

ORIENTI Le monde, ça se voit dans les films OCCIDENTI

Dans son texte introductif au numéro spécial de *Cinergie* consacré à l'orientalisme (mars 2013), *Orienti, pratiche plurali*, Marco Dalla Gassa rappelait le caractère artificiel, et toujours discutable, du terme « Orient ». Au moment de se pencher sur le rôle que des financements (publics et privés) européens ont joué et jouent dans la naissance et la circulation de films asiatiques, en particulier ceux qui arrivent effectivement dans les circuits festivaliers et dans les salles art et essai de nos pays, il apparaît que le terme pourtant apparemment plus objectif d'« Asie » appelle les mêmes précautions oratoires. De quelle Asie parle-t-on? S'il s'agit du continent qui commence dès que, venant d'Europe, on a traversé le Bosphore ou l'Oural, alors les situations sont si variées qu'il est délicat, sinon absurde, de prétendre énoncer quelques généralités que ce soit: quoi de commun entre les Emirats Arabes Unis, Israël, le Tadjikistan, l'Inde, la Malaisie, le Cambodge, la Corée? Si la question de l'"Orient" est une ancienne question, reflet du rapport construit par le monde ouest-européen et nord-américain à ce qui n'est pas lui, comme le rappelait la belle citation de Gramsci dans le même texte de Dalla Gassa¹, la question de l'Asie est une question sinon nouvelle, du moins renouvelée. Elle s'inscrit dans un vocabulaire toujours pseudo-géographique, qui, par correction politique, a évacué les anciennes formulations comme "Tiers Monde" ou "pays sous-développés" pour leur substituer le terme "Sud". Dans le langage technocratique, humanitaire et bien-pensant, l'Asie faisait partie du "Sud" (sic). A l'exception du Japon qui, depuis l'ère Meiji, est devenu une sorte de pays occidental (donc du "Nord"). C'est à ce titre que l'Asie dans son ensemble, Japon excepté, a fait partie de la vaste zone éligible à des soutiens économiques pour la production de films, quitte à ce qu'on procède localement à des adaptations.

Je prendrai ici l'exemple, particulier comme tout exemple mais significatif à beaucoup d'égards, du principal système de financement français. En France, durant 28 ans (1984-2011), le Fonds Sud, incarné par une commission d'experts et de professionnels nommée par les tutelles, a contribué de manière significative à la production de plus de 400 films d'origines très variées², grâce à des sommes conséquentes abondées par le Ministère des Affaires étrangères et par le Ministère de la Culture (via le Centre national du Cinéma – CNC)³. Une des caractéristiques de ce soutien était que les sommes ainsi investies n'étaient jamais données à un producteur étranger, mais à un coproducteur français d'un film du Sud, et que ces sommes devaient impérativement être dépensées en France – où avaient lieu en général des opérations de post-production.

Ce schéma est particulier, il en existe bien d'autres, mais il est assez représentatif de la manière dont "le Nord" aide "le Sud" en s'aidant lui-même. Il convient de considérer les limites ou les perversités de ce système, mais aussi de prendre acte que beaucoup de films des pays concernés ne se seraient tout simplement jamais faits sans l'existence de tels dispositifs. Et que parmi ces films figurent de grandes œuvres, signées de quelques uns des plus grands cinéastes du monde, dont les dispositifs d'aide européens ont permis, ou en tout cas soutenu la naissance et/ou le développement. En ce qui concerne le Fonds Sud français, il est intéressant de noter qu'il a disparu pour être remplacé au 1^{er} janvier 2012 par un nouveau dispositif, intitulé "[Aide aux cinémas du monde](#)", et qui concerne donc des réalisations de toutes origines. Son texte fondateur précise:

L'aide aux cinémas du monde est une aide sélective accordée aux cinéastes étrangers de tous les pays, dès lors qu'ils présentent un projet de film (long métrage) porteur d'une ambition artistique certaine, d'une vision originale du monde, et qu'ils ne sont pas en mesure de trouver le financement nécessaire dans leur propre pays.

La création de ce fonds⁴, avec au passage l'élimination d'une zone "géographique" (en fait idéologique), traduit notamment la disparition, ou au moins l'extrême fragilisation de l'idée même de "Sud" tel qu'appréhendé précédemment.

ORIENTI OCCIDENTI

Autre exemple, également choisi en France, autour de cette notion: une des plus grandes manifestations dédiées aux cinématographies du “Sud”, le Festival des 3 Continents de Nantes, créé en 1979, à une époque où la mémoire de la tricontinentale, de Bandung, de Guevara et des non-alignés était encore vive, s’est dotée comme un grand nombre de festivals de structures d’accompagnement de la production. Ce dispositif, qui à Nantes consiste principalement en ateliers de formation pour des producteurs originaires des “trois continents” (Afrique, Asie, Amérique latine), intitulé “Produire au Sud”, est né en 2000. Très vite, il est apparu que pratiquement aucun producteur asiatique n’y participe: autour des années 2000, la plupart des pays asiatiques sont sortis du Sud. Autre exemple: chaque année durant le Festival de Cannes est organisé un Pavillon des cinémas du monde, où dix jeunes cinéastes du “Sud” sont sélectionnés sur un projet de long métrage, pour venir rencontrer d’éventuels partenaires et coproducteurs. Dans les faits, ils viennent principalement d’Afrique noire et du Maghreb, moins souvent d’Amérique latine et du Moyen-Orient, et très rarement d’Asie, à l’exception des anciennes républiques asiatiques soviétiques.

Il est légitime de rapprocher ici les systèmes publics d’aide, du type Fonds Sud, de ceux mis en place par les festivals. Ensemble, ils forment un tissu de plus en plus dense qui permet à des producteurs du “Sud” de combiner des financements pour mener à bien des projets. Mais à nouveau le cas asiatique fait problème: si des festivals comme Rotterdam, où le Fonds Hubert Bals a joué un rôle pionnier, Fribourg, Turin avec le Torino Lab, le World Cinema Fund allemand très lié à la Berlinale, Open Doors à Locarno, etc., participent selon des modalités variables à l’existence de films du monde entier, avec un soutien plus important en direction des pays du Sud, quelle place accorder à Busan, dont le PPP a lui aussi joué un rôle fondateur dans la mise en place de ces projets (à condition qu’ils soient asiatiques), comme le font aussi désormais les pays du Golfe (à condition qu’ils aient à voir avec le monde arabe, “asiatique” ou pas)?

Il est de moins en moins possible de décrire la situation selon une logique binaire, qu’elle soit Ouest/Est ou Nord/Sud. Les systèmes de soutien Est/Est se développent, et continueront de le faire. C’est vrai du côté des Etats, la Chine en particulier a pris conscience de l’importance du *soft power*, et développe des procédures qui tendent à en faire un partenaire culturel au niveau international. C’est vrai du côté de certains autres pays sans nécessairement la mise en place d’une structure administrative dédiée: ainsi la vogue coréenne en Asie, si elle s’appuie d’abord sur la musique de variété (K-Pop) et les séries télé, avec les phénomènes de star-system qui s’y rattachent, passent aussi par la diffusion des films, et par la mise en place de projets de coproductions qui associent des vedettes coréennes (et des financements de même origine) à des films conçus ailleurs. Et c’est vrai d’entreprises privées, exemplairement Office Kitano à Tokyo, où le producteur Shozo Ichiyama a permis la réalisation de films des Iraniens Abolfazl Jalili et Samira Makhmalbaf, du Taïwanais Hou Hsiao-hsien, du Chinois Jia Zhang-ke.

Il est essentiel d’avoir à l’esprit ce déplacement des repères, et cette mutation d’une vision du monde binaire (qu’on la définisse Est/Ouest ou Nord/Sud) en une multiplication d’influences, un nuages de flèches d’intensité et de taille variables partant de très nombreux lieux en directions de très nombreux autres lieux. Ce phénomène est d’autant plus important que, sur le plan quantitatif, le nombre de dispositifs ne cesse d’augmenter, tout comme augmentent le nombre de films qui y ont recours. C’est dans ce contexte qu’il faut poser la question de la manière dont ces financements influencent les films, distordent les choix de scénario, de mise en scène, d’interprétation pour plaire aux organismes susceptibles de financer ou de promouvoir les projets. On sait que poser cette question est devenu en fait formuler une accusation: les systèmes d’aide à la production (et éventuellement à la diffusion) des films du Sud, et notamment d’Asie, donneraient naissance à des films dépourvus de racines, ou ne s’adressant pas aux habitants du pays d’où leurs auteurs sont issus, mais au contraire se conformant aux goûts et aux attentes des commissions, des programmeurs de festivals, des critiques européens et nord-américains.

ORIENTI OCCIDENTI

C'est à nouveau, et outre les réserves précédemment mentionnées, faire preuve de simplifications abusives. Il faut distinguer au moins deux questions. D'abord, est-il vrai que les financements influencent les films? Bien sûr ! Toujours ! Partout ! Des studios hollywoodiens aux films de Philippe Garrel ou de Pedro Costa ou de Cipri et Maresco, les sommes utilisables, leur origine, souvent le timing de leur disponibilité déterminent d'innombrables choix, la créativité et la liberté de l'auteur tenant à la manière dont il joue avec ces contraintes, les déjoue, les utilise, en réduit les effets négatifs, etc. Aucun film ne se fait à l'intérieur d'une bulle où aucune pesanteur liée à l'argent n'existerait. Pourquoi voudrait-on que cela ne soit pas aussi le cas des films faits dans le contexte de coproductions ou de soutiens financiers venus d'un autre continent? Et en quoi cette pesanteur-là serait-elle plus nocive, plus critiquable que celle imposée par des banquiers et des commerciaux, fussent-ils locaux?

Deuxième question, différente, qui porte en apparence sur un sujet qui concerne cette fois non plus de vulgaires histoires d'argent mais un enjeu esthétique. Les films nés grâce à des dispositifs de coproduction avec l'Europe plairaient davantage au public des festivals occidentaux qu'aux habitants des pays d'où ils sont originaires. En réalité, on n'a pas changé de sujet: il s'agit toujours d'argent, il s'agit de commerce. C'est assigner les films à un destin de marchandise, selon un schéma mercantile simpliste lui aussi: un film devrait avoir un marché principal, celui du pays où il est tourné, et éventuellement des marchés secondaires, dans le reste du monde. Mais c'est une approche qui est formulée de manière plus insistante pour un film asiatique que pour un film européen ou américain. Si les spectateurs états-uniens boudent les films de Woody Allen mais que fort heureusement les spectateurs français, allemands et italiens le célèbrent (et assurent leur viabilité économique), cela prouve que les Américains sont des abrutis incultes bouffeurs de popcorn, et aussi combien est pourri le système de distribution entièrement inféodé aux blockbusters occupant les multiplexes. Si les films de Ken Loach doivent trouver producteur et distributeur français, et un festival continental, pour exister, et éventuellement sortir en Grande-Bretagne grâce à la reconnaissance qu'ils obtiennent dans le reste de l'Europe, cela prouve l'indigence du rapport des Anglais à leur cinéma, et la nullité de leur système de distribution, d'exploitation et de médiatisation. Mais si Abbas Kiarostami, Jia Zhang-ke ou Apichatpong Weerasethakul réalisent des films qui soulèvent l'enthousiasme des cinéphiles occidentaux mais ne recueillent pas de triomphe public dans leur pays, ce serait la preuve qu'ils ont vendu leur âme au diable, prostitué leur art, tourné le dos aux réalités de leur pays?

Les artistes sont parfois bien compris de leur public et parfois non, ou parfois de manière tardive. Les artistes de cinéma pratiquent une activité qui coûte cher et qui, d'une manière ou d'une autre, doit être accompagnée d'argent, qu'il soit versé avant ou après la fabrication. Leur situation est donc a priori plus fragile que celle d'écrivains ou de peintres ou de musiciens ou de vidéoartistes qui peuvent toujours créer dans leur cuisine pour très peu d'argent. Des systèmes complexes, pour des motifs historiques eux aussi complexes, se sont mis en place, qui permettent à des créateurs de travailler non pas dans l'indifférence du public, mais dans des relations diversifiées à des publics diversifiés. Croit-on qu'Eric Khoo se fiche du public, ou qu'Edward Yang s'en fichait? Bien sûr que non. Mais "leur public" n'est pas forcément singapourien ou taïwanais, ni composé de clients dans un multiplexe. Et les spectateurs de festivals ne sont-ils pas des spectateurs? N'ont-ils pas des yeux? Quand un film est triste, est-ce qu'ils ne pleurent pas? Faut-il refaire la tirade du *Marchand de Venise* à leur propos?

Parmi ces artistes, certains sont parmi les grands témoins des mutations sociales qui affectent leur pays, mais ils ne peuvent travailler et être montrés qu'en passant par d'autres réseaux, d'autres systèmes de validation que les réseaux et systèmes de leur pays – et c'est vrai du jeune cinéma malaisien apparu dans les années 2000 notamment autour de la société de production Da Huang mais aussi grâce aux festivals de Rotterdam et de Vancouver, comme du jeune cinéma philippin, ou des actuelles nouvelles générations en Turquie et en Israël, pour citer des cinématographies du même continent, toutes très présentes dans les festivals, et par ailleurs aussi différentes que possible entre elles. D'autres cinéastes

ORIENTI OCCIDENTI

ne sont pas forcément des “témoins”, leur œuvre ne se construit pas d'emblée dans une relation descriptive de leur société. Qui a édicté la règle selon laquelle ce serait obligatoire? Le cinéma de Weerasethakul est profondément ancré dans le monde culturel de son pays, et de sa région, mais il l'évoque de manière moins explicite. Il ne pourrait pas le faire sans le producteur Simon Field⁵. Qui a quelque chose à reprocher au réalisateur pour autant? En quoi Field au côté d'un Thaïlandais est-il moins légitime que Marin Karmitz aux côtés de Krzysztof Kieslowski ou de Gus Van Sant, Marianne Slot aux côtés de Lars Von Trier, Fabienne Vonier aux côtés d'Aki Kaurismaki?

Et faut-il rappeler que c'est d'Asie que, bien avant ces débats, est venue une grande cinématographie qui a conquis des publics immenses dans le reste du monde *sauf* en Europe et aux Etats-Unis? Pourtant très ancré dans sa réalité socio-culturelle, le cinéma indien et notamment celui fabriqué à Bombay passionne et émeut dans toute l'Asie (très au-delà de la sphère proche du monde indien), au Moyen-Orient, en Afrique depuis des décennies. Le grand spécialiste du cinéma africain Olivier Barlet a souligné les raisons profondes qu'avaient les films indiens de s'adresser à des spectateurs africains – et il parle de l'Afrique blanche autant que de l'Afrique noire:

On dit souvent que le public africain aime les films indiens car on y trouve de la musique, de l'amour, du rêve et de l'action, sans compter les belles parures des femmes, le luxe et la beauté des danses bien orchestrées. On dit aussi que la pudeur des films facilite leur accès là où l'on est facilement choqué par les scènes de sexe des films hollywoodiens. Le baiser final reste effectivement souvent le maximum montré, et encore est-il surtout suggestif (bien que l'on s'embrasse de plus en plus dans les films récents). On peut les regarder en famille. Tout cela me semble participer d'une même condescendance un rien méprisante envers un public que l'on réduit si volontiers à des arriérés. Si le public africain a aimé Bollywood, c'est me semble-t-il davantage parce que les films populaires indiens lui sont proches par leur façon non occidentale d'aborder des thématiques qui font partie de sa réalité. Que ce soit les questions récurrentes de l'indépendance des jeunes au sein de grandes familles ou des mariages arrangés, des amours contrariés pour des problèmes de castes, des conflits pères-fils, de la vengeance ou de la rédemption, de la survie en dépit de tous les obstacles, de l'importance de l'honneur et du respect de soi-même ou de la mission de perpétuer les valeurs morales et religieuses, Bollywood traite de débats qui parlent à des sociétés traditionnelles en cours de mondialisation.

Même si le retour systématique des héros dans le giron de la loi commune fait des films hollywoodiens des manifestes conservateurs, ces films participent de l'émergence d'une nation après la colonisation. Ils le font dans un cadre culturel qui n'est pas celui du film américain où le héros est seul maître de son destin. Il se construit de film en film une réponse autonome correspondant à un imaginaire autonome retravaillant les textes épiques, les mythes fondateurs. L'esthétique générale des films (mélo, musique, chasteté, etc.), dont on se gausse si facilement, en est dès lors le contenant et non le contenu, en quelque sorte la condition d'affirmation ou du moins les ficelles d'un genre qui, partant des structures existantes du spectacle populaire, s'est peu à peu élaboré sans jamais se départir de la fluidité de son rapport avec son public⁶.

Au-delà même du cas de Bollywood, cette approche est exemplaire pour affirmer la possibilité de plusieurs modèles narratifs et de représentation. Et que ceux-ci n'ont pas plus à obtempérer à un supposé goût du public décidé à l'avance qu'à ignorer par principe ce qui se joue entre des films (divers) et des publics (divers, eux aussi). Mais Bollywood c'est du cinéma “commercial”? Et alors? l'enjeu est précisément de refuser de ghettoïser tel ou tel type de films come tel ou tel type de public. L'expérience montre que, lorsqu'une dynamique efficace est instaurée, il est possible de multiplier les passerelles entre des œuvres, des styles, des auteurs et des spectateurs, bien au-delà des cases dans lesquelles

ORIENTI OCCIDENTI

une approche conformiste les avait enfermés.

Il s'est mis en place un étrange discours, qui, à l'époque de la circulation mondialisée des personnes, des idées, des images, et bien sûr des capitaux et des marchandises, redouble une injonction nationaliste (faites des films dans votre pays, pour les spectateurs de votre pays) d'une sorte d'ostracisme pseudo-tiersmondiste: personne ne songerait à demander la même chose aux Français (à qui on reproche plutôt de faire des films "trop français", même si personne ne sait ce que ça veut dire) ou aux Italiens. Il y a toute une rhétorique qui, au nom d'approches idéologiques par ailleurs souvent opposées, tendent à essentialiser les productions d'une zone géographique. Le chercheur Olivier Roy en a parfaitement mis à jour les mécanismes, et les dangers, à propos du cas particulier de l'orientalisme comme impasse idéologique de type colonial et du caractère symétrique de sa critique par Edward Saïd et ses épigones⁷. Récuser de telles assignations ne signifie pas que toutes les situations sont identiques: Abbas Kiarostami ne filme pas de la même manière en Iran, un film très iranien quoique production française comme *Le vent l'emportera* (*Bad ma ra khahad bord*, 1998) et en Italie un film européen comme *Copia conforme* (id. 2000). Hou Hsiao-hsien ne filme pas de la même manière *Le Voyage du ballon rouge* (id., 2008) à Paris et *Three Times* (*Zui hao de shi guang*, 2005) à Taiwan (où il ne filme pas non plus de la même manière trois histoires situées à trois époques différentes).

Mais pour pouvoir affirmer ce qui précède, il faut faire ce que tendent au fond à esquiver les commentaires hostiles sur les influences supposées toujours perverses des financements externes: il faut regarder



Copia conforme, 2010

les films, un par un. Et bien sûr beaucoup d'entre eux trichent, cherchent à capitaliser sur des clichés, de l'exotisme, des attentes préétablies du public. Par exemple, des thématiques comme la liberté sexuelle et la liberté individuelle sont formulés selon des approches qui correspondent aux standards occidentaux, qui à être artificiellement plaqué sur les environnements dans lesquels ils sont situés, tandis que des pratiques magiques ou folkloriques sont présentées selon des approches propres à séduire les imaginaires du Nord, sans oublier les usages parfois touristiques des paysages les plus spectaculaires comme de la misère la plus sinistre⁸.

ORIENTI OCCIDENTI



Le voyage du Ballon Rouge, 2007

C'est nouveau, ça? C'est propre aux films venus d'Asie (ou d'Afrique) et financés en Europe? Evidemment non. Qui voit les films relevant de ces procédés de production et de diffusion verra de très nombreuses réalisations racoleuses, malhonnêtes, ou juste stupides. Mais cela est le sort de quiconque regarde beaucoup de film, est curieux de ce qui apparaît un peu partout dans le monde sur les écrans. Et, bien sûr, il arrive que des commissions se trompent, que des programmeurs se laissent bernier ou soient routiniers, que des procédures engendrent des effets pervers. C'est leur lot naturel. Mais on connaît le socle sur lequel s'appuient les raisonnements qui, au nom d'une très problématique "authenticité", tendent à en conclure que de telles pratiques seraient intrinsèquement mauvaises: c'est préférer que ne règne que la seule loi de la jungle, celle du marché. Le marché qui, lui, ne s'embarrassera pas de frontières, mais de manière toute différente.

De quelle authenticité parle-t-on en effet? Partout et toujours, le cinéma prend en compte de manières multiples des situations infiniment complexes, mises en forme par la subjectivité de ceux qui le font, et les effets mécaniques (le fameux "génie dans le système") plus ou moins directs des dispositifs techniques, économiques, sociaux qui permettent la fabrication des films, leur circulation et leur rencontre avec des publics. Ça se voit en regardant les films. Parmi eux, ceux produits grâce à des financements venus d'autres pays, d'autres continents "témoignent" (mais seulement dans ce sens très large) de l'importance majeure d'un cinéma où non seulement les multiples formes d'exils ou de diaspora sont constitutives de l'état actuel de l'humanité, comme l'a fort bien montré il y a plus de 10 ans le chercheur Hamid Naficy⁹, mais où les modes de vie, de pensée, d'imagination y compris de gens qui voyagent peu ou pas sont travaillés par des ondes venues de loin.

On sait aujourd'hui l'importance des influences – thématiques, stylistiques, technologiques... – par-delà les limites frontalières ou culturelles¹⁰. Mais simultanément, le cinéma, à cause de ses modalités propres d'existence, conserve des ancrages puissants dans les collectivités dont sont issus ceux qui le font, dans les paysages où ils sont tournés, dans les langues qu'on y parle, etc. Cela est un fait trop massif

ORIENTI OCCIDENTI

pour qu'on affirme la disparition des cinéma nationaux, comme certains ont cru pouvoir le faire, prenant le développement d'un nouveau et puissant courant transnational pour une forme dominante sinon tendanciellement hégémonique. *Et en même temps* vouloir assigner à résidence le cinéma, ou certains cinémas au nom d'un fantasme d'authenticité qui dissimule soit un acquiescement à la seule loi du marché, soit une forme d'intégrisme (national, culturel, linguistique...), les deux se donnant objectivement la main, c'est à la fois vouloir se priver de beaucoup des plus beaux films présents et futurs, et refuser une évolution du monde qui, avec tous les dangers de soumission à un modèle économique-culturel dominant et contre lequel il faut sans cesse tenter d'agir, est aussi porteuse d'immenses espoirs.

Jean-Michel Frodon

Note

1. "È evidente che Est e Ovest sono costruzioni arbitrarie, convenzionali, cioè storiche, poiché fuori della storia reale ogni punto della terra è Est e Ovest nello stesso tempo. Ciò si può vedere più chiaramente dal fatto che questi termini si sono cristallizzati non dal punto di vista di un ipotetico e malinconico uomo in generale ma dal punto di vista delle classi colte europee che attraverso la loro egemonia mondiale li hanno fatti accettare dovunque? Il Giappone è Estremo Oriente non solo per l'Europeo ma forse anche per l'Americano della California e per lo stesso Giapponese, il quale attraverso la cultura politica inglese potrà chiamare Prossimo Oriente l'Egitto". Antonio Gramsci, *Quaderni dal carcere*, vol. II, Torino, Einaudi, 1975, pp. 1419-1420.
2. Dans la formulation de l'administration française, les pays éligibles étaient: tous les pays d'Afrique, des Caraïbes et de l'Océan indien, tous les pays d'Amérique latine, les pays d'Asie à l'exception de la Corée, du Japon, de Singapour et de Taiwan, les pays du Proche et Moyen-Orient à l'exception d'Israël, de l'Arabie Saoudite, des Émirats arabes unis, de Bahrein, de Brunei et du Qatar, et les pays de l'Est européen suivants: Albanie, Bosnie-Herzégovine, Croatie, Slovénie, Serbie, Monténégro, Macédoine, Arménie, Géorgie, Azerbaïdjan, Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan, Tadjikistan, Turkménistan.
3. Cf. Jean-Michel Frodon (sous la dir. de), *Au Sud du cinéma: Films d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine*, Cahiers du cinéma, Paris, 2004. Ouvrage publié pour les 20 ans du Fonds Sud.
4. Dont la dotation a été multipliée par 3 par rapport à l'ancien Fonds Sud pour atteindre 6 millions d'euros en 2012.
5. Qui a également produit le Taïwanais Tsai Ming-liang ou l'Indonésien Garin Nugroho.
6. Olivier Barlet, *Les Cinémas d'Afrique des années 2000*, Paris, L'Harmattan, 2011.
7. Olivier Roy, "Et si l'Orient disparaissait?", *Critique*, n. 793-794, juin 2013, p. 543-552.
8. Il est clair qu'on désigne ici les représentations déformées ou complaisantes, ce qui n'exclue évidemment pas que ces thèmes ou ces motifs soient pris en charge par des films.
9. Hamid Naficy, *An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking*, Princeton, Princeton University Press, 2001.
10. Cf. notamment à ce sujet Elizabeth Ezra, Terry Rowden, *Transnational Cinema*, London-New York, Routledge, 2006; Dina Iordanova, David Martin-Jones, Belén Vidal, *Cinema at the Periphery*, Detroit, Wayne State University Press, 2010.

ORIENTI OCCIDENTI **Quando la Francia produce l'Asia è arte (contemporanea)**

La Palma d'Oro assegnata a un film thailandese, *Zio Boonmee che si ricorda le vite precedenti* (*Loong Boonmee raleuk chat*, Apichatpong Weerasethakul, 2010) in occasione della LXIII edizione del Festival di Cannes, può esser vista come la consacrazione di un processo ormai da tempo attivo all'interno delle politiche produttive del cinema europeo e di quello francese in particolare: l'integrazione dei capitali del Vecchio Continente a supporto delle nuove forme di autorialità contemporanea, specie quelle di provenienza asiatica. Parafrasando Truffaut, potremmo definirla "una certa tendenza del cinema francese che produce cinema nel/del mondo". Una tendenza che come vedremo tra poco trova la sua configurazione più interessante nella piena compenetrazione del cinema con l'arte contemporanea e con le installazioni museali. Si è deciso in questa sede di occuparci di un solo caso studio – quello del regista thailandese Apichatpong Weerasethakul – perché ci sembra emblematico di tale tendenza, anche se potrebbero essere altri i registi meritevoli di una analoga indagine: si pensi ad esempio a Jia Zhangke, cineasta di primo piano del panorama audiovisivo cinese che ha fatto delle contaminazioni con l'arte contemporanea, le installazioni, i riferimenti alla musica contemporanea, uno dei perni del suo cinema. Fuori dal discorso con la video-arte figurano invece registi come Hong Sang-soo (nei cui film troviamo però riferimenti a personalità come Louis Aragon e Marcel Duchamp), che è stato a lungo sostenuto dal produttore e distributore francese Marin Karmitz della potente MK2, in opere che hanno conquistato una certa attenzione internazionale come *La Femme est l'avenir de l'homme* (*Yeojaneun namjaui miraeda*, 2004), un titolo che rimanda infatti ad Aragon; o ancora Tran Anh Hung, per il quale i capitali francesi sono sempre stati una costante, riuscendo a conquistare anche quelli di varie TV, come TF1, agevolato probabilmente dal fatto di aver inseguito un più largo pubblico cercando la *romance* e di essersi stabilito a vivere a Parigi ormai da diversi anni. Weerasethakul, al pari di altri cineasti che citeremo come pietra di paragone nel resto del testo mi pare che abbia però una serie di caratteri peculiari, raramente indagati specie dalla pubblicistica italiana.



Lo zio Boonmee che si ricorda le vite precedenti, 2010

ORIENTI OCCIDENTI

Come ho già affermato altrove¹, penso che lo statuto estetico di Weerasethakul sia quello di “colui che torna sempre ai suoi fantasmi, come Monet alle sue ninfee”. Benché pienamente parte di un cinema contemporaneo (un cinema-due, un post-cinema per dirla con due etichette in voga negli studi accademici), ovvero un cinema che non rifiuta le integrazioni intertestuali e intermediali (i riferimenti ad esempio alla musica pop), le sperimentazioni d'avanguardia (narrative e antinarrative), l'ibridazione di registri e linguaggi, la trasmigrazione tra diverse piattaforme e diversi circuiti distributivi (sala, musei, biennali, televisione, piattaforme sul web), il cineasta thailandese si presenta allo spettatore dei festival come un campione della questione più tradizionale e locale che ci sia nel cinema: quella identitaria, incardinata all'interno di una più generale riflessione sui problemi della modernizzazione tumultuosa, violenta, rapidissima che ha coinvolto negli ultimi decenni molti paesi del sud est asiatico, Thailandia compresa.

La riconoscibilità internazionale del regista è in parte dovuta alla sua capacità di presentarsi secondo tratti e profili che ricordano un modello di autorialità che Oltralpe coltivano almeno dalla nascita della cosiddetta *politique des auteurs* in poi. Non sorprende, insomma, che sia riuscito ad attrarre capitali europei e in modo particolare transalpini già dal suo secondo lavoro per il grande schermo, *Blissfully Yours* (*Sud sanaeha*, 2002). Si prendano alcuni caratteri della sua biografia, infarcita com'è di esperienze *cinéophile* che ricordano quelle dei registi della Nouvelle Vague (e delle successive generazioni). Dopo gli studi di Architettura a Bangkok, Weerasethakul si trasferisce in America dove studia presso l'Art Institute di Chicago. Qui, in una prestigiosa sede formativa, ha modo di conoscere, visionare, confrontarsi con il cinema d'avanguardia americano ed europeo, con quello surrealista, con quello sperimentale, con il cinema astratto. Grazie all'attività di documentalista presso la Cineteca della scuola, intreccia poi un rapporto concreto, materiale, quasi fisico e testimoniale con le pellicole che deve archiviare e conservare. L'attenzione che rivolge ai temi della testimonianza, della memoria e delle tracce del passato che si cancellano e si scolorano con il passare del tempo derivano, almeno in parte da questa passione per una materia infiammabile, nata al banco del montaggio, “vivisezionando”, frame dopo frame, i film che si trovava per le mani. A tal proposito basti citare il folgorante esordio nel lungometraggio, dopo alcune produzioni di cortometraggi e film sperimentali: *Mysterious object at Noon* (*Dokfa nai meuman*, 2000) è un documentario girato in bianco e nero rarefatto, nel quale vengono raccolte, montate e giustapposte alcune interviste compiute sia nei centri metropolitani sia nella campagna thailandese. Le persone intervistate venivano interrogate sulle proprie radici identitarie e famigliari, ma ciò che più è interessante è il metodo adottato da Weerasethakul: seguendo la falsariga della pratica surrealista del *Cadavre Exquis*, ha creato una specie di film collettivo nel quale però ogni partecipante ignorava, di fatto, i contributi degli altri, un po' come accade alla singola immagine fissa di una pellicola che non può conoscere i contenuti e configurazioni delle altre immagini con cui andrà a costruire il suo falso e illusorio movimento.

Tutte le pellicole di Weerasethakul sono, a ben vedere, la declinazione di una sperimentazione prossima alle video-installazioni che tuttavia trova le sue fondamenta anche nel riuso del cinema sperimentale delle tante avanguardie che si sono succedute nello scorso secolo. Esse intanto hanno una caratteristica particolare: da *Blissfully Yours* (2002), passando per il celebrato *Tropical Malady* (*Sud pralad*, 2004), fino a *Syndromes of a Century* (*Sang sattawat*, 2006), i suoi film presentano una sorta di cesura violenta, più o meno all'altezza della metà del plot, tale da determinare una doppia struttura narrativa, insieme speculare e bipolare. Si pensi ad esempio a *Tropical Malady* in cui abbiamo una prima parte calata nella metropoli e nella contemporaneità, dall'approccio simil-documentaristico, e una seconda calata nella giungla e nell'ancestrale, dall'approccio onirico-sperimentale. La doppia struttura costruisce un mondo dicotomico inquietante, un po' come accade nel Lynch di *Strade perdute* (*Lost Highway* 1997) e *Mulholland Drive* (id. 2001), ma in una chiave principalmente legata all'identità culturale, storica e antropologica del proprio paese natale. La dualità sintomatica si fa, in realtà, sindrome schizofrenica

ORIENTI OCCIDENTI

dell'uomo malato che vive un mondo contemporaneo nella dimensione dell'alienazione, ma anche in quella impalpabile dello spirituale, dell'immaginario, del mito, della superstizione. Come scrive Jihoon Kim, le dualità in Weerasethakul sono riconducibili a una profonda frattura tra presente e passato:

Its two stories [of the Syndromes of a Century] are the different reincarnations of Apichatpong's parents as much as they are evocative of "larger dualities in mind—such as day/night, masculine/feminine." The temporal relationship between them could be the distribution of two coexistent memories into the present, or the confrontation of the purely "expanded" past (as reminiscent of his childhood, the days of his living in rural hospital environments) with the past that is "contracted" into the present (as the urban world he now lives in). In any case, the two parts are connected as though they would face each other, shaping structural similarities and differences but not being totally commensurable².

Tale dinamica – aggiunge Kim – è particolarmente visibile quando entra in gioco il linguaggio della videoarte:

Apichatpong has been fascinated with this spatialized structure encompassing the feature film and other media works since his early career, as in *0116643225059* (1994), a five-minute 16mm short later exhibited with the two-screen format: In its original film version, two images—a childhood picture of his mother and his family home in Thailand, and a sketch of his apartment interior in Chicago—alternate while being 137 connected through the telephone call marking "the distance between the two places and the periods of time." This differing conjunction has been varied with such great complexity that it lets the relationship between two separate contents be indiscernible. This is the case with the contiguity of *Masumi Is a PC Operator* (6 min.) and *Fumiyo Is a Designer* (6 min.), part of his exhibition entitled "Narratives" (November 4–6, 2001; Intercross Creative Center, Sapporo, Japan). Both works are the reflection of ordinary lives in contemporary settings, but because they are devoid of sound the viewer is forced to draw his or her conclusions about the relationship between two female characters and what each feels. It is the viewer's mental synthesis that grants the characters possible temporal dimensions—whether they share the same present or past or reside in different temporal phases³.

La costruzione dicotomica dei paesaggi visivi e narrativi – conclude lo studioso di origini coreane – consente al cineasta di riflettere non tanto sulle differenze che sussistono tra le polarità, ma al contrario sugli interstizi che le separano e, nello stesso tempo, le tengono insieme, su quegli stadi impermanenti di passaggio tra una condizione e l'altra, su quell'insieme di elementi visibili e invisibili che determinano gli squilibri, gli scompensi o i cambi di sfumatura tra le parti. Presente e futuro sono due facce di una medesima manifestazione.

The interstices also obtain two more formal and functional attributes that are commensurate with those of the video installations: looping, and doubling or mirroring. In the first place, the interstices weaken the sense of linear narrative's beginning and closure, allowing his feature films to retain a cyclical facet evocative of the looping in video art. The halfway point insertion of opening credits in *Blissfully Yours* has the effect of leaving randomized the drift from the first part to the second one. But the more delicate looping-like structure is alerted by the black screen in *Tropical Malady* in parallel with the disturbing opening scene: A group of soldiers (Keng does not appear in it) searching in a field of reeds recovers something and poses with it for a camera in a group picture. The innocent happiness of their smiles is inverted when the shot reveals that

ORIENTI OCIDENTI

what they have recovered is a dead body. After arriving at the second part's climactic moment when Keng's mind succumbs to the tiger and seems to be possessed by it, the viewer could have the impression that the body might be Keng's, and therefore be puzzled as to which part is chronologically anterior to the other. The interstice in this film grants the entanglement between Tong and Keng, or man and beast, the feeling of perpetual transmutation through which the existential distinction between them is dissolved. This circular structuring of time might be compared to a tendency of video installation artists such as Francis Alÿs (Mexico) and Anri Sala (Albania). Conceiving of the complexity of time as belonging to local specificity, both artists foreground "the potential coexistence of temporalities and spatialities within and between place," which questions the unified notion of time in Western modernity as a linear and homogenous succession of discrete moments applicable to any location⁴.

Un sistema di apertura significativa degli spazi e dei tempi del racconto si verifica il suo film più celebre, *Zio Boonmee che si ricorda le vite precedenti*, l'unica opera di Weerasethakul finora distribuita in Italia con un minimo di visibilità, una volta ancora finanziata da capitali europei. Anche in questo film permangono la narrazione frammentata che mescola naturalismo e onirismo e il rapporto con l'arte contemporanea: il progetto è figlio della video installazione *Primitive* "un *work in progress* di due anni, realizzato in contemporanea con le riprese del film, mostrato per la prima volta al Haus der Kunst di Monaco, poi al museo d'Arte Contemporanea di Parigi"⁵. In verità, pur avendo elementi in comune (le foto, il focus sulla memoria del padre del cineasta, la parziale costruzione del set) i due progetti seguono strade diverse, anche se permane la riflessione comune su immigrazione, marginalità, globalizzazione e memoria storica dal momento che il film si ispira a una storia vera (quella del monaco buddhista conosciuto come Uncle Boonmee), mette al centro la questione della reincarnazione (a cominciare da quella del cinema stesso), racconta le storie di persone disadattate e marginalizzate a causa dei cambiamenti storico-sociali del proprio paese. Come rimarca Aliosha Herrera, il film allude "ai combattimenti pro-comunisti che si sono verificati nel nord-est alcuni decenni fa"⁶, negli anni settanta per la precisione. La reincarnazione, da questo punto di vista, è essenza stessa di tempi e spazi che si elidono, si contaminano, si ripresentano secondo un andamento ciclico e continuo che rompe con la linearità dei racconti.

Torniamo ora a *Blissfully Yours*, perché è analizzando alcuni apparati paratestuali e epitetuali della pellicola che è possibile individuare gli elementi di vicinanza tra l'impianto tematico *local* affrontato, film dopo film, dal cineasta e il suo inserimento in un mondo *global* che pertiene alla distribuzione internazionale cinematografica e dei circuiti d'arte. Presentato a Cannes nel 2002 nella sezione *Un Certain Regard*, il film vince la Camera d'Or. Fin da subito gran parte della stampa francese sembra rimanere affascinata dal lavoro di Weerasethakul. Nel resoconto da Cannes i *Cahiers du Cinéma*, ad esempio, lo mettono in opposizione con l'altra scoperta di rilievo di quell'edizione ovvero *Japòn* (id. 2002) del messicano Carlos Reygadas. Scrive Blouin:

Il y a deux types de révélations dans les festivals: le vraies, celles qu'on se prend seul et frontalement avant qu'un jeu d'échos hystérique (vous y étiez vous aussi? Vous aussi vous avez ressenti ce que j'ai ressenti?) ne transforme la réception privée en événement objectif. Cette année, à Cannes, c'était par exemple *Sud Senaeha (Blissfully Yours)*, d'Apichatpong Weerasethakul. Et puis il y a les autres, celles qu'on a gentiment prémâchées pour vous afin de vous faciliter la lecture d'un programme trop chargé en noms inconnus. Vendu dés avant l'ouverture de la Quinzaine comme 'le nouvel *Orhpelin d'Anyang*', *Japòn*, de Carlos Reygadas, fait partie de cette deuxième catégorie pas forcément enviable. Difficile, en effet, d'être à la hauteur de pareil effet d'annonce⁷.

ORIENTI OCCIDENTI

Nella scheda sul thailandese leggiamo redatta da Patrice Blouin e Olivier Joyard invece:

C'était le premier jour du festival, et déjà un grand *bliss*, un bonheur ensoleillé trouvé quelque part en Thaïlande, au bord de l'eau. Responsable: le jeune Apichatpong Weerasethakul [...], déjà remarqué avec *Mysterious Object at Noon*, et qui décolle ici très haut, laissant derrière une bonne part du cinéma moderne élégamment apathique. 'Je voulais exprimer quelque chose de simple. *Blissfully Yours* est un film sur le plaisir de la vie⁸.

La stampa francese nell'insieme è quindi entusiasta, anzi, per usare ancora le parole di Azoury, "elle parla d'un shock"⁹. Il perché sempre Azoury così lo sintetizza:

C'est que *Blissfully Yours* se nourrissait de toute la confusion esthétique et géographique dans laquelle le cinéma est immergé depuis quelques années. Antonioni, *L'Avventura* et *L'Eclipse* et le Jean Renoir de *Parti de Campagne*. *Blissfully Yours* disait dès son titre – qu'on pourrait traduire comme 'Esthétiquement votre' – toute la quête du cinéma et de l'art contemporains¹⁰.

In verità, se ci concentriamo sulla storia produttiva della pellicola, possiamo iniziare a comprendere i motivi reali del suo successo critico. Per *Blissfully Yours*, storia d'amore tra una thailandese e un clandestino birmano afflitto dalla psoriasi e in fuga dai conflitti del suo paese, Weerasethakul riesce a imbastire una coproduzione piuttosto importante. Accanto alla propria società di produzione, la Kick the Machine, si aggiungono la francese Anna Sanders Films una società di produzione particolarmente attiva nello scenario dell'arte contemporanea e della videoarte. Fondata nel 1997, insieme a l'Association de Diffusion de l'art contemporain, da un gruppo di artisti tra cui spiccano personalità come Charles de Meaux o Pierre Huyghe, la Anna Sanders Films si propone di lavorare negli spazi interstiziali, vale a dire in situazioni di confine e di contaminazione tra arte, architettura, cinema, videoarte. La dicotomia, la bipolarità di Weerasethakul, il suo muoversi tra fenditure e spiragli significanti è dunque, almeno in parte, il risultato di una collaborazione con una casa di produzione che possiede una precisa politica di marketing e di posizionamento culturale.

D'altronde ritroviamo la Anna Sanders Films anche nei lungometraggi successivi di Weerasethakul, tra cui il film della consacrazione critica, *Tropical Malady*, anche se dal terzo lungometraggio, *Syndromes of a Century*, si affiancano anche gli inglesi Keith Griffiths e Simon Field di Illuminations Films che diventano i soggetti produttivi principali nel successivo *Zio Boonmee*, e della parallela esposizione intitolata *Primitive* che è all'origine del film¹¹. I due produttori, forse sarebbe persino superfluo ricordarlo, sono stati figure di primo piano nella produzione del cinema d'avanguardia. Come rileva Nicole Brenez in un articolo apparso sui Cahiers du Cinéma all'indomani della Palma d'oro:

Au sein de l'équipe anglaise d'Illuminations, Keith Griffiths brille par sa notoriété. Producteur de classiques de l'avant garde, tels *Riddles of the Sphinx* de Laura Mulvey et Peter Wollen, Jan Svankmajer ou les frères Quay, Keith Griffiths a, littéralement, fait l'histoire du cinéma en l'alimentant de documentaires exégétiques consacrés à Oscar Fischinger, Len Lye, Robert Breer, Andy Warhol, Michael Snow, au cinéma abstrait ou à l'underground new-yorkais. Critique, analyste, coréalisateur, il fut aussi l'éditeur d'un livre de Martin Walsh, *The Brechtian Aspect of Radical Cinema* (BFI, 1981), sur Straub et Huillet, Joseph Losey et le Groupe Dziga Vertov¹².

La tradizione identitaria, la memoria, lo spazio interstiziale di Weerasethakul è in altre parole condiviso con figure importanti della cultura europea come Charles de Meaux o Keith Griffiths. Forse anche per questo motivo la critica francese è bendisposta nei confronti delle sue pellicole perché parlano,

ORIENTI OCCIDENTI

indirettamente, delle nostre tradizioni, della nostra memoria, della nostra identità culturale (almeno quella coltivata in ambito sperimentale durante gli anni di maggiore vitalità delle avanguardie).

Merita a questo punto deviare dal nostro percorso speculativo e riflettere anche su altri cineasti la cui storia ricorda, almeno obliquamente, quella di Weerasethakul. Il primo che ricordiamo è Vimukthi Jayasundara, forse il regista internazionalmente più noto dello Sri Lanka. Se con il suo terzo lungometraggio *Mushrooms* (*Chatrak*, 2011) recentemente uscito nelle sale francesi, sembra essere approdato a strutture narrative classiche, certamente più prossime alle prassi del documentario (girato in India, la pellicola indaga i temi della depauperazione identitaria causati dai devastanti processi di globalizzazione), con i suoi primi due lavori, Jayasundara sembrava essersi collocato sulla scia del collega thailandese. *Ahasin Wetei* (*Between two worlds*, 2009) ad esempio, presentato in Concorso a Venezia nel 2009, è un film che già dal titolo sembra riprendere quell'attenzione agli interstizi e agli intervalli tra polarità accostabili che abbiamo visto agire precedentemente.



Between Two Worlds, 2009

Il protagonista dell'opera è un personaggio errante, uscito non si sa bene come dai flutti marittimi, improvvisamente catapultato in città dove gli si parano dinanzi, improvvisamente, sulla strada abbandonati un nugolo di televisori. In questa sorta di splendido piano-installazione, all'interno del quale gli schermi televisivi e i tubi catodici sparsi disordinatamente nello spazio urbano diventano il simbolo sia della manipolazione delle informazioni e delle idee, sia della modernità nel suo insieme, Jayasundara ripropone la questione della prossimità tra cinema artistico/autorale, videoarte e capitali europei. Non è un caso che questo film, come anche il precedente *The Forsaken Land* (*Sulanga Enu Pinisa*, 2005) lungometraggio d'esordio di Jayasundara vincitore nel 2005 della Camera d'or a Cannes, sia co-prodotto con finanziamenti pubblici o privati francesi. Non è un caso che dietro alla pellicola ci sia il Fresnoy Studio National des Arts Contemporains, epicentro parigino delle collisioni tra cinema ed arte contemporanea, dove lo stesso Jayasundara ha studiato per alcuni anni¹³. Ne consegue che, insieme ad altri registi già citati, anche Jayasundara sembra rinforzare l'ipotesi di una progressiva migrazione/esondazione del cinema nell'arte contemporanea con relativa trasformazione delle inquadrature (e delle sue logiche di composizione) in vere e proprie installazioni.

Altro esempio significativo che merita essere ricordato in questa sede, è quello del giovane regista filippino Raya Martin (classe 1984). Nel suo film *Independencia* (id. 2009) egli rielabora e fonde il cinema muto coloniale statunitense con echi vari dal cinema sperimentale (e certo non sempre minore, come

ORIENTI OCCIDENTI

quello di Stan Brakhage) ai fini del recupero di un'identità culturale propria: anche qui, lo ripetiamo, domina la questione della memoria. Anche per questo film, lo ribadiamo, Martin ha beneficiato della residenza presso la Cinéfondation Residence del Cannes Film Festival e dell'importante appoggio produttivo di Arte France Cinéma.

Di Tsai Ming-liang, in questo frangente, forse sarebbe persino superfluo parlare, tale è la sua importanza nella storia del cinema e tale è la sua riconoscibilità internazionale. Lo facciamo per evidenziare una sorta di network che si viene a creare tra artisti asiatici e fondazioni o istituzioni europee. Tsai infatti è stato professore di Vimukthi Jayasundara a Le Fresnoy, è stato tra i primi a farsi co-produrre da capitali francesi, e tra coloro che hanno realizzato su commissione delle installazioni museali come quella di *Visage* (id. 2009) co-prodotta, tra gli altri, dal museo del Louvre¹⁴. Parlando dei suoi celebri piani sequenza ci verrebbe la tentazione di riconoscervi dentro, una volta ancora, una tendenza alla trasformazione dell'inquadratura in installazione museale. In parte è lo stesso regista a confermare quest'ipotesi di lavoro. Riferendosi al finale di *Goodbye Dragon Inn (Bu San, 2003)*, per intero ambientato in un cinema semi-vuoto dove, alla vigilia della chiusura della sala, viene proiettato uno dei capolavori del cinema popolare di Hong Kong, il *wuxiapian Dragon Gate Inn (Longmen Kezhan, King Hu, 1967)* Tsai afferma:

La chiusura del cinema nel finale – cioè la fine del cinema popolare tradizionale – riflette un ampio cambiamento nella mentalità della gente, del modo di pensare. Prima il cinema era frequentato da persone che andavano al cinema con i famigliari o con gli amici. Quindi andare al cinema era un momento di intimità all'interno di un movimento collettivo, mentre ora è stato sostituito dal consumismo anche in questo, i cinema li troviamo negli *shopping mall*, i quali rispondono a criteri diversi dai cinema del passato, e di conseguenza ci si va in modo nettamente differente. La natura stessa del film è molto cambiata, mentre prima era un'opera d'arte in cui vi era molta cultura, anche all'interno del sistema industriale cinematografico, adesso è diventato più che altro un oggetto commerciale, sempre più somigliante a un prodotto qualsiasi o un computer game¹⁵.

I film di Tsai Ming-liang possono essere allora letti come un tentativo di resistenza passiva alla proliferazione dei consumi delle immagini, un ritorno all'immagine pesante e significativa dell'arte, un'immagine fantasma, quella del museo, quella della stessa videoarte. *Stray Dogs (Jiaoyou, 2013)* la sua ultima fatica, sembra confermare l'interpretazione: ogni inquadratura del film, di straordinaria lunghezza e dalla cura formale impeccabile, può essere letta come una sorta di affresco all'interno del quale ci si perde, ci si annulla, tale è la densità e profondità visiva, mentre l'insieme delle inquadrature diventa un vero e proprio ciclo pittorico rinascimentale, o ancora un'unica grandiosa sinfonia a camera fissa, un viaggio assieme straniante e riflessivo sulla contemporaneità, e che pur facendo leva su un approccio prossimo alle installazioni, trova tutta la sua "grandiosità", quindi il suo "specifico", nella proiezione su grande schermo.

Il grande schermo. Il paradosso di questo saggio che vuole ricordare le *liaison* tra cinema, invenzione dell'autore asiatico, capitali europei, arte contemporanea, installazioni, seguendo un percorso speculativo volutamente diffuso e irregolare, è che si trova a rivisitare, quasi senza accorgersene, il mito della sala e il vuoto luttuoso che la sua scomparsa sta lasciando nel panorama culturale contemporaneo. Il grande schermo è infatti il posto intertitoriale per eccellenza, dove passano confini impercettibili come quelli tra sogni e realtà, tra luce e buio, tra immagine e immaginario, tra fenomeno sociale e momento individuale. Si tratta di un interstizio che non c'è più e che appare in tutto e per tutto un tema ideale per chi, come Weerasethakul o Tsai Ming Liang, di memoria, identità, tradizione, rito.

J'étais à l'université quand j'ai vu *l'Eclipse*. J'avais 20 ans et c'est la première fois que je

ORIENTI OCIDENTI

ressentais si fort la matérialité d'un individu, de cet homme joué par Alain Delon. Puis, il y a eu la scène de tennis sans balle de *Blow-up*, avec cette façon de se tenir entre le concret et l'abstrait, l'être et le non-être, dans un espace flottant, et selon une temporalité que plus personne sauf Michelangelo Antonioni ne maîtrise¹⁶.

Sono parole di Hou Hsiao-hsien. La lezione del cinema di Antonioni è un riferimento imprescindibile per le nuove autorialità che provengono dall'Estremo Oriente o dal sudest asiatico. L'ingrandimento della fotografia di *Blow Up* (Michelangelo Antonioni, 1966) era già in qualche misura e con grande anticipo, l'urlo di dolore per uno schermo cinematografico mancante, assente, o incapace di gestire, articolare, gerarchizzare le narrazioni. I film che abbiamo citato – in modo particolare quelli di Weerasethakul, così magmatici, così colti nel mezzo di sistemi espressivi ormai inseparabili tra loro – paiono suffragare questa lamentazione per un luogo di sintesi ormai definitivamente disperso. L'immagine-installazione è in fondo anche questo: un modo per elaborare un lutto convocando (o inventandosi) degli officianti che giungono da lontano, dei monaci solo apparentemente più distaccati, più freddi, e dunque capaci di trasmettere quella lucidità che il pianto fremente per la fine di una certa idea di cinema autoriale fatalmente ci toglierebbe. Forse perché lo spettatore europeo (e quello francese in particolare dove il costruito autoriale ha goduto della sua maggiore fortuna) ha bisogno di tanti Zio Boonmee che si ricordano delle vite precedenti.

Francesco Boille

Note

1. Si veda Francesco Boille, "I magnifici fantasmi di Weerasethakul", *Internazionale*, 23 maggio 2012 (<http://www.internazionale.it/superblog/francesco-boille/2012/05/23/i-magnifici-fantasma-di-weerasethakul/>).
2. Jihoon Kim, "Between Auditorium and Gallery: Perception in Apichatpong Weerasethakul's Films and Installations", in Rosalind Gant, Karl Sconover (a cura di), *Global Art Cinema, New Theories and Stories*, New York, Oxford University Press, pp. 136-137.
3. *Ibidem*.
4. *Ibidem*.
5. Aliosha Herrera, Christelle Lheureux, Raya Martin, Cyril Neyrat, Eugenio Renzi, Antoine Thirion, "Dalla Thailandia ai tropici – Ieri e oggi in Thailandia", *Lo Straniero*, n. 126/127, dicembre 2010-gennaio 2011, pp. 76-91. Si tratta della trascrizione di un'ampia video-intervista collettiva a Apichatpong Weerasethakul e Wallapa Mongkolprasert, attrice protagonista di Zio Boonmee, concessa ai critici del sito *Independencia.fr*. La trascrizione era accompagnata da una nota introduttiva e da una recensione di Zio Boonmee a firma di Paolo Mereghetti.
6. A. Herrera, C. Lheureux, R. Martin, C. Neyrat, E. Renzi, A. Thirion, op. cit., p. 84. Spiega lo stesso regista sempre in quest'intervista: "Il Partito comunista thailandese aveva molto potere. C'erano conflitti nei villaggi: alcuni abitanti alleati al Pct erano diventati dei nemici, dovevano fuggire nella giungla per non essere ammazzati. Altri, magari dello stesso villaggio, partivano volontari per catturare quelli che chiamavano i farmers communists. Boonmee è uno di quegli anziani volontari". *Ivi*, p. 86.
7. Patrice Blouin, "Découverte Carlos Reygadas", *Cahiers du Cinéma*, n. 569, giugno 2002, p. 30.
8. Patrice Blouin, Olivier Joyard, "Découverte Apichatpong Weerasethakul", *Cahiers du Cinéma*, n. 569, giugno 2002, p.38.
9. Sono le parole di commento che pronuncia Philippe Azoury nella presentazione di *Blissfully Yours*, all'interno dei contenuti speciali dell'edizione francese in DVD del film.

ORIENTI OCCIDENTI

10. *Ibidem*.

11. Si veda anche il cortometraggio intitolato *Ashes* e realizzato da Weerasethakul per la piattaforma online Mubi. (<http://mubi.com/films/ashes>)

12. Nicole Brenez, "Production, point 33, Les amis anglais de l'oncle Boonmee", *Cahiers du Cinéma*, n. 657, giugno 2010, p. 13.

13. Sui propositi del regista rimando all'intervista da me effettuata, con la collaborazione di Alessandro Stellino, a Locarno nel 2012 per il sito *Filmidee* (<http://www.filmidee.it/article/348/article.aspx>).

14. Già ai tempi del film d'esordio *Rebels of the Neon God* (*Qing shao nian nuo zha*, 1992) e del Leone d'Oro per *Vive l'Amour* (*Ai qing wan sui*, 1994) Tsai si affida alla francese *Films sans Frontières*. È l'inizio di un processo costante. Escludendo gli altri capitali, a cominciare da quelli taiwanesi, a supportare il cinema di Tsai figurano La Sept-Arte assieme a Haut e Court per *The Hole – Il buco* (*Dong*, 1988); Diaphana Films per *Che ora è laggiù* (*Ni na bian ji dian*, 2001) e per *Goodbye Dragon Inn* (*Bu san*, 2003); Arena Films, Arte France Cinéma e la potente Wild Bunch per *Il Gusto dell'Anguria* (*Tian bian yi duo yun*, 2005). Il CNC (Centro Nazionale della Cinematografia) ha sostenuto *I Don't Want to Sleep Alone* (*Hei Yan Quan*, 2006), infine, il Museo del Louvre ha commissionato al regista taiwanese *Visage* (2009) assieme a JBA production, Arte France Cinema e il supporto di CNC, Eurimages e Région Ile-de-France, e, infine, la partecipazione di Arte France e CinéCinéma.

15. Alessandro Anibaldi, Francesco Boille, Fabrizio Colamartino, "Il cinema dopo il cinema", *Lo Straniero* n. 128, febbraio 2011, pp. 78-80.

16. Philippe Azoury, "L'Asie terre d'influence", *Libération*, 22 settembre 2004, p. III del supplemento cinema del mercoledì.

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Expressionist Use of Colour Palette and Set Design in Dario Argento's *Suspiria* (1977)

At the time of *Suspiria*'s release in the United States in 1978, the *Soho Weekly News* critic Rob Baker identified Dario Argento's new cinematic experience as a "horror film (*The Cabinet of Dr Caligari*) laden with [...] the self-conscious convoluted fairy tale *Alice in Wonderland*"¹. Baker's statement introduces two fundamental issues regarding the film itself. *Suspiria* constitutes a step forward in Argento's career both in terms of narrative and style. Firstly, the film is the director's first foray into the realms of the wholly supernatural horror of occultism and witchcraft. Particularly, Argento chooses the narrative trope of the fairy tale to narrate the negative effects of black magic on people and the horrific consequences that may derive from opposing the occult power of witches. Secondly, the film was inspired by the visual tropes of German Expressionism, such as Robert Wiene's *The Cabinet of Dr Caligari* (*Das Kabinett Des Dr. Caligari*, 1920). Baker's analysis, however, allows ample space to *Suspiria*'s fairy tale component by referencing Lewis Carroll's novel but does not explore how and to what extent *Suspiria* may have been influenced by Wiene's film.

Argento himself is very open about the importance of German Expressionism on his style of filmmaking even going so far as to state that: "il cinema espressionista tedesco [...] penso sia molto presente nei miei film [...]. In *Suspiria* c'è molto espressionismo"². As previous studies on German Silent Cinema have pointed out, Expressionist films, such as Wiene's *The Cabinet of Dr Caligari* and Friedrich W. Murnau's *Nosferatu* (*Nosferatu, eine Symphonie des Grauens*, 1922), depend heavily on cinematography and *mise-en-scène*. More specifically, one peculiarity of these films is that some of the visual qualities of cinematography and *mise-en-scène*, such as the manipulation of the film stock, the stark contrasts of light and shadow, and the totally artificial and stylized sets, interact graphically to create an overall composition with the characters' states of the body and the soul. If one adopts this definition of the term "expressionist" for *Suspiria*, it proves useful to analyse the peculiarities of cinematography and set design in German Expressionism and to demonstrate whether and to what extent these peculiarities are applicable to Argento's film. By doing this, the present article seeks to discuss how colour and set design in *Suspiria* also function as projections of the characters' bodily and mental states to such an extent as to determine both the development and the several nuances of the story itself.

Expressionist use of colour palette

Suspiria was co-written with actress and screenwriter Daria Nicolodi. At narrative level, the tale of twenty-year-old Suzy Banyon travelling from New York to Freiburg and joining an all-girl academy presided over by a coven of evil witches came from a story allegedly told by Nicolodi's maternal grandmother. At the age of fifteen, Nicolodi's grandmother decided to perfect her piano studies at a prestigious school of music in France. Over time, she realised that the staff was also devoted to black magic and esotericism and escaped from the institution⁴. At aesthetic level, the supernatural theme of the film is visually conveyed by the director's use of a totally artificial blue-red-yellow colour mixture⁵. In the opening sequence depicting Suzy's arrival in Freiburg, the transition from the rational world, as represented by the airport, to the world of occultism and witchcraft, as represented by the outside, is in fact marked by an abrupt change in colour palette that manages to persist throughout the entire film. After crossing the automatic door, Suzy is adrift in a psychedelic world of swirling blue, red, and yellow, which drench her figure and the outside, at times alternating their presence, at others mixing in a single shot. In order to achieve such an artificial effect, Argento instructed cinematographer Luciano Tovoli to film with an outmoded IB stock with a high

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

layer of gel that was provided by Kodak and was at 30/40 ASA against the 500 that can be found today⁶. Tovoli used a big arc light and placed some frames made of tissue and velour paper extremely close to the actors' faces. The light emerged from them in a different way than when using normal gel frames (Fig. 1)⁷. As for the surrounding background, Tovoli managed to bounce the light onto a mirror with the result of sharpening the images more than if they were directly illuminated (Fig. 2). The negative print of the film was subsequently given to Technicolor who split the colour negative into three separate black and white negatives, one for red, one for blue, and one for green. Technicolor printed one colour on top of the others to give the film a shimmering look. The final result emphasizes a deliberately unrealistic setting that is much more vivid in colour definition than emulsion-based release print⁸.



Figs. 1 and 2

In this regard, as Gallant has argued, “scenes in daylight present us with an environment of logic and security, [...] but the lustreless, pastel-coloured equilibrium is drastically altered as darkness brings an outpouring of anguish, horror, and the supernatural”⁹. Specifically, *Suspiria* provides two types of spaces in relation to colour palette, one realistic and the other Gothic (Schulte-Sasse, <http://www.kinoeye.org/02/11/schultesasse11.php>). While the realistic spaces, such as the airport and the convention centre where Suzy and Dr Mendel meet, are shot in naturalistic light, the Gothic spaces are the ones dealing with black magic and showing the abundance of diegetic and non-diegetic use of the IB stock with the result of identifying such stock with the presence of some kind of danger. Similarly, as Horrocks has discussed, *Suspiria*'s spaces in relation to colour palette may be divided into three main categories: the magical, the daylight, and the monochrome¹⁰. The first two categories are highlighted by the presence of a blue-red-yellow scale, sometimes alternated and sometimes all present in a single shot. While the magical spaces are the ones taking place at night, in which the supernatural is perceived by the medium of the IB stock, the daylight are the ones taking place during the day, although the presence of the supernatural is still evident. In this case, the co-existence of blue, red, and yellow is not identified by the IB stock, but by a diegetic use of colour palette through the architecture and the décor (Fig. 3). The only monochrome sequence that takes place in natural daylight is the one during the meeting in the convention centre, in which a single incident of natural colour is provided to alert the audience to the fact that the danger of black magic is currently away (Fig. 4).



Figs. 3 and 4

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Although significant, the aforementioned analyses just focus on the “symbolic” aspect of colour within the film to the detriment of its “dramatic” role. A more exhaustive definition of the use of colour in *Suspiria* is provided by Venzi, according to whom:

I colori esposti non sono qui lavorati in funzione espressivo - simbolica, vale a dire non *rappresentano* le forze maligne che infestano le case infernali; più propriamente essi *sono* quelle stesse forze, ne costituiscono la più pregnante e oscura manifestazione; il processo costruttivo [...] consegna in questo senso ai colori un'identità drammaturgica, richiede loro di agire all'interno della vicenda, di segnare le evoluzioni, di orientarne il corso¹¹.

The artificial and psychedelic quality of colour in *Suspiria*, therefore, is not just aimed at warning the audience of the imminent danger of occultism and witchcraft. Rather, it becomes the full embodiment of such danger, regularly substituting the witches' presence by acquiring a character status and a dramatic role. In light of this consideration, one can draw a parallel between the use of colour in Argento's film and the use of colour and lighting that was at the basis of German Expressionist films of the 1920s. Although these films were filmed in a black and white stock, Expressionist directors were able to explore a dramatic use of light through the constant manipulation of bright and dark areas within a sequence and a dramatic use of colour through the technique of tinting the original footage. As East has suggested, in *Nosferatu* “Murnau establishes formal dichotomies such as light/dark and naturalistic/abstract through the manipulation of light. Given the content of the respective poles, a thematic opposition of rational and irrational is created” (East, <http://kb.osu.edu/dspace/bitstream/handle/1811/32037/East.pdf?sequence=1>). In the sequence in which Hutter reaches the dining hall after surviving his first night at the haunted castle of Count Orlock, for example, the long shot of the room reveals not only checkered floor tiles that run from right to left diagonally, but also angular strips of light that cast a harsh shadow effect against the main axis of the room. These strips of light enhance the diagonal of the tiles and underscore the right angle of the room with one beam falling on the jamb of the arch (Fig. 5). This combination of acute and right angles is a matrix for ambiguity and distortion. More important, it becomes a full projection of the vampire's presence as it embodies some kind of danger that not even the safety of dawn is able to remove (East, <http://kb.osu.edu/dspace/bitstream/handle/1811/32037/East.pdf?sequence=1>). In Argento's film, a similar strategy is perceivable in the sequence in which Suzy reaches the academy the morning after her arrival in Freiburg. As soon as the woman approaches the school of dance, the projection of the balcony's shadow on the left side of the building creates a disquieting human shape in a long shot that closely resembles the profile of a witch in traditional folklore (Fig. 6). In this regard, one can argue that the shadow embodies the fact that the academy itself incorporates the physicality of the owner, in this case represented by the deranged evil triad of witches, Helena Markos, the director of the school, Madame Blanc, the assistant director, and Miss Tanner, the leading ballet teacher, and the safety of daylight is misleading the audience concerning the lack of danger.



Figs. 5 and 6

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

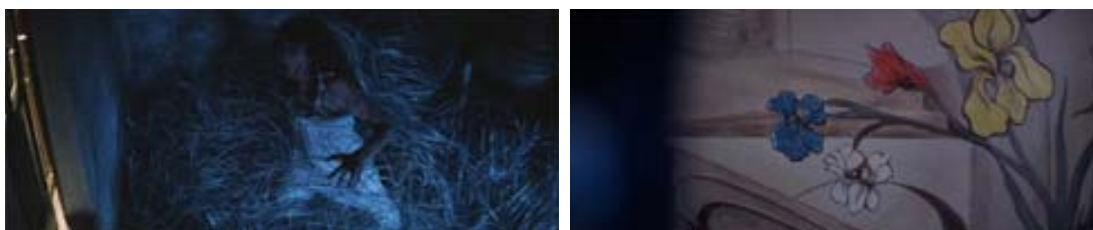
As regards the technique of tinting the original black and white footage, Expressionist directors availed themselves of certain conventions in order to guide the audience to full understanding of the environment in a way that black and white film could not provide. In Expressionist films, the addition of alternating blue, green, and yellow indicated respectively the night, the daylight, and the interiors¹². In Murnau's *Nosferatu*, however, as soon as Hutter crosses the bridge to reach the vampire's mansion there is the abrupt passage from the tinted blue of the night to tinted orange, as if this abrupt passage was meant to anticipate and identify with the evil creature and with the supernatural state of the surrounding area through colour manipulation. Likewise, the opening sequence of *Suspiria* in which Suzy leaves the airport of Freiburg by taxi is characterized by a persistent blue in the external environment, while the girl's face is illuminated by an alternation of red and yellow in medium close-up. On the one hand, the abrupt change in artificial colour palette is meant to symbolize the fact that Suzy has just entered the dimension of the supernatural. On the other hand, the blue-red-yellow scale both anticipates and substitutes the physical presence of the witches through the IB stock. Another example of this consideration is provided in the sequence of the maggots dropping from the ceiling of the academy onto the ballerinas' faces and hair. Although Madame Blanc argues that the reason for the infestation is that some spoiled food arrived by mail from a company they believed to be reputable, Argento is more interested in conceiving the sequence with a crescendo in tension, zooming in and out of the spaces and cross-cutting the girls' scared gazes and shouting, rather than in providing a concrete explanation of the maggots' presence on the upper floor of the school. As soon as Miss Tanner reaches the attic to uncover the sealed boxes from whence the maggots are coming, a saturated blue colour palette makes it impossible to decipher their content, as though these filthy creatures had come out of nowhere and had been generated from the corrupted and befouled environment, which is embodied by the colour itself (Fig. 7).

Moreover, Argento opts for artificial red and yellow in two key sequences in which Sarah, Suzy's best friend, is the protagonist. Following the maggot infestation, Madame Blanc organises temporary accommodation for the night in the practice hall. There, Sarah is haunted by a distinctive whistling snore coming from someone behind a tent. She immediately convinces herself that the terrible wheeze comes from the school's director, Helena Markos, who is not abroad as both Madame Blanc and Miss Tanner assert, but is hidden somewhere in the academy. The peculiarity of the sequence resides in the fact that as soon as Sarah perceives the evil presence, the whole screen is tinted red as if to identify it with the evil witch (Fig. 8). Likewise, what the audience witness in the sequence of Sarah's murder in the attic is a window lighted in saturated yellow as a possibility of a way out. This conviction is quickly denied by the film's events. When Sarah climbs out of the window, she is suddenly immersed in an abyss of razor wires. As she wiggles in the pool of wires, a yellow-illuminated open door is visible on the left side of the screen, as if to indicate that even if there is a way out it is unreachable (Fig. 9). The saturated yellow is not identified with salvation, but it is only a transient illusion of such because the control of black magic is everywhere and unlimited.

The dramatic role of colour is eventually expressed in the final sequence of the film. Suspicious of what is happening, Suzy starts following the noise of the teachers' footsteps and finds herself in Madame Blanc's office. There, she notices three irises painted on the wall, one blue, one red, and one yellow (Fig. 10). This fact enables her to trace a hidden door in the wall by turning the blue iris which is in relief. Beyond, she sees a secret lair where a coven of witches is gathered, apparently directed by Madame Blanc and comprising of most of the staff. The three irises diegetically convey the presence of the evil triad, Markos, Blanc, and Tanner, as they evoke the cult-like experiences the coven of witches share by echoing the blue-red-yellow scale of the entire film. The only thing Suzy can do is to act by interpreting the colour, turning the blue iris to find out the truth and gaining access to the ultimate mystery of black magic.



Figs. 7 and 8



Figs. 9 and 10

Expressionist use of architecture and décor

As far as *Suspiria's* setting is concerned, after visiting several places between Austria, Northern Italy, and Switzerland, Argento eventually opted for the Black Forest in Baden-Württemberg, south-western Germany, as the ideal place for his cinematic tale¹³. Precisely, most of the film is set in the *Tanz Akademie* of Freiburg, a gothic-style building from 1516 that is historically known as *Das Haus Zum Walfisch*, the house of the whale, and whose highly stylized qualities of architecture and décor perfectly embody the nightmarish and surreal atmosphere of the entire story¹⁴. However, as Gallant has suggested:

In [...] *Suspiria*, [...] shape [...] and movement do more than simply articulate the anxieties of their characters, they substitute character psychology altogether [...] The people that inhabit these worlds are ciphers, their two-dimensionality flaunted unrestrainedly, while their physical environment is psychologised in the extreme¹⁵.

A typical example of this statement is provided in the final sequence of the film, in which Suzy fatally stabs Helena Markos's neck with the tail feather from a glass peacock that is located in the witch's bedroom. The act itself provokes an apocalyptic effect on the building, as it crumbles, explodes, and shakes in a fiery inferno just after Suzy has run outside into the rain from which she first entered. As a result, killing Helena Markos is like killing the pulsating heart which had kept the whole *Tanz Akademie* alive. Gallant's consideration has also been validated by Argento himself when he stated that "in *Suspiria* [...] la casa dove si svolge la storia non è altro che un *organismo vivente*"¹⁶.

If one takes into account Vidler's definition of architecture and décor as a "living organism", from Vitruvius to the present, it includes the notion of the building as a body of some kind, the idea that the building embodies states of the body and states of the mind that are based on bodily sensation, and the sense that the environment as a whole is endowed with bodily or organic characteristics¹⁷. In this regard, Vidler's definition is fully applicable to German Expressionist Cinema, in which the different states of the body and the soul are identified in the various geometries of the setting¹⁸. As Schneider has stated, "one of the defining features of [...] *The Cabinet of Dr Caligari* [...] is a warped reflection of the protagonist's psychological instability in highly artificial and often hyper-aestheticised [...] set design [...]"¹⁹. Specifically, the small town where Wiene's story takes place is rendered through unrealistically

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

distorted and exaggerated architectural shapes and through a series of curving, oblique, and rectilinear lines converging across an undefined expanse toward the background, for the expressionist purposes of reproducing the dreamlike atmosphere seen through the eyes of a madman²⁰. As a result, these spaces achieve a dramatic status as they “do indeed seem to vibrate with an extraordinary spirituality”, creating the animation of the inorganic through bodily and mental projections²¹. Such a strategy is also traceable in *Suspiria* through the depiction of the *Tanz Akademie*. In the film, the exaggerated ceiling-height and the vaulted doors of the interiors of the building constantly give the impression of dwarfing the actresses, as if they were being crushed by the massive environment (Fig. 11). This impression does not occur at random, as the idea of reducing the actresses’ size through architecture and décor was a factor of Argento’s original conception. *Suspiria*’s original setting was to be a children’s school. Argento eventually changed the script after an argument with his Italian distributor, who considered the idea of children being chased and tortured by evil witches inappropriate²². However, Argento managed to transmit the original idea through the production design. The door handles, for example, are purposely placed higher than normal as if the story was told from a child’s POV (Fig. 12)²³. This is a purely expressionist technique, as the environment becomes the character’s mental projection. Specifically, the adult actresses’ perception of the environment is proportional to the perception of a child acting in the same place.



Figs. 11 and 12

With regard to the set design, Argento instructed designer Giuseppe Bassan to re-create some pieces of furniture based on the German Art Deco and Art Nouveau styles or *Jugendstil*, especially the ones present in Bavaria and in the Black Forest²⁴. The interiors of the academy are constantly punctuated by the mathematical alternation of both styles that rigorously identify the various areas and sometimes coexist within a single space. As Schmutzler²⁵ and Arwas²⁶ have argued, Art Nouveau in architectural and pictorial décor has been an attempt at re-creating style by taking inspiration from nature. In this regard, the techniques adopted were to reproduce animal and natural shapes through architectural décor and to directly paint explicit or stylized anthropomorphic and organic features onto the wall. The desired effect was to create an ideal combination of artifice and nature. Similarly, as Lenzi has discussed, the peculiarity of the architecture and décor within the *Tanz Akademie* is the constant dualism of artifice and nature²⁷. Specifically, the sophisticated elegance of the environment is to be found in the mathematical and obsessive recurrence of animal and natural shapes through architectural and pictorial devices. The audience can recognise features of Art Nouveau within the academy in the golden staircase leading to the first floor, whose décor reproduces an intersection of curvilinear lines in the form of a serpent. Both the curvilinear lighting apparatus and the series of female statues carrying a plant present the same ochre colour of the staircase and clash with the ogival vaulted front door. These curvilinear lines are eventually re-created in the window shades placed above the dormitory doors, which reproduce the organic shape of a shamrock. Madame Blanc’s studio is the ultimate essence of the Art Nouveau techniques. It is a circular and enclosed room featuring a completely hybrid style, in which there are a series of oval pictures on both sides, whose design recalls Beardsley’s style (Fig. 13). The wall behind

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

the desk is decorated in the Art Nouveau style, with a mixture of elaborate vegetable fantasies that re-create through painting the form of the real natural vegetation on the sides of the room. The flower vases on the desk partially reproduce the colour scheme of the film, which is also expressed by the painted irises on the left side of the central wall. Both the real and painted floral fantasies clash with the structural geometry and representation that is contained in the misleading and deceptive perspectives typical of M.C. Escher's *Relativity* (1953) on the central wall (Fig. 14).



Figs. 13 and 14

Such a co-existence of artifice and nature that is traceable in Madame Blanc's studio also lies at the heart of *The Cabinet of Dr Caligari*, in which "the painter's images are fully at home, harmonize perfectly with the work's theme and style: with its attempt to make the physical setting a hieroglyph of inner experience, its suffusion of landscapes and townscapes with feelings and states of mind"²⁸. In Wiene's film, Jane's bedroom and sitting room are presented with a series of floral fantasies in the central wall. These floral fantasies are made of concentric circular and curvy lines that symbolically match the voluptuousness of the protagonist's curvy female body (Fig. 15). Similarly, the Art Nouveau shapes in *Suspiria*'s set design are characterised by morbid and voluptuous circular lines that symbolically match and graphically interact to create an overall composition with the almost exclusive female presence within the academy. While the circular and concentric flowery wallpaper in the academy's dressing room (Fig. 16) and in Olga's apartment (Fig. 17) takes up the voluminous hairstyle of the ballerinas, Madame Blanc's flouncy dresses, hairstyle and jewellery reproduce the harmonic circles and lines on the artifice of her studio.



Fig. 15

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES



Figs. 16 and 17

With regard to Art Deco, Argento re-creates the angular and linear geometries of the clerk's office in Wiene's *The Cabinet of Dr Caligari* (Fig. 18) in the depiction of Miss Tanner's rehearsal room. The rehearsal room has ochre wallpaper that is characterised by a series of subtle vertical lines of the same colour and is interspersed with a series of squared multi-coloured glass windows and mirrors on the central wall and on both sides. These geometric angles and lines match Miss Tanner's brusque gestures and stance and create an overall composition with the ballerinas' postures while practising (Fig. 19). The alternation of Art Deco and Art Nouveau that is typical of the *Tanz Akademie* is also present in



Figs. 18 and 19

the building where Pat Hingle and her friend are brutally murdered. The interiors of the building are emblematic of the Art Deco movement, characterised by geometric shapes arranged with symmetrical elegance and alternating orange and white (Fig. 20). The lift has Art Nouveau decoration, with curvilinear lines for ostentatious refinement (Fig. 21). In this regard, one can argue that the perfect compatibility in the architecture and décor of both the *Tanz Akademie* and the building where the first murder takes place metaphorically indicates the ubiquity of witchcraft and its evil control over people which forms the central theme of the film. If Madame Blanc's physicality is identified by Art Nouveau lines and Miss Tanner's physicality is represented through Art Deco lines, the repetition of these features in the other building projects their omnipresence through architecture and décor and metaphorically conveys their responsibility in the concretisation of the criminal act against Pat and her friend.



Figs. 20 and 21

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Additionally, both buildings diegetically cite the work of M.C. Escher. In this regard, Argento pays tribute to the Dutch artist at the beginning of the film, Escher Strasse being the fictional address of the *Tanz Akademie*. As Argento has stated:

Le génie de cet artiste, explicitement cité dans la fresque en *trompe-l'œil* dissimulant la porte escamotée, hante tout l'intérieur, plein d'escaliers, de couloirs qui mènent va savoir où [...] Par cette succession de pièces, de vitraux hermétiquement fermés, de pièces sombres, sans issue, j'ai voulu créer une atmosphère de claustration totale, où règne une seule certitude: l'Académie de Danse est un labyrinthe dans lequel on rentre, mais duquel, peut-être, on ne pourra jamais sortir²⁹.

The fantasy depicted in the central wall of Madame Blanc's studio is clearly inspired by Escher's lithograph *Relativity* (Figs. 22 and 23). In *Relativity*, Escher portrays a world in which the normal law of gravity does not apply. In it, there are depicted three stairways that connect with each other, and in two of them people are represented as climbing them upside-down, but based on their own gravity source they are climbing normally. Likewise, the internal structure of the *Tanz Akademie* resumes the composition and intersection of lines of the lithograph, as it is represented by a repetitive and stratified coexistence of corridors and stairs that make it look like a Chinese box. In this regard, the academy's structure strongly relies on Eco's definition of a mannerist labyrinth. According to Eco's definition, wherever you progress you face a kind of tree with many blind alleys. There is only one exit but you can make mistakes and you need the thread of Ariadne not to get lost³⁰. In *Suspiria*, Suzy follows her thread of Ariadne as the key to reaching the witches' secret. She counts the teachers' footsteps with the help of Sarah's notes until she reaches Madame Blanc's studio. At this point, Escher's lithograph assumes a dramatic role within the film. Suzy turns the blue iris that is in relief on the left side of the lithograph and is part of the design itself. A door drawn on the wall and part of the design gives access to the witches' secret hideout. The fact that the door is both real and part of the design imbues the reference to Escher's work with a role of transition between the real world and the world of the occult. The undermining of the law of gravity in Escher's lithograph depicts a world where the law of science has no value. Similarly, what is perceived behind the door in *Suspiria* is dominated by the supernatural and witchcraft, and in general by a world that does not relate to any physical law of nature.

The function of transition between the rational and the supernatural is also applicable to Argento's reference to Escher's *Sky and Water* (1938) in the bathroom of Pat's friend (Figs. 24 and 25). In Escher's *Sky and Water*, horizontal series of fish and birds are fitting into each other like the pieces of a jigsaw puzzle and the pictorial shapes are alternately foreground or background, depending on whether the eye concentrates on light or dark elements. As the fish progress upward and the birds downward they gradually lose their shapes to become a uniform background of sky and water respectively. This gradual loss of shape indicates the futility of objective reality, as everything may change before our eyes and bring us to an indiscernible world of fantasy. Similarly, *Suspiria* gradually transports the audience from one world to another and metaphorizes the coexistence of both worlds through the diegetic qualities of the décor.

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES



Figs. 22 and 23



Figs. 24 and 25

Conclusion

By dialoguing with previous studies on the “dramatic” role of colour and lighting at the basis of German Expressionist Cinema of the 1920s and by interacting with Anthony Vidler’s analysis of architecture and décor as embodiment of states of the body and states of the mind through the geometries of the setting, this article has demonstrated how both the highly artificial colour palette and the constant references to Art Deco and Art Nouveau in Argento’s *Suspiria* are granted the same function, mainly acting as projections of metaphorical bodily and mental types within the film. As a result, cinematography and set design in *Suspiria* not only combine with the stylistic and visual excessiveness of the images to convey the supernatural theme of the film, as recent debates have argued, but totally replace the characters’ psychology, by acquiring both a symbolic and dramatic status in itself that is able to determine the progress of the story as well as to articulate its various subtleties.

Giulio L. Giusti

Endnotes

1. Maitland McDonagh, *Broken Mirrors/Broken Minds: the Dark Dreams of Dario Argento*, 2nd ed., New York, A Citadel Press Book-Carol Publishing Group, 1994, p. 129.
2. Vito Zagarrò, “Aprire le finestre alle emozioni: Argento on Argento”, in Vito Zagarrò (ed.), *Argento vivo: il cinema di Dario Argento tra genere e autorialità*, Venezia, Marsilio Editori, 2008, pp. 31-32. TRANSL: [German Expressionist Cinema is very present in my films and *Suspiria* provides an example].
3. Daria Nicolodi (born June 19, 1949) was romantically involved with Dario Argento from 1974 to 1985. Actress and director Asia Argento was born from their union on September 20, 1975. As an actress, Nicolodi played in several of Argento’s films, such as *Deep Red (Profondo rosso, 1975)*, *Inferno (1980)*,

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

Tenebrae (Tenebre, 1982), *Creepers* (Phenomena, 1985), *Terror at the Opera* (Opera, 1987), and *Mother of Tears* (La terza madre, 2007). Although Nicolodi is not mentioned in the credit sequence, she also collaborated on the script of *Inferno*.

4. Maitland McDonagh, *op. cit.*, p. 137.

5. Robert J. Craig, "Dario Argento's Palette of Death: Color Response in His *Three Mothers* Film", *Journal of Evolutionary Psychology*, Vol. 16, No 1, 1995, pp. 54, 56.

6. Alan Jones, *Profondo Argento: The Man, the Myths and the Magic*, Godalming, UK, FAB Press, 2004, p. 9.

7. Fabio Maiello, *Dario Argento, confessioni di un maestro dell'horror*, Milano, Alacrán Edizioni, 2007, p. 121.

8. Antonello Grimaldi, "Generazioni di cineasti a confronto", in Vito Zagarrìo, *op. cit.*, p. 262.

9. Chris Gallant, "The Art of Allusion: Painting, Murder and the "Plan Tableau", in Chris Gallant (ed.), *Art of Darkness: the Cinema of Dario Argento*, Godalming, FAB Press, 2001, p. 68.

10. Adrian Horrocks, "Suspìria: Magic is Everywhere", *Necronomicon: the Journal of Horror and Erotic Cinema*, Book 4, Hereford, Noir Publishing, 2001, pp. 36-41.

11. Luca Venzi, "Qualcosa di rosso: il colore", in Vito Zagarrìo, *op. cit.*, p. 228. TRANSL: [The colour palette in *Suspìria* is not processed according to its expressive-symbolic function, as it does not represent the evil forces that infest the haunted house. Rather, it is the evil force itself and it constitutes its most obscure and weighty presence in the film [...] This role gives the colour palette a narrative function, as it requires it to act within the story and to articulate its various subtleties].

12. David Bordwell, Kristin Thompson, *Film Art: An Introduction*, eighth edition, New York, The McGraw-Hill Companies, 2008, p. 164.

13. Gabrielle Lucantonio, "Il cinema secondo Argento", in Giulia Carluccio, Giacomo Manzoli, Roy Menarini (eds.), *L'eccesso della visione: il cinema di Dario Argento*, Torino, Lindau, 2003, p. 16; Fabio Maiello *op. cit.*, p. 113.

14. Francesca Lenzi, *Dario Argento, da "Suspìria" alla "Terza Madre": Inferno*, Roma, Profondo Rosso, La piccola bottega della fantascienza e dell'horror, 2007, p. 50.

15. Chris Gallant, "In the Mouth of the Architect: Inferno, Alchemy and the Postmodern Gothic", in Chris Gallant, *op. cit.*, p. 22.

16. Daniele Costantini, Francesco Dal Bosco, *Nuovo cinema inferno. L'opera di Dario Argento*, Milano, Nuova Pratiche Editrice, 1997, pp. 61-62, cited in: Giulia Carluccio, "Poetica dell'erranza. Flâneries, architetture, percorsi della visione", in Giulia Carluccio, Giacomo Manzoli, Roy Menarini, *op. cit.*, p. 62. TRANSL: [In *Suspìria* [...] the house where the story takes place is nothing but a *living organism*].

17. Anthony Vidler, *The Architectural Uncanny: Essays in the Modern Unhomely*, Cambridge, The MIT Press, 1992, pp. 70-73.

18. Herman G. Scheffauer, "The Vivifying of Space" (1920), in Lewis Jacobs (ed.), *Introduction to the Art of Movies*, New York, Noonday Press, 1960, p. 77; Roger Manvell, Heinrich Fraenkel, *The German Cinema*, London, J.M. Dent & Sons Limited, 1971, p. 18; Anthony Vidler, *op. cit.*, p. 103.

19. Steven Jay Schneider, "Murder as Art, the Art of Murder: Aestheticising Violence in Modern Cinematic Horror", *Necronomicon: The Journal of Horror and Erotic Cinema*, Book 4, Hereford, Noir Publishing, 2001, pp. 65-66.

20. David Bordwell, Kristin Thompson, *op. cit.*, p. 448.

21. Lotte H. Eisner, *The Haunted Screen: Expressionism in the German Cinema and the Influence of Max Reinhardt*, London, Thames and Hudson, 1969, pp. 21-22.

22. Alan Jones, *op. cit.*, p. 81; Fabio Maiello, *op. cit.*, pp. 111-112.

23. Gabrielle Lucantonio, *op. cit.*, p. 17.

24. Gabrielle Lucantonio, *op. cit.*, p. 16; Francesca Lenzi, *op. cit.*, p. 50; Fabio Maiello, *op. cit.*, p. 113

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

25. Robert Schmutzler, *Art Nouveau*, London, Thames and Hudson, 1964, p. 29.

26. Victor Arwas, *Art Deco*, London, Academy Editions, 1980, p. 16.

27. Francesca Lenzi, *op. cit.*, p. 49.

28. Siegbert Salomon Praver, *Caligari's Children: The Film as Tale of Terror*, Oxford, Oxford University Press, 1980, p. 197.

29. Serena Gentilhomme, "La Chair et le Ciseau: Passion et Mort des Vierges selon Dario Argento: Actes du Colloque", in Jean Marigny (ed.), *Images Fantastiques du Corps*, Grenoble, Université Stendhal-Grenoble 3, 1997, p. 278. TRANSL: [The genius of this artist, explicitly cited in the *trompe-l'oeil* bas-relief dissimulating a retracted door, haunts the whole interior of the academy of dance, with its stairways and corridors that lead who knows where [...] By showing this maze, with tightly closed windows and dark rooms with no escape, I wanted to create an atmosphere of total confinement, where there is only one certainty: the academy of dance is a labyrinth that one can enter, but from which it is impossible to escape].

30. Umberto Eco, "Postille a *Il nome della rosa*", *Il nome della rosa*, Milano, Bompiani, 1983, pp. 524-525.

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

Zombies and the Post-colonial Italian Unconscious

Lucio Fulci's *Zombi 2* (1979)

"The horror... the horror" ¹

According to Lizabeth Paravisini-Gebert, the Gothic genre "was, from its earliest history in [...] Europe, fundamentally linked to colonial settings, characters, and realities as frequent embodiments of the forbidding and frightening" ². In other words, the European conquest and exploitation of the rest of the world was accompanied and justified by narrations that presented the other as a scary or monstrous presence. As Tabish Khair argues, the colonial characterization of monsters still persists in contemporary artistic production and "the Gothic and the postcolonial are obviously linked by a common preoccupation with the Other and aspects of Otherness" ³. This article aims to provide further evidence to Khair's point, by focusing on the frequent reference to colonialism in the zombie movie genre. In particular, I will analyse from a post-colonial perspective Lucio Fulci's *Zombi 2* (1979), in order to evaluate whether it might be seen as a barometer of Italian anxieties towards the resurgence of the colonial past, which coeval historical studies and the beginning of immigration to Italy brought back to memory.

A Post-colonial Monster? Anatomy of a Zombie

In cinematic tradition, a zombie is a reanimated dead body, who has supernatural powers and usually a hostile attitude against the living ⁴. Franco Moretti tracks its literary precursor in *Frankenstein, or, The Modern Prometheus* (1818) ⁵: like Mary Wollstonecraft Shelley's monster, early zombie movies such as Victor Halperin's *White Zombie* (1932) and Jacques Tourneur's *I Walked with a Zombie* (1943), but also more recent examples such as Wes Craven's *The Serpent and the Rainbow* (1987), feature creatures that are controlled by an evil sorcerer and eventually revolt against their master. Moretti argues that the representation of Frankenstein-like monsters recalls that of proletarians, who are frequently portrayed as unspeaking and hungry masses ⁶. John Cussan's analysis of zombie movies from the 1980s to present further confirms Moretti's assumption, claiming that the figure of the cannibal-zombie might be seen as a metaphor of the rebellion of the working class against global consumerism ⁷.

Early zombie movies also provide information about the origins of these monsters, by showing that corpses were first resurrected in Haiti. Peter Dendle argues that the subaltern status of black zombies in Haiti parallels that of African slaves who were brought to the Caribbean Island ⁸. Moreover, he suggests that the specific interest of American popular cultural in zombies might be related to the colonial occupation of Haiti by the United States between 1915 and 1934 ⁹. Significantly, the African cultural influence to United States has often been represented through metaphors of disease and contagion ¹⁰. By commenting on John Gilling's *The Plague of the Zombies* (1966), Kyle William Bishop further confirms that zombies might represent the ultimate colonised subject, since they are unthinking creatures, who lack inner will and are born of slavery, oppression, and capitalist hegemony ¹¹. In particular, Bishop argues that the early "inherently racist" zombie narratives "reveal imperialist anxieties" and "terrified Western viewers with the thing they likely dreaded most at that time: slave uprisings and reverse colonization" ¹².

Frantz Fanon, one of the most influential thinkers on the issue of decolonization and the psychopathology of colonization, also notices that the condition of colonised subject resembles that of zombies:

The colonized subject draws on the terrifying myths that are so prolific in underdeveloped societies as inhibitions for his aggressiveness: malevolent spirits who emerge every time you put one foot wrong, leopard men, snake men, six-legged dogs, zombies, a whole never-ending gamut of animalcules or giants that encircle the colonized with a real of taboos, barriers, and inhibitions ¹³.

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Fanon argues that the internalized misrepresentation of colonised subjects – who are made to “feel” and “see” themselves as zombies – is perhaps the most devastating imposition of colonialism and plays “a key regulating role in ensuring the stability of the colonized world”¹⁴. He brilliantly resumes this idea by affirming that “zombies [. . .] are far more terrifying than colonists”¹⁵.

Jean and John Comaroff confirm that it is no coincidence that zombies originate in the colonial environment, but they also argue that their condition resembles that of people who are dispossessed not only in terms of class but also of race, such as immigrants, especially those of African origins¹⁶. Drawing from Giorgio Agamben’s notion of “bare life”¹⁷ – namely the condition of those who are deprived of any civil and human rights like the *Muselmann* in Nazi concentration camps, who are liminal beings between the human and inhuman –, Jon Stratton further argues that “what audiences find most frightening in the zombie idea is not the resurrection from death but that state of living death which is the fate of the zombie”¹⁸. Stratton argues that “the tremendous increase in the number of films released featuring zombies” during the 2000s might offer a commentary on the condition of “displaced people . . . predominantly from non-Western states, striving for entry into Western states”¹⁹. The specific condition of zombies – partly human and living in an interstitial space – might be seen as a frequent metaphor to exemplify the condition of asylum seekers, who are excluded from humanity in terms of race and lack legal protection by the state.

In order to further analyse the assonance between “zombie apocalypse” and “immigration” and between “colonisation” and “zombification”, it might be interesting to consider both the geographic and the historical setting of this genre. The relation between the center and peripheries, which is a crucial issue of post-colonial studies, is important in the zombie genre. As zombies might prevail if they reach populated centers, the human champions have to fight the living dead in the peripheries, where they might have a chance to survive. The impossibility of fighting zombies in towns is well represented in Frank Darabont’s TV series *The Walking Dead* (2010-2012), when sheriff Rick Grimes (Andrew Lincoln) tries to reach Atlanta in order to find other human beings, but a horde of zombies attacks him so that he must seek refuge in the countryside (Fig. 1)²⁰.



Fig. 1

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Concerning the temporal setting of zombie movies, it should be noticed that their resurrection is frequently connected with the resurgence of past and violent events, which have been removed from the collective consciousness. Zombies are presences that change the natural course of events and bring back to life what was supposed to be gone or forgotten forever. Significantly, the modern English word “zombie” derives from the Kimbundu term *nzumbe*, which means “ghost” and refers to the resurrection of uncanny dead presences²¹. Slavoj Žižek clearly emphasises the ambiguous relationship with history in the zombie genre, and argues that “the return of the living dead” is the “fundamental fantasy of contemporary mass culture”, because they are “collectors of some unpaid symbolic debt”²².

For example, in the fourth and the fifth episode of the second series of *The Walking Dead*, Daryl Dixon (Norman Reedus) evokes the massacre of native Americans immediately before zombies attack a farm which is home to a small community of humans, to which he belongs. This episode clearly echoes the reclusion of the native population of the United States into reserves. Similarly, the appearance of an African-American female character near the end of the second season finale draws on the memory of slavery, as she is accompanied by two walkers being dragged behind her in chains, with their arms and lower jaws removed (Fig. 2).



Fig. 2

In the fifth episode of the second series of *The Walking Dead*, Shawn Green argues that the bombing of Atlanta in order to cleanse the city of zombies resembles napalm explosions in Vietnam. This excerpt echoes George Romero’s *The Night of the Living Dead* (1968), which presents news footage of napalm victims at the end of the movie, suggesting that there is a connection between the zombie apocalypse and the war. According to Adam Simons’ documentary *The American Nightmare* (2002), *Night of the Living Dead* also evokes the memory of slavery in the United States. Significantly, the only survivor of the zombie attack is an African-American man who is killed by soldiers in the mistaken belief that he is a monster. Romero’s movie seems to suggest that the real enemies are not zombies, but the American government that still discriminates against African-American subjects. The representation of traumatic historical events and the exploitation of subaltern subjects as the “living dead” might have literary origins,

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

as American novels of the 18th and 19th century portray native Americans as ghostly or non-human presences²³. Significantly, more recent African-American works, such as Toni Morrison's *Beloved*²⁴, also represent African slavery as an uncanny and ghostly presence.

A Case Study: Lucio Fulci's Zombi 2

As the previous section has demonstrated the zombie movie genre deals with issues that are crucial in post-colonial studies, namely the representation of the living dead as subalterns, the complex relationship between the center and peripheries, and the resurgence of the memory of forgotten histories connected to racism, colonialism and exploitation due to the resurrection of corpses. Zombies' roles as catalysers of issues that are crucial in post-colonial and subaltern studies is perhaps due to their condition of "in-betweenness", as they are neither dead or alive, they live in the present but remind of the past, and they are suspended between their Haitian origins and their American destination²⁵.

Following from these assumptions on the zombie-genre, it might be interesting to analyse Lucio Fulci's *Zombi 2*²⁶ from a post-colonial perspective, and to investigate the "symbolic debt" that this movie might pay to Italian colonial history. The link between Italy and this movie does not seem to be apparent, because of the American setting of this movie. However, Bishop is right to argue that the zombie is a "monster of the Americas"²⁷ and this setting is part of the convention of this genre. Therefore, the American setting of the movie might conceal some issues that are connected to the country where this movie was produced, had unexpected success, and is the home country of most of the filming troupe, including the director Lucio Fulci and the screenplay writers Dardano Sacchetti and Elisa Briganti. In particular, this article will try to show that the "horror" in *Zombi 2* is strictly connected to Italian colonial memory, and that this movie provides a fictional shape to the repressed collective fears that might have in turn inspired contemporary racist propaganda against immigrants²⁸.

Inspired by early zombie movies, *Zombi 2* features monsters that come from a remote and exotic island in the Caribbean called Matul, and invade New York City. The plot of the movie can be briefly summarised as follows. Peter West (Ian McCulloch) is a journalist who investigates the mystery surrounding a ghost ship that has entered the New York harbour. He meets the daughter of the owner of the ship, Anne Bowles (Tisa Farrow), and they decide to go to Matul, following the indications of a note written by Anne's father. The two reach this island by yacht thanks to the help of two American tourists, Brian Hull (Al Cliver) and Susan Barratt (Auretta Gay). Once they arrive, they meet Doctor David Menard (Richard Johnson), who is attempting to find a cure for a disease that reanimates corpses. The situation quickly collapses: zombies eat Menard's wife, Paula (Olga Karlatos), they bite Susan and attack the other humans who find retreat in a missionary church. Menard and his assistant are killed. Brian is also infected, but Peter and Anne rescue and carry him (or his zombie) on a boat to New York. The radio announces that zombies have invaded the United States.

Although Fulci denied that it is a political movie²⁹, Phil Hardy is right to argue that post-colonial issues are central in *Zombi 2* since it reinforces "the North/South, US/Third World axis of the conflicts"³⁰. Significantly, during the zombies' final attack the main characters of Fulci's movie escape to a missionary church, which is a symbol of Western religious colonisation³¹. The reference to colonialism in *Zombi 2* is also evident in the *racialised* representation of zombies, as their black flashes are clearly set against the white skins of the living human beings. The camera often indulges on disgusting physical attributes, such as real worms coming out of the black corpses. Blackness is clearly associated to violence, death and monstrosity, by recalling racist stereotypes concerning the African alterity. This portrayal might be seen as a reactionary response to the representation of zombies as ordinary people in Romero's *Night of the Living Dead*, which are both black and white and dressed in mundane clothes. Nonetheless, *Zombi 2* is not entirely constructed along the dichotomic representation of zombies as colonised and

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

humans as colonisers. For instance, the corpses of Spanish conquistadores in the cemetery of Matul attack and bite Susan, who is a mestizo character. The reference to colonialism in Fulci's movie is more symbolic: zombies cannot be strictly identified with the colonised subject, but the colonial overtones of their characterization bring back the memory of a past that seeks revenge in the present.

In other words, the representation of scary, exotically dangerous, contagious and partly human black subjects in *Zombi 2* resurrects derogatory imagery, whose traces can also be found in some Italian literary works about Africa. For instance, Mario Domenichelli's *Lugemalé* features a leprous Somali character, who is described as contagious and not entirely alive:

Vide il lebbroso. Gli venne incontro. Gli mostrò la faccia smangiata dalla malattia. Non aveva faccia. Lo abbracciò, il lebbroso, dicendo: "Italiani, somali, fratelli!". Non si sottrasse, rispose all'abbraccio: "Fratelli, fratelli!". Sentì un dolore forte al petto. Seppe di non avere più volto. Guardava da occhi che non c'erano [...] ovunque animali morti, carcasse rigonfie di pecore con la testa nera [...] Il cielo era contagiato. La lebbra vi apriva buchi di oscurità [...] Anche l'acqua era contagiata [...] il suo corpo si dilatava e si disfaceva [...] non aveva bocca, né orecchie, né guance, né occhi³².

Another significant example of this kind of representation can be found in Alessandro Spina's *Le nozze di Omar*, where the narrator affirms that "la morte porta la maschera dell'indigeno"³³.

Ennio Flaiano's *Tempo di uccidere*, one of the few texts to denounce Italian colonial crimes in Africa right after the Second World War, might have inspired Domenichelli's and Spina's representation of subaltern characters. For instance, in a significant passage of this novel a doctor advises the main character to shoot Ethiopians in the heads rather than in the stomach: "Ma se lei non gli spara alla testa, non conclude nulla con questa gente"³⁴. This passage is significant in relation to *Zombi 2*, as zombies cannot be stopped unless one shoots them in the head. Moreover, *Tempo di uccidere* describes native people from the perspective of an Italian soldier as a "groviglio di cenci e carni"³⁵ and the main Ethiopian female character as "un buon animale domestico"³⁶. It also features Ethiopian women whose hands are "già divorate da piaghe orrende"³⁷. Similarly, Africa is described as a land where one can find "morte"³⁸, "fetore"³⁹, "alberi abbastanza maledetti"⁴⁰, and "montagne asciutte come ossi"⁴¹. Although *Tempo di uccidere* was published in 1947, it echoes the dominant representation of colonised subjects after the promulgation of the racial laws⁴².

The legacy of the Italian colonial memory in *Zombi 2* – this time connected to the fear of the "black peril" – becomes clearer in two sexual aggressions against white women by zombies. In the first sequence, Susan goes scuba diving topless and a zombie attacks her. She succeeds in escaping thanks to a shark that engages in a fight with the zombie. This event is functional in order to visualise the bestial strength of zombies, by recalling the representation of colonised subjects as animals. In the second sequence, a zombie pulls Paula against a splinter that pierces her eye. This penetration is a metaphor for rape, as the camera takes the voyeuristic perspective of the zombie lingering lecherously on Paula's naked body while she is taking a shower before being killed⁴³. It should also be noticed that zombies later devour Paula's corpse, evoking the colonial stereotype of African subjects as cannibals⁴⁴. As Bishop rightly notices, in both of these scenes Paula is not represented as a subject but as the object "of male gaze" or "of biological sustenance"⁴⁵.

Considered from an Italian perspective, the threat of the "black peril" might be connected to the fear of miscegenation. The Fascist regime prohibited miscegenation not merely with a specific law in 1937 and with the racial laws from 1938 to 1943, but also supported them through an artistic campaign, which included cinema, literature, and visual arts⁴⁶. The fear of miscegenation – this time intended more in "cultural" rather than in "racial" terms – is also evident in the cause of resurrection of the zombies,

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

voodooism, which Doctor Menard defines as the fusion between African animism and Christian belief. In other words, *Zombi 2* suggests that the combination of different cultures might be dangerous. Significantly, zombies not only invade New York and affect the native population of Matul, but they also separate the only interracial couple of the group of living, namely Brian and his mestizo wife Susan. In this sense, the “horror” in *Zombi 2* seems to be connected to the fear of multiculturalism, multiethnicism and globalisation.

The Fear of Multiculturalism and the Resurgence of the Colonial Memory

According to Kyle William Bishop, the uncanny resurgence of dead persons in zombie movies often shows that the “true monster threatening civilization [is] humanity itself”⁴⁷. The invasion of the zombies forces human beings, who would have probably never met otherwise, to join together in order to survive. The creation of new communities is often the pretext to deliver a social commentary about human nature.



Fig. 3

For instance, the main human characters of *The Walking Dead* differ in terms of race, gender, age and cultural backgrounds (Fig. 3). In the ninth episode of the second series humans kill other humans in order to survive and deal with the risk of losing their humanity by denying the other’s humanity. Moreover, *The Walking Dead* represents some zombies as more human than humans themselves, such as Sophia’s zombie in the seventh episode of the second series. Similarly, in *The Night of the Living Dead* “the human survivors never unite to defeat the zombies”⁴⁸, and Romero claims that his movies have a clear political intention: “zombies represent what we, the global community, should really be thinking about: something like ... power to the people”⁴⁹. In other words, the zombie apocalypse in *The Night* is a pretext in order to reconsider the existing social order and possibly create a new one.

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

The invasion of the living dead in *Zombi 2* also disrupts the existing social order, but this destabilisation seems to lead to a state of utter confusion. Zombies are represented as evil black invaders that have to be stopped, and their existence does not seem to be aimed at raising existential questions about human nature, but rather to create a possible enemy of human beings. In this sense, *Zombi 2* fits in a dominant Western narrative tradition, which has often represented subalterns as uncanny corpses or ill bodies in order to exclude threatening and eccentric forces from the social order:

Death and [subalterneity] are culturally positioned as the two central enigmas of western discourse [...] [representing] that which is inexpressible, inscrutable, unmanageable, horrible; that which cannot be faced directly but must be controlled by virtue of social laws and art⁵⁰.

Through the characterisation of zombies as “black invaders”, “cultural norms are reconfirmed or secured [...] because a sacrifice of the dangerous [subaltern] re-establishes an order that was momentarily suspended due to [his or her] presence”⁵¹. Suggesting a similar opinion from the perspective of political studies, Mark Neocleous argues that conservative ideologies often promote themselves by constructing the alterity as a terrifying monster, who might “[disrupt] the politics of identity and the security of borders”, as it is “simultaneously inside and outside”⁵².

Zombi 2 does not show alternative human communities after the zombies’ invasion that are present in the post-colonial world, nor does it criticise the racist and misogynistic social order that a homogeneous group of white and middle-class heroes try to preserve. In this regard it might be interesting to analyse gender and race relationships between human survivors. The only role of women in *Zombi 2* is that of being victims of violence or of voyeuristic gaze. Anne stays alive only because she follows Peter’s instructions, and he “naturally” attracts her since the beginning of the movie. Paula confronts her husband about his attempt to find, in vain, a cure against the resurrection of corpses and he gratuitously slaps her in the face. Moreover, the camera morbidly indulges on the naked bodies of Paula and Susan before they are “raped”. To summarise, female characters in *Zombi 2* are secondary, reflecting only male attitudes and values.

Similarly, *Zombi 2* depicts clear race divisions, both in New York and in Matul. For instance, Menard’s black servant, Lucas, is deferential to his master and obeys his orders. Like the indigenous inhabitants of the island, he is described as superstitious and in opposition to Menard, who is the advocate of Western science. Similarly, when the first living corpse is found in New York, a white coroner vehemently and gratuitously disqualifies the work of his black subordinate (Fig. 4).



Fig. 4

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

If Moretti is right to affirm that “chi osa combattere il mostro diventa automaticamente il rappresentante della specie, di tutti gli uomini, di tutta la società”⁵³, the choice of white males as representatives of human beings is also problematic since it excludes minorities from the very concept of humanity itself. In this concern, Frederic Jameson seems right to argue that:

Gothics are ultimately a class fantasy (or nightmare) in which the dialectic of privilege and shelter is exercised: your privileges seal you off from other people, but by the same token they constitute a protective wall through which you cannot see, and behind which therefore all kinds of envious forces may be imagined in the process of assembling, plotting, preparing to give assault⁵⁴.

In other words, *Zombie 2* represents the fears of middle class Westerners concerning their privilege, which is threatened by the challenges of post-coloniality.

Although noticing this negative subtext, Peter Dendle argues in favor of Fulci, claiming that he anticipates Romero on a number of stylistic and cinematic effects:

There is sometimes an unfortunate colonial brutality implicit in the endless scenes of European survivalists gunning down native zombies, but on the whole [Fulci] concentrate[s] [his] energies precisely on those aspects of zombie films that have proven the most aesthetically powerful: provocative settings, the restrained appearance and blocking of the zombies, a mounting sense of claustrophobia and helplessness, and the careful pacing and rhythm of the escalating apocalypse⁵⁵.

However, the subordination of the social and political commentary to the intention of astonishing the audience shows that Fulci's zombie movies have “much less in common with Romero's classic than one would assume”⁵⁶. Fulci does not want a reflective audience but a thrilled audience, which enjoys explicit depiction of nudity and gruesome violence for the sake of the nudity and violence itself. Significantly, Brad O'Brian argues that *Zombi 2* created a distinct Italian subgenre of splatter movies, such as Andrea Bianchi's *Le notti del terrore* (1981), Claudio Fragasso's *After Death – Oltre la morte* (1988), Marino Girolami's *Zombie Holocaust* (1980) and Umberto Lenzi's *Incubo sulla città contaminata* (1980)⁵⁷. Moreover, the use of gore in connection to explicit female nudity might have inspired the zombie porn movies, such as Joe D'Amato *Le notti erotiche dei morti viventi* (1980)⁵⁸.

Zombies and 1979 Italy

As the previous analysis has pointed out, fear in *Zombi 2* is elicited by the invasion of a Western center by “black” presences, whose characterisation recalls the stereotypical description of colonised subjects. Fulci's monsters create the fear of the alterity, and urges for the need for social security. However, it might be interesting to scrutinise whether this fear might be connected to and inspired by precise social and historical circumstances, focusing on two main events that took place in Italy during the years of the release of this movie: the beginning of historical studies on Italian colonialism and African immigration to Italy⁵⁹. The colonial experience is a “living dead” or a removed event that haunts the Italian collective unconscious. Although the colonial experience in Africa started with the acquisition by the Italian state of Assab bay in 1882 (which the Rubattino Company previously bought in 1869, eight years after the unification of the country), studies analysing historical sources with a critical approach have been developing since the 1970s, thanks to Giorgio Rochat's⁶⁰ and Angelo Del Boca's⁶¹ seminal works. This “rivoluzione storiografica”⁶² demonstrated that “Italian colonialism was as pitiless, brutal and murderous as other colonialisms”⁶³. Nonetheless, the results of these studies still do not permeate the Italian public

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

consciousness⁶⁴, perhaps because direct reference to colonialism was not very present in Italian artistic representation over the four decades from the 1950s to the 1990s⁶⁵.

However, as Frank Burke's reading of Dario Argento's *L'uccello dalle piume di cristallo* (1970) suggests, the traces of the memory of colonialism seem to have survived in some popular artistic productions, such as horror b-movies:

The Bird with the Crystal Plumage is not an analysis of colonisation *per se*; its allusions to historical instances tend principally to underscore a habitual mode of relating to the world (conquest, possession, projection of self onto other) that characterizes the present as well as the past⁶⁶.

It is not surprising that Italian movies deal with the issue of colonialism: one of the first Italian feature films ever made, Giovanni Pastrone's *Cabiria* (1914) was produced in order to celebrate Italy's colonial adventure in Libya⁶⁷. It is surprising, however, that two movies that resurrect the colonial memory were produced in the 1970s, and are both horror movies.

Concerning the development of the gothic genre in the 19th century, Fabio Camilletti argues that the birth of psychoanalysis was preceded by horror stories, which anticipated and provided a fictional shape to the anxieties that it brought to light:

Il racconto perturbante (o, più precisamente, fantastico) è, in qualche modo, un primo espediente di cui il XIX secolo si serve per esplicitare la propria relazione perturbante di fronte alla storia: è nella letteratura fantastica che il "fantasma" si fa segno per interpretare la sopravvivenza di un passato divenuto "altro"⁶⁸.

As ghost stories manifested disquiet at the beginning of 20th century in Europe, *Zombi 2* can be seen as a trace through which the Italian collective unconscious made explicit the uncanny relationship with its colonial past. In both cases, the uncanny serves as a narrative expedient in order to indicate an unhealed historical trauma. To quote Franco Moretti, fear in many horror stories generates from an unconscious removal: "il represso, dunque, ritorna: ma travestito da mostro. Dopo avere *cambiato forma*"⁶⁹.

Italian colonialism was also brought back to memory by the beginning of African emigration to this Mediterranean country. In 1972, seven years before *Zombi 2* was released, net immigration in Italy surpassed net emigration, which in statistical terms signalled Italy's conversion from an emigration to an immigration country⁷⁰. Fulci's movie seems to acknowledge this fact by representing the threatening arrival of foreign and uncanny presences in a ship. This sequence recalls the "most impressive episode" in Wilhelm Murnau's *Nosferatu, eine Symphonie des Grauens* (1922), "in which the spectral ship glided with its terrible freight over phosphorescent waters" enters the harbour of Wisborg⁷¹. According to Siegfried Kracauer's fundamental study of German expressionist movies, *From Caligari to Hitler*, the coming of the vessel that carries the infectious vampire Orlok and rats might be seen as a metaphoric representation of the anti-Semitic feelings of 1930s Germany (Fig. 5): "The German soul [...] [is] tossed about in gloomy space like the phantom ship in *Nosferatu*"⁷². In this regard, it is significant to notice that the image of rats has often been used to represent both immigrants and colonised subjects. For instance, American comics at the beginning of the 20th century represented Italian immigrants as sewer rats (Fig. 6), and Italian comics justified the use of toxic gases by depicting Ethiopians as insects or rodents (Fig. 7). As rats in *Nosferatu* represent the Jewish alterity that invade Germany and bring death, *Zombi 2* represents zombies as immigrants that contaminate the West with the memory of colonialism. In this regard, it is interesting to notice that during the fascist period the figures of Jews and Blacks often conflate and were equally associated to the idea of disease or contamination⁷³. Fulci's reference to Murnau's work evokes a derogatory imagery whose origins might be found in the Italian past.

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES



Fig. 5



Fig. 6



Fig. 7

In order to fully understand the extent to which Fulci's movie successfully provides a fictional shape to the fears of Italians about immigration, it might be interesting to look at some visual and conceptual similarities between the representation of zombies in *Zombi 2* and immigrants in some xenophobic posters of the 1990s.



Fig. 8

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

The presence of some analogies in these works does not suggest that Fulci's movie was a direct cultural reference for the authors of these advertisements. Nonetheless, it signals that the derogatory representations of race survived in the Italian collective unconscious during the 1970 and 1980s thanks to specific popular productions, and partly explains the great success of xenophobic propaganda in the 1990s and 2000s by Italian extreme right wing political parties.



Fig. 9

For instance, a 1991 advertisement by the Northern League represented ships full of immigrants and claimed to “have stopped the invasion” (Fig. 8). This image uncannily recalls the cinematic representation of the phantom ship in *Zombi 2* (Fig. 9) and *Nosferatu* (Fig. 10). Another advertisement used by the



Fig. 10

Northern League in the 1990s and by Forza Nuova in 2013 claims that whites in Italy will become extinct because of integration, and shows how the population will increasingly become black. Like a zombie movie, this advertisement represents immigration as a contagious event, which increasingly transform white subjects into “others” (Fig. 11). A 2011 Northern League advertisement pictures a land invaded by immigrants, who force Italians to escape with a rubber boat (Fig. 12), and recalls one of the last scenes of *Zombi 2*, where Anne and Peter escape from zombies in Matul by boat (Fig. 13).

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES



Fig. 11

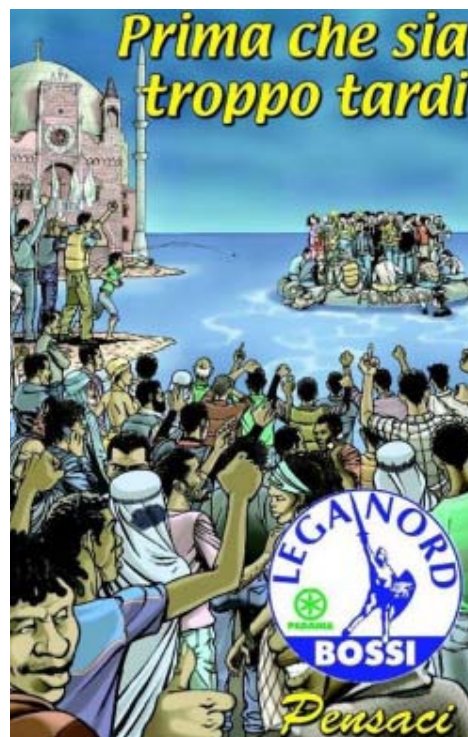


Fig. 12

More significantly, the poster of *Zombi 2* (Fig. 14) represents a crowd of zombies that are invading New York and resembles a 2009 Northern League advertisement, in which immigrants coming from Africa are invading Italy (Fig. 15). To put it in Fanon's words, the concern of *Zombi 2* about the invasion of black zombies seems similar to that of racist political propaganda at the beginning of the 1990s as it is more related to "the problem of Negroes, living among white men" and "the increase of Negroes, the problem of the Black Peril", rather than with the problem of "negroes exploited, enslaved, despised by a colonialist capitalist society"⁷⁴.



Fig. 13

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES



Fig. 14



Fig. 15

In conclusion, this article has tried to demonstrate that it is no coincidence that Fulci's *Zombi 2* was released when immigration to Italy began and the first historical studies on Italian colonialism were published. In this regard, Franco Moretti argues that "il mostro [...] serve a spostare gli antagonismi e gli orrori che si manifestano *dentro* la società *al di fuori* della società stessa"⁷⁵. Fulci's movie is a barometer of the fears of Italian society towards the alterity. Drawing from colonial imagery, *Zombi 2* describes the invasion of scary and black invaders, and urges the maintenance of the social order as it is. In this sense, it is no coincidence that a clear visual assonance between the representation of zombies and the racist propaganda of the 1990s exists: both visual representations are aimed to scare their audience by portraying a "horror" that comes from abroad, rather than depict the "horror" within.

Simone Brioni

Endnotes

1. Joseph Conrad, *Heart of Darkness*, New York, Norton, 2006 (1899), p. 69.
2. Lizabeth Paravisini-Gebert, "Colonial and Postcolonial Gothic: the Caribbean", in Jerrold E. Hogle (ed.), *The Cambridge Companion to Gothic Fiction*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006 (2002), p. 229.
3. Tabish Khair, *The Gothic, Postcolonialism and Otherness: Ghosts from Elsewhere*, Basinstoke, Palgrave, 2009, p. 3.
4. During the last decade, many surveys, monographs and critical anthologies and have been dedicated to the zombie genre, and provide useful insights for further research. For example see Kyle William Bishop, *American Zombie Gothic: The Rise and Fall (and Rise) of the Walking Dead in Popular Culture*, Jefferson (NC), McFarland, 2010; Stephanie Boluk, Wylie Lenz (eds.), *Generation Zombie: Essays on the*

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

Living Dead in Modern Culture, Jefferson (NC), McFarland, 2011; Deborah Christie, Sarah Juliet Lauro (eds.), *Better Off Dead: The Evolution of the Zombie as Post-Human*, New York, Fordham University Press, 2011; Peter Dendle, *The Zombie Movie Encyclopedia*, Jefferson (NC), McFarland, 2000; Glenn Kay *Zombie Movies: The Ultimate Guide*, Chicago, Chicago Review Press, 2008; Shawn McIntosh, Marc Leverette (eds.), *Zombie Culture: Autopsies of the Living Dead*, Lanham (MA), Scarecrow Press, 2008; Christopher Moreman, *Zombies Are Us: Essays on the Humanity of the Walking Dead*, Jefferson (NC), McFarland, 2011; Jamie Russell, *Book of the Dead: The Complete History of Zombie Cinema*, New York, Fab Press, 2005. For a specific overview of Italian zombie movies see Jay Slater, *Eaten Alive! Italian Cannibal and Zombie Movies*, New York, Plexus, 2002.

5. Mary Wollstonecraft Shelley, *Frankenstein, or, the Modern Prometheus*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2008 (1818).

6. Franco Moretti, *Segni e stili del moderno*, Torino, Einaudi, 1987, p.109.

7. John Cussan, "Tracking the Zombie Diaspora: From Subhuman Haiti to Posthuman Tuscon", in Paul Yoder, Peter Mario Kreuter (eds.), *Monsters and the Monstrous: Myths and Metaphors of Enduring Evil*, Oxford, Inter-disciplinary Press, 2004, p. 212.

8. Peter Dendle, "The Zombie as Barometer of Cultural Anxiety", in Niall Scott (ed.), *Monsters and the Monstrous: Myths and Metaphors of Enduring Evil*, Amsterdam, Rodopi, 2007, p. 47.

9. *Ibidem*. For a specific discussion of the reminiscence of American Imperialism in Haiti in *White Zombie* see Gyllian Phillips, "White Zombie and the Creole: William Seabrook's *The Magic Island and American Imperialism in Haiti*", in S. Boluk, W. Lentz (eds.), *op. cit.*, pp. 27-40.

10. Barbara Browning, *Infectious Rhythm: Metaphors of Contagion and the Spread of African Culture*, London-New York, Routledge, 1998, p. 27.

11. K. W. Bishop, *op. cit.*, p. 12.

12. *Ivi*, p. 13.

13. Frantz Fanon, *The Wretched of the Earth*, trans. by Richard Philcox, New York, Grove Press, 2004 (1961), p. 18.

14. *Ivi*, p. 20.

15. *Ivi*, p. 19.

16. Cfr. Jean Comaroff, John Comaroff, "Alien Nation: Zombies, Immigrants, and Millennial Capitalism", in *South Atlantic Quarterly*, n. 101, vol. 4, 2002, pp. 779-805.

17. Cfr. Giorgio Agamben, *Homo Sacer: Sovereign Power and Bare Life*, trans. Daniel Heller-Roazen, Stanford (CA), Stanford University Press, 1998; Giorgio Agamben, *Remnants of Auschwitz. The Witness and the Archive*, trans. Daniel Heller-Roazen, Cambridge (MA), MIT Press, 1999.

18. Jon Stratton, "The Trouble with Zombies: Bare Life, *Muselmänner* and Displaced People", in *Somatechnics*, n. 1, vol. 1, 2011, p. 188.

19. *Ivi*, p. 189.

20. For sake of coherence and clarity, I will refer only to Frank Darabont's successful TV series *The Walking Dead* (2010-2012), perhaps the most successful screening of this monster in recent times, and George Romero's *The Night of the Living Dead* (1968), an influential milestone of zombie movies, in order to exemplify my assumptions about this genre. The picture of Rick Grimes taking refuge in the surrounded tank might be seen as a metaphor for the United States being overwhelmed in its neo-colonial operations in Iraq and Afghanistan, the faceless zombies matching the irrational fear of Muslims. In this regard, it is significant that the main character is a policeman, in fact a sheriff's deputy who rides a horse, fulfilling the archetype of the American hero played out in numerous Westerns. This archetype is further subverted as Grimes is rescued from the faceless horde not by the army, but instead by a young Asian-American.

21. Wade Davis, *Passage of Darkness: The Ethnobiology of the Haitian Zombie*, Chapel Hill, The

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

University of North Carolina Press, 1988, p. xii.

22. Slavoj Žižek, *Looking Awry: An Introduction to Jacques Lacan Through Popular Culture*, Cambridge (MA), MIT Press, 1992, p. 22-23.

23. Cfr. Renée Bergland, *Indian Ghosts and American Subjects*, Dartmouth, Dartmouth University Press, 2000.

24. Toni Morrison, *Beloved*, London, Vintage, 2005 (1987).

25. Homi Bhabha, *The Locations of Culture*, London-New York, Routledge, 1994, p. 127.

26. This movie is known in the Anglophone world with the title of *Zombie Flesh Eaters*. Alternative titles are also *Zombie*, *Island of the Living Dead*, *Zombie Island*, and *Woodoo*. For further information concerning Fulci's zombie movies see Paolo Albiero, Giacomo Cacciatore, *Il terrorista dei generi: Tutto il cinema di Lucio Fulci*, Roma, Un mondo a parte, 2004, pp. 184-193; As Chianese, Gordiano Lupi, *Filmare la morte: Il cinema horror e thriller di Lucio Fulci*, Piombino, Edizioni Il Foglio, 2006, pp. 107-113; Stephen Thrower, *Beyond Terror: The Films of Lucio Fulci*, New York, Fab Press, 1999; Steven Zani, Kevin Meaux, *Lucio Fulci and the Decaying Definition of Zombie Narratives*, in D. Christie, S. J. Lauro, *op. cit.*, pp. 98-116.

27. Kyle William Bishop, *American Zombie Gothic*, p. 38.

28. The word "horror" is emphasised in this context in order to refer to Joseph Conrad's epigraph at the beginning of this article. *Heart of Darkness* is in fact one of the first texts of the Western canon to denounce Western colonialism in Africa, and to talk of its "horror".

29. *Dossier Nocturno n. 28. Zombi Apocalypse. Dizionario dei morti viventi*, Milano, Nocturno, 2003, pag. 61.

30. Phil Hardy, *The Encyclopedia of Horror Movies*, New York, Harper & Row, 1986, p. 341.

31. K.W. Bishop, *op. cit.*, p.162. Christian religion is also one of the main targets of Fulci's following zombie movie *Paura nella città dei morti viventi* (1980), written by Dardano Sacchetti, who also wrote *Zombi 2*. In this movie, the evil character is a priest, whose suicide causes the invasion of the living dead. As the zombies' birth parallels Christ's return to life, *Paura nella città dei morti viventi* mocks the belief of a life after death, which is a theme of particular relevance in a Catholic country like Italy.

32. Mario Domenichelli, *Lugemalé*, Firenze, Mauro Pagliai editore, 2005, pp. 92-93. All quotations from the original Italian have been translated by the author of this article. [A/N]: All quotations from the original Italian have been translated by the author of this article. TRANSL: [He saw the leper. The leper came towards him. His face was eaten by illness. He did not have a face. The leper hugged him, saying: "Italians, Somalis, brothers!". He did not back out of the hug, he returned it: "Brothers, brothers!" He felt a strong pain in his chest. He knew he did not have a face anymore. He was looking from eyes which were not there [...] dead animals everywhere, swollen corpses of sheep with black heads [...] The sky was contaminated. Leprosy opened holes of darkness [...] The water was infected too [...] his body expanded and broke apart [...] he no longer had a mouth, ears, cheeks, or eyes].

33. Alessandro Spina, *Le nozze di Omar*, Milano, Rusconi, 1973, p. 104. TRANSL: [death wears an indigenous mask].

34. Ennio Flaiano, *Tempo di uccidere*, Milano, BUR, 2008 (1947), p. 97. TRANSL: [if you do not shoot them in their head, you won't get anything done with these people].

35. *Ivi*, p. 98. TRANSL: [muddle of cloth and flesh].

36. *Ivi*, p. 37. TRANSL: [a good domestic pet].

37. *Ivi*, p. 139. TRANSL: [already devoured by horrible scars].

38. *Ivi*, p. 155. TRANSL: [death].

39. *Ivi*, p. 285. TRANSL: [stench].

40. *Ivi*, p. 32. TRANSL: [rather cursed trees].

41. *Ivi*, p. 26. TRANSL: [mountains dry like bones].

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

42. See Giovanna Tomasello, *L'Africa tra mito e realtà: Storia della letteratura coloniale italiana*, Palermo, Sellerio, 2004, pp. 208-215.
43. Concerning the use of the shower as a frequent setting of rapes in contemporary cinema see Sarah Projansky, *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*, New York, New York University Press, 2001.
44. Concerning the representation of colonised subjects as cannibals see Maggie Kilgour, *From Communion to Cannibalism: An Anatomy of Metaphors of Incorporation*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1993; Peggy Reeves Sanday, *Divine Hunger: Cannibalism as a Cultural System*, Cambridge (UK), Cambridge University Press, 1986; Steven Slemon, "Bones of Contention : Post-Colonial Writing and the 'Cannibal Question'", in Anthony Purdy (ed.), *Literature and the Body*, Amsterdam, Rodopi, 1992.
45. K. W. Bishop, *op. cit.*, p. 164.
46. G. Tomasello, *op. cit.*, pp. 211-213.
47. K. W. Bishop, *op. cit.*, p. 95.
48. Tony Williams, *The Cinema of George A. Romero: Knight of the Living Dead*, London, Wallflower, 2003, p. 22.
49. Giulia D'Agnolo-Vallan, "Let Them Eat Flesh", in Tony Williams (ed.), *George A. Romero: Interviews*, Minneapolis, University Press of Mississippi, 2011, p.155.
50. Elisabeth Bronfen, *Over her Dead Body: Death, Femininity and the Aesthetic*, Manchester (UK), Manchester University Press, 1992, p. 255. Bronfen's text only considers women as subaltern subjects, but a similar discourse can be valid for racial minorities.
51. *Ibidem*, p.181.
52. Mark Neocleous, *The Monstrous and the Dead: Burke, Marx, Fascism*, Cardiff, University of Wales Press, 2005, pp. 31, 72-77.
53. F. Moretti, *op. cit.*, p. 105. TRANSL: [those who dare to fight against the monster automatically become the symbol of the specie, of all human beings, of all society].
54. Frederic Jameson, *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, London and New York: Verso, 1996 (1991), p. 289.
55. P. Dendle, *The Zombie Movie Encyclopedia*, p. 8.
56. Donato Totaro, "The Italian Zombie Film: From Derivation to Reinvention", in Steven Jay Schneider (ed.), *Fear without Frontiers: Horror Cinema across the Globe*, Godalming (England), FAB Press, 2003, p. 162.
57. Brad O'Brian, "Vita, Amore, e Morte – and Lots of Gore: The Italian Zombie Film" in S. McIntosh, M. Leverette (ed.), *op. cit.*, pp. 55-58. Fragasso directed *After Death: Oltre la morte* under the pseudonym Clyde Anderson. This movie was released in the United States under the title *Zombie 4: After Death* and in the United Kingdom as *Zombie Flesh Eaters 3*. It should be noticed that the Italian censorship laws were more permissive than the code of the MPAA in the United States, and allowed Italian horror directors to experiment more with the visual and realistic representation of brutality than their American colleagues.
58. A. Bruschini, A. Tentori, *op. cit.*, pp. 67-70.
59. In this sense, I disagree with Brad O'Brian, who claims, with little or no specific reference to specific excerpts, that the production of horror movies in this period was connected to the anxiety of political terrorism in Italy. See B. O'Brien, *op. cit.*, pp. 55-70.
60. Giorgio Rochat, *Il colonialismo italiano. Documenti*, Torino, Loescher, 1973.
61. Angelo Del Boca, *Gli italiani in Africa Orientale*, 4 vol., Roma-Bari, Laterza, 1976-1984.
62. Nicola Labanca, *Oltremare. Storia dell'espansione coloniale italiana*, Bologna, Il Mulino, 2007, p. 445. TRANSL: [historiographic revolution].

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

63. Miguel Mellino, "Italy and Postcolonial Studies: a Difficult Encounter", *Interventions*, vol. 8, n. 3, 2006, p. 465.
64. Antonio Morone, *L'ultima colonia: Come l'Italia è ritornata in Somalia 1950- 1960*, Bari-Roma, Laterza, 2011, p. xii.
65. Cfr. Daniele Comberiati, "La letteratura post-coloniale italiana: definizioni, problemi, mappatura", in Lucia Quaquarelli (ed.), *Certi confini. Sulla letteratura italiana dell'immigrazione*. Milano: Morellini, 2010, pp. 161-178. A significant exception to this trend in movies is Giorgio Moser's *Violenza Segreta* (1963), which is based on Enrico Emanuelli's novel *Settimana Nera* (1961) and set in Somalia after the Italian Trusteeship Administration of this African country (1950-1960). Although the movie stars famous Italian actors like Enrico Maria Salerno and Giorgio Albertazzi, it failed to gain critical or public recognition.
66. Frank Burke, "Dario Argento's *The Bird with the Crystal Plumage*: Caging Women's Rage", in Annette Burfoot, Susan Lord (eds.), *Killing Women: the Visual Culture of Gender and Violence*, Waterloo, Ontario, Wilfried Laurier University Press, 2006, pp. 200-201.
67. Pierre Sorlin, *Italian National Cinema 1896-1996*, London, Routledge, 1996, p. 37
68. Fabio Camilletti, "Il passo di Nerina. Memoria, storia e formule di pathos nelle *Ricordanze*", *Italianistica*, vol. 39, n. 2, 2010, p. 53. TRANSL: [The gothic (or, more precisely, fantasy) genre is, to some extent, one of the first ways through which the XIX century has made its uncanny relationship towards history explicit: it's in fantasy stories that the "ghost" becomes a clue to help interpret the survival of a past that has become "other"].
69. F. Moretti, *op. cit.*, p.130. TRANSL: [what has been repressed comes back, but as a monster. After changing form].
70. Russell King and Jacqueline Andall, "The Geography and Economic Sociology of Recent Immigration to Italy", in *Modern Italy*, vol.4, n. 2, pp. 136.
71. Siegfried Kracauer, *From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*, Leonardo Quaresima (ed.), Princeton (NJ)-Oxford, Princeton University Press, 2004 (1947), p. 79.
72. *Ibidem*, p. 107.
73. Karen Pinkus, "'Black' and 'Jew': Race and the Resistance to Psychoanalysis in Italy", in *Annali d'Italianistica*, n.16, 1998, p. 146.
74. Franz Fanon, *Black Skins, White Masks*, London, Pluto Press, 1993 (1952), p. 202.
75. F. Moretti, *op. cit.*, p. 105. TRANSL: [the monster [...] moves conflicts and horrors that are present *within* a society *outside* of it].

CRITICA **The Female Vampires and the Uncanny Childhood**
CINEFILIA *A Journey across Italian Gothic Cinema*
E FESTIVAL
STUDIES

Throughout the course of this essay, I prefer the use of the word “Gothic” to “Horror” in order to help to define the cinema of such directors as Riccardo Freda, Mario Bava, Lucio Fulci, and Dario Argento. This decision is not due to the negative connotations traditionally attributed to the word “Horror”, which is still in common use among those who write about cinema, often even in place of the more general category of the “Fantastic”¹. But rather, the word “Gothic” seems to fit better with the work of which the aforementioned directors. Its suitability is conceivable, however, only if we can think of an enlargement of the word’s meaning. In fact, if we intend “Gothic” as a categorisation of “excess” and “transgression” (as the term was denoted by Fred Botting in his work *Gothic*, 1996), encapsulating both the return of the past over the present and the repressed over the conscious, the term “Gothic” may well become a container able to include such cinematic works as those which spread over Italy when the wave *Neorealista* had already produced its masterpieces². The Fifties and the Sixties were in fact the chronological span when an objective and unbiased approach to reality was favoured by directors who wanted to document the Italian condition after the Second World War. At the same time as Dino Risi and Antonio Pietrangeli were directing their most important films, Bava had already directed his *La maschera del demonio* (1960). This movie is set in the 1800s, and its prologue contains the execution of a witch which occurred two centuries before. As a *revenant*, in that she comes back from the other world, Asa (the name of Bava’s witch) symbolises the return of the repressed over a cinema that had consciously taken another way. In other words, she appears as the emblem of a cinema that privileged the representation of the unconscious side of the human mind rather than a self-aware ethical-political commitment (as in several films from the *Neorealismo*).



La maschera del demonio (1960)

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

But there is something more. If we can compare Italian cinema to films from other countries, we find that Italian gothic cinema shows peculiarities of its own. As stated in Robin Wood's essay "The American Nightmare: Horror in the 70s"³, some of the most significant American horror movies of the late 1960's mirrored the mindset of both the countercultural protests and the social liberation movements engaging blacks, women, and homosexuals in Northern America. As evidence, Worland mentions the African-American character in George Romero's *Night of the Living Dead* (1968), who is assumed to be a zombie at the end of the movie and is killed by a group of white hunters⁴.



Night of the Living Dead (1968)

A similar sociological perspective does not apply (or applies less) to the Italian case. Italian gothic cinema, in fact, mainly represents an artistic experience grounded in a strong literary tradition based on E.T.A. Hoffmann's and Poe's literature⁵. The presence of this tradition allowed several directors to give voice to what we may find in the innermost depths of the human unconscious. Beneath Bava's representation of the otherness, for example, it is possible to uncover themes studied by psychoanalysis decades earlier. One of these, as I point out in the present paper, is the Double (*Doppelgänger* in German language). The aim of the present article, then, is to provide specific examples of the different themes covered by Italian gothic cinema, which are articulated in the three sections into which my paper is divided: vampirism, ghosts, and childhood. These topics will be illuminated by means of a journey through Freda's, Bava's, and Fulci's movies.

Female vampires

The vampire figure was first imported to Italian cinema in Riccardo Freda's *I vampiri*, a movie directed in 1956 and set in Paris. While this film is also regarded as the first Italian gothic movie, such qualified sources as Gordiano Lupi's *Storia del cinema horror italiano* (2011) states that the very first Italian gothic movie was Eugenio Testa's *Il mostro di Frankenstein* (1920)—a silent, 39-minute film that has unfortunately been lost. But Freda's *I vampiri* is still available and has become a cult object through

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

the years. Freda introduced, in fact, several devices that later directors would imitate, including as the subjective shot of the murderer, or details of black-gloved hands (which will be very important for Bava's *Sei donne per l'assassino*, 1964, as well as Argento's *Profondo rosso*, 1975).

The main character of *I vampiri*, Duchess Margherita Du Grand, is forced to suck young women's blood in order to remain forever young. Freda, who was helped by his friend Bava throughout the twelve days of shooting, said that the model for it derived from the un-dead figures first introduced in such expressionist works as Friedrich Wilhelm Murnau's *Nosferatu* (1922) and Carl Theodor Dreyer's *Vampyr* (1932)⁶. A filmic tradition, in other words, did already exist, and Freda and Bava claimed to do nothing but re-enact it, though both directors were clearly able to re-interpret and renew this tradition through the insertion of several new elements.

The vampire figure is the point of arrival of a long literary heritage, having being able to even change sex over the decades, from a dark fascinating Byronic hero, mainly attracted by young women's necks, to a female character (as in the case of Joseph Sheridan Le Fanu's *Carmilla*), increasingly identified with the *Femme fatale* or the *Belle dame sans merci*. To re-use the words of Giovanna Franci concerning vampirism, women are not inferior to men⁷. Though it is true that the first vampire given a literary substance was a male created by Byron's secretary John William Polidori in 1816, it is still accurate to say that Lord Ruthven (this is the name of Polidori's creation) was preceded by several *Femmes fatales*. Though not yet blood-drinkers, these fatal women were emblematic of an unbridled and cruel (at least under a male-dominated perspective) femininity – think of Samuel Taylor Coleridge's *Christabel* (1797) or the demonic character of Mathilda in Matthew Gregory Lewis's *The Monk* (1796).

As opposed to Freda's interpretation, Bava's vampires move away from the norm. Bava really only gives us one interpretation of the classical vampire figure. In one episode of his three part movie, *I tre volti della paura* (1963, also known as *Black Sabbath*), Boris Karloff plays a completely traditional vampire with the habit of drinking blood, especially of those whom he loves. Karloff is seen in the segment *I Wurdulak*, which is inspired by a tale of Aleksey Konstantinovich Tolstoy and set in a Russian steppe haunted by bloodthirsty creatures. In a location reminiscent of Caspar David Friedrich's paintings, an entire family is waiting for the old patriarch's return. As soon as he comes back after a five-day absence, he shows aberrant and aggressive behaviours that the other family members recognise as typical of a vampire. By the end of the segment, all the family is contaminated and destroyed by the vampire virus.

On closer inspection, things are different in *La maschera del demonio* (also known as *Black Sunday* or *The Mask of Satan*, 1960), a loose interpretation of a Nikolaj Vasil'evič Gogol's story. Two imprudent doctors, Thomas Kruvajan and Andre Gorobec, who are travelling across Moldavia, make the witch Asa come back from the dead. Asa was executed two centuries before after the imposition of a mask with metal spikes on the inside. After breaking the glass of the grave, Thomas accidentally cuts himself and a drop of his blood falls on the corpse of the witch, arousing her from her eternal sleep. But now that she is awake, Asa needs blood in order to keep herself alive. Therefore, with the help of her lover Javutic (dead after the torture of the "Maschera del demonio" as well), she transforms Kruvajan into her slave by means of a poison kiss. Then she attempts to take possession of the body of her descendant, who is identical to her (both characters are played by Barbara Steele). In the last sequence of the movie, we see Asa in the crypt of the castle sucking the blood of her double, Katia, until Andre and the town's peasants finally come to Katia's rescue. The story ends with Asa's final, and ultimately successful, execution.

Despite all the violence implicit in this synopsis, Bava's movie actually features very little blood. Moreover, there is no typical vampire's bite (Asa's kiss is not properly a bite, but rather the suction of victims' life energy). The only sign of a characteristic vampire attack is a couple of holes made on Katia's father's neck, but even these seem to be rather an exception. In addition, vampires are not killed with the usual wooden stake in the heart, but rather by piercing them in their eyes. The almost complete absence of blood more likely implies that Bava is not interested in the prevalent interpretation of vampirism as the

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

symptom of a venereal malady (as it was, for instance, in the nineteenth century with syphilis). Rather, what Bava seems to concern himself with is the moral problem of vampirism. It is not by chance that the movie features the burying of a holy icon along with the corpse in order to complete the annihilation of a bloodthirsty creature.

Playing with tradition allows Bava to have recourse to an alternative kind of extra-terrestrial vampire that is quite rare in the history of cinema. This is the case of *Terrore nello spazio* (1965), whose title for international distribution was *Planet of the Vampires*. It is the story of two interplanetary ships on an expedition into deep space that receive a mysterious signal from a still unknown planet, Aura, which is crowded with vampires that are invisible and do not need blood, but rather another body in order to survive and reproduce. By the end of the story, we discover that both crews have been taken by storm and all the astronauts are haunted. Though their external appearances remain intact, the astronauts have changed their personalities and become aggressive and cruel. What we have observed in *La maschera del demonio*, ultimately, works here as well: the typical concept of vampirism as a noxious contamination recurs in Bava's filmography (as we can observe at the end of the movie, as the crew of one ship is going to land on Earth, thus implying that the whole of humankind is to be contaminated soon). In addition, the Italian director seems to be more concerned about vampirism as a representation of evil. Being a vampire automatically means being a bad creature and, furthermore, it does not seem to be a possible way of communication between humans and vampires. In some sense, we may say that Bava puts himself in the tradition inaugurated by the American science-fiction movies of the Fifties, such as William Cameron Menzies's *Invaders from Mars* (1953) and Don Siegel's *Invasion of the Body Snatchers* (1956), the movie that best expressed the fear for a humankind annihilation after a hypothetical nuclear world war. But, differently from these illustrious predecessors, it is difficult to see a sociological symbolism behind his movies.

It goes without saying that under a male perspective, vampirism, which already connotes an otherness, results in an increasing uncanniness if provided with a female sexuality. But Bava complicates the pattern through the insertion of a precise psychoanalytical issue: the Double, which crosses the whole of Western literature (consider, for instance, Poe's tale *William Wilson*), the early cinema (as in Stellan Rye's *The Student of Prague*, 1913), right up to the beginning of psychoanalytical theorisation (Otto Rank).

After leaving the crypt, in one of the first sequences of *La maschera del demonio*, the travellers encounter Katia, whose appearance disorients the spectator because they quite reasonably believe she is Asa. The disorientation at this point of the story confirms the thesis of Tzvetan Todorov, who sees in the *hésitation* the essence of the fantastic genre⁸. A similar ambiguity is found at the end, although now the spectator no longer hesitates, and rather the hesitation is located in the character's perspective. Andre breaks into the crypt and is about to kill Katia, mistaking her for Asa. At this point only a cross (which vampires cannot wear) on Katia's neck discloses to the doctor who is who.

According to psychoanalytical thought, synthesised by Otto Rank's study *Der Doppelgänger* (1914), the Double has features that are opposite if not specular to the subject. The Double is identical to the ego in the form and contents of personality, in the basic characters, in the background of knowledge, and in the quantity of energy to invest. Yet it is opposite in the orientation of the *libido* energy and in the instruments to be used in such investment. In other words, the ego and its Double are irreconcilable⁹. As evidence, not only are Asa and Katia complete opposites, but they are also bound in a relationship of inverse proportionality: the more the former manages to achieve her devilish goal, the more the latter becomes weak, until the extent that Katia's ability to live becomes possible only upon the complete destruction of Asa. Translated into a psychoanalytical perspective, it is necessary to remove the Double for the ego to grow and freely develop¹⁰.

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

Nordic ghosts

In *Operazione paura* (also known as *Kill Baby Kill!*, 1966), the ghost of seven-year-old Melissa, dead a few years before in an accident and surrounded by the general indifference of her fellow citizens, haunts an imaginary Northern European village, Karmingén. Due to her desire for vengeance, Melissa pushes to suicide everyone who comes into contact with her. The movie opens in a quite conventional way, that is, according to several rules of the gothic genre. In the first sequence, a crying woman escapes from a building, as though she were persecuted by a mysterious entity. The woman goes up the stairs of an abandoned mansion and then throws herself from above against the railing of a gate. Immediately after, the opening credits overlay the shadow and a close up of Melissa's feet and she descends the stairs. As a forensic expert, Doctor Paul Eswai is called to conduct an autopsy of the corpse. As a nineteenth-century character, he embodies the rationalistic mindset of Positivism, though destined to revise his previous positions after dealing with supernatural phenomena. Also, Paul's arrival to Karmingén reflects specific rules of the gothic genre as well: the coachman that brings Paul does not want to proceed, claiming to be scared by the bad reputation of the place (something very similar was in *La maschera del demonio*); Paul's coming to the local inn is accompanied by the customers' distrust, since the inhabitants are afraid that the man may know the terrible secret of the place. As expected, it does not require much convincing for Paul to understand that people at Karmingén are the victims of a curse put by old Baroness Grab, Melissa's mother. And his goal in the second part of the movie is exactly to fight against this evil spell.

On the basis of a symbolic reading, in *Operazione paura*, the otherness, embodied by the ghost figure, is the personification of the ungovernable forces coming from the unconscious. Moved by hate (to paraphrase the words of the inn's owner), Melissa only drives other people to fulfil *Thanatos* (which is the death-drive according to Freud's *Beyond the Pleasure Principle*), while their conscious puts out resistance. Bava's movie may be then approached as the account of a progressive acquaintance with a remote dimension of the human psyche, as well as the discovery of a truth hard to recognise. Consequently, repeated elements of self-moving doors and windows, which suddenly open and close without any human intervention, symbolise the difficulty in catching a troublesome truth. To paraphrase an idea of Jean-Louis Leutrat from his *La vie des fantômes*, the secret hidden behind a door is a theme well known by everyone from childhood¹¹. It recalls, in fact, several popular fables, among which that of Bluebeard is perhaps the most significant. Similarly, in the history of gothic cinema, a closed door (that is, a door that a character must not open) always hides a terrible secret. In Riccardo Freda's *L'orribile segreto del Dottor Hichcock* (1962), for example, the close framing of a door knob, which turns as soon as an invisible actor handles it from behind, represents an undeniable element of suspense.

The sudden opening of a door corresponds to the disclosure of a truth in the unconscious, while the closing precludes the discovering, and provokes frustration. Bava himself provides spectators with an interesting key to this reading as soon as Paul is the victim of hallucinations after his second visit to Villa Grab. The famous sequence of the character called by Monica, who runs through a series of identical rooms, sees and reaches himself is still a variation in the psychoanalytical theme of the Double. And it is significant that such theme is here linked exactly with a long series of doors in a consecutive series of entirely identical rooms.

At this point, not only is the focus on the Double important, but also on what is its manifestation in terms of reaction—the Uncanny (*Das Unheimliche* in German language), which is one of the key concepts of Freud, who believed it represented one of the privileged expressions of the unconscious. The Freudian concept of the Uncanny indicates something that can be uncomfortably familiar, yet comfortably weird at the same time. To quote Nicholas Royle, who provided an enlargement of its meaning, the Uncanny 'has to do with a sense of ourselves as double, split, at odds with ourselves'¹². Therefore, the Uncanny feeling suits whatever comes back after a repression (in psychoanalytical terms) and is given the consistency

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

of specific figures. These are perhaps the best definitions we could provide in order to interpret the aforementioned sequence. Paul is to catch his double, and his reaction as soon as he grasps himself is exactly a deep perturbation. The chance to reach the other that is within us has definitely vanished; in the following sequence, in fact, the doctor is enveloped in an enormous web (a recurrent element in the movie, mainly meant to denote neglect and desertion, and symbolically alluding to the tangle of the plot). Deeply connected to the web symbol is that of spiral. The spiral adumbrates the circularity of the story, from which it is very difficult to escape, as well as the repetitiveness of the spell that captivates people in the movie. The spiral is symbolised by the winding stairs that Monica walks while going down, in an ideal *descensus ad inferos* which is, again, a descent into the most obscure side of everyone's psychic apparatus. As a proof of this reading, it is noticeable that after the death of the baroness and that the spell has been broken, Paul and Monica finally find the door open and their way out of the bewitched mansion.

Uncanny childhood

Lucio Fulci ends one of his well-known movies, *Quella villa accanto al cimitero* (also known as *The House by the Cemetery*, 1981), with a sentence that he assumes to have taken from Henry James: "No one will ever know whether children are monsters or monsters are children". In actual fact in the movie, part of an ideal *Gates of Hell* trilogy, the real monster is played by Doctor Jacob Freudstein (at least what remains of his body), and children simply represent a stage of innocence. When he was still alive, Freudstein was the surgeon who conducted experiments on human flesh. With his research he went so far as to discover that flesh could be regenerated, through the assimilation of that of other humans. His scientific activities were mainly illegal, though; consequently he was disbarred. The reason of Fulci's sentence, thus, relies on the character of little Bob, who moves with his parents to a new house near Boston. The house is located near a cemetery, which is what justifies the unusual title of Fulci's movie. It is in the new location that Bob's supernatural powers are confirmed, allowing him to receive Freudstein's little daughter's telepathic advice, and warning him not to move to the new house. With his blond page-boy haircut, the air of innocence, as well as his extra-sensorial power gift, Bob considerably reminds us little Danny from Kubrick's *The Shining* (1980), a movie that was released just one year before Fulci's. But Bob is only one of a long line of children in possession of extra-human abilities and more likely able to get in touch with ghosts and other supernatural creatures. One of the most famous is undoubtedly little Cole in M. Night Shyamalan's *The Sixth Sense* (1999).



The Sixth Sense (1999)

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Like his predecessors, Fulci's young character shows that childhood may well be a world apart, made up with rules of its own, if not a form of otherness provided with terrifying facets. Children are unknown beings: they are a virtual repository of terrible truths, and able of appalling behaviours too. In the above mentioned Bava's episode *I Wurdulak*, the vampirisation of an entire family involves the child as well, who is kidnapped and infected by his grandfather. As soon as the child comes back home, his mother refuses to see him as a monster in spite of her husband's advice. But in actual fact, the scene in which the woman lets her son come in is the equivalent of an opening of the door to evil.

In *Reazione a catena (Ecologia del delitto)* (also known as *The Bay of Blood*, 1971) children are not central figures, yet their appearance at the end of the movie provides further evidence to the present argument. The plot follows the action of several characters willing to take possession of a mansion and a bay in which it is located. At the end of the movie, two of the characters congratulate each other on the success of their plot, but they are shot down by their respectively four-year and five-year-old sons. After the killing, the children look at each other with satisfaction and exclaim how good their parents are at playing dead.

Little Marco from Bava's *Shock (Transfert Suspense Hypnos, 1977)* shows strange and unsettling behaviours, and reminds us a bit of Regan, the possessed girl from William Friedkin's *The Exorcist* (1973). After having been told that his father has died in a sea accident several months earlier, Marco moves to his mother, Dora's, former house with the woman and her second husband, Bruno. Marco's uncanny behaviours mainly consist in the physical attraction that the child seems to feel for his mother, who, on the other hand, begins to be disturbed by several hallucinations. One night that Dora and Bruno are in bed, a porcelain hand moves by itself on a shelf, and Marco raises himself to a sitting position on the bed, calling the other two 'Porci'. The day after, Marco plays in the garden with his mother. After a long run, they both throw themselves on the grass, and Marco lies on his mother's body, as though he wanted to reproduce Bruno's position the night before. And that night the child insists on sleeping with his mother. While she is sleeping, he wakes up and touches her face, although his hand appears to be decomposed, as if he were dead. Finally, during a party, Marco vengefully gazes at his mother from a distance; then he suddenly approaches and declares that he needs to kill her. Exactly when Dora starts believing that her hallucinations have a psycho-pathological source, Marco peeps at her while she is in the bathroom, steals her underwear, and even worries her by faking to be sick.

At this point, leaving behind the possibility that Marco may give expression to a violent Oedipus complex, the spectator is more and more convinced that the child is the vehicle of his dead father's revenge. The doubt that everything is the product of Dora's hallucinations, since the woman has been addicted to drugs for years, is almost immediately extinguished. The episode of the self-moving porcelain hand, in fact, is based on an external focalisation: it is seen by the spectator, but yet remains unknown to Dora and Bruno. Espousing again Todorov's point of view, we may say that we are now in the area of the *merveilleux*: after the initial hesitation, the story turns to a supernatural one, based on rules of its own.

In Bava's *Shock*, it is necessary for the spectator to wait until the end of the movie in order to discover the truth. The solution is linear: Dora has killed her previous husband and the memory of this killing finally emerges from her unconscious. After all, the fact that Marco had already been in touch with his father is confirmed by the end of the movie, characterised by a macabre irony: while Dora, obsessed with her sense of guilt, punishes herself in the cellar by slitting her own throat, Marco serves tea to an invisible guest outside in the garden, asking what game they would play next. Then a seat in front of him moves, and Marco goes and gives an invisible person a push on a swing.

For Bava's *Shock*, such predecessors have been recalled as Henry James's *The Turn of the Screw*. Also, Alberto Pezzotta has noticed that some of the most surrealist ideas (e.g. the laughing keyboard of the piano) presage some sequences of Sam Raimi's visionary *Evil Dead 2* (1987)¹³. A part from this, Bava's movie features one of the most successful representations of the uncanny childhood. Even here, the

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

children's idyllic world that we claim to fully know is but the façade of an unsettling dimension—exactly how childhood was described by psychoanalysis. A child is able to suddenly turn into an unknown being in front of his/her mother's eyes. Just as an aside, Dario Argento, who started his career by directing gory movies dealing with psychopaths, has taken this as one of the main *tòpoi* of his poetics. Children in his movies are never ingenuous. For example, the one featured by a flashback that opens *Profondo rosso* (1975) is subjected to a trauma when he watches his mother brutally killing his father.

Closing observations

In conclusion, by looking at gothic literature and at psychoanalysis, Bava and other directors have given expression on the screen to the innermost side of every human psyche. To them, otherness is but the result of a courageous attempt to represent through symbols and metaphors what is un-representable by nature. As stated by psychoanalyst and Freud's Italian translator Cesare Musatti, an asexual movie is a movie that is not likely to be of interest, neither to the public attending the *sale parrocchiali*, given that such public is made of real live people as well¹⁴. By re-stating this concept, we may say that a movie that does not strive to represent the other that is within us not only does not arouse a great interest, but neither fulfil the unconscious needs of the spectator. It is for this reason, then, that horror movies, which engage with humankind's primal emotions, have been so compelling and successful over the years. And it is for this reason, too, that Freda, Bava, and Fulci drew inspiration from the nineteenth-century gothic narrative, which first articulated issues later discovered by psychoanalysis.

Gabriele Scalessa

Endnotes

1. a recent example is rick worland, *the horror film: an introduction*, malden-oxford, blackwell, 2007.
2. it is renowned that the word "gothic" was originally applied in literary studies to a specific body of narrative released in england starting from horace walpole's *the castle of otranto* (1764). such literature was distinguished by such recognisable constituents as a preferably medieval setting, haunted castles, labyrinths, byronic characters, persecuted heroines, and mysterious apparitions. for the enlargement of the word "gothic" cf. fred botting, *gothic*, london-new york, routledge, 1996, pp. 1-20.
3. cf. robin wood, *hollywood from vietnam to reagan... and beyond*, new york, columbia university press, 2003, pp. 63-84.
4. the example is taken from rick worland, *op. cit.*, p. 21.
5. this interest in european gothic literature led bava to direct a cinematic version of prosper merimée's tale *la vénus d'ille*.
6. cf. gabriele acerbo, roberto pisoni (eds.), *kill baby kill! il cinema di mario bava*, rome, un mondo a parte, 2007, p. 43.
7. cf. giovanna franci, "la spirale del sangue: storie di vampiri", in emy beseghi, antonio faeti (eds.), *la scala a chiocciola. paura, horror, finzioni. dal romanzo gotico a dylan dog*, florence, la nuova italia, 1993, p. 119.
8. first appeared in the seventies and translated into several languages, todorov's work does not need any presentation, and it is still considered a milestone within the rich criticism on fantastic literature; cf. tzvetan todorov, *introduction à la littérature fantastique*, paris, editions du seuil, 1970.
9. cf. marina valcarengi, "il doppio e l'ombra", in ead. *et al.*, *il doppio. psicanalisi del compagno segreto*, como, red, 1990, pp. 13 following. on this topic, see also enzo funari, *la chimera e il buon compagno: storie e rappresentazioni del doppio*, milan, cortina, 1998; marco alessandrini, *vedere il sosia: le emozioni*

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

come doppio impensabile, rome, magi, 2003.

10. several examples of the double may be found in the classic otto rank, *the double: a psychoanalytic study*, chapel hill, university of north carolina press, 1971.

11. for this study, cf. jean-louis leutrat, *vita dei fantasmi. il fantastico al cinema*, recco-genoa, le mani, 2008.

12. nicholas royle, *the uncanny*, manchester, manchester university press, 2003, p. 6.

13. cf. alberto pezzotta, *mario bava*, milan, il castoro, 1995, one of the first and most complete monographs on the director.

14. cf. piero gadda conti (ed.), *cinema e sesso*, florence, sansoni, 1962, p. 33.

CRITICA **The Cinematic Unconscious and the Gaze in Dario Argento's**
CINEFILIA ***Profondo rosso* (1975)**
E FESTIVAL
STUDIES

This article proposes an analysis of the cinematic unconscious in Dario Argento's *Profondo rosso*, a film about the investigation of an unexplained series of murders performed by a violent killer who attempts to keep a dark secret buried: the murder of a father by a mother witnessed by their son. Although this event is clearly a traumatic episode in the life of one of the characters in the film, it is "encapsulated" in the structure of the filmic narrative, and it gradually emerges through specific cinematographic strategies which build and construct the plot until the final revelation about its causes and effects. This dramatic episode is kept secret and hidden by the mother and her child, and it acts as a catalyst on the narrative development of the film where a series of murders are performed to prevent the secret to be undisclosed. In the context of this article, by "cinematic unconscious" it is meant the filmic narrative "truth", the viricide and its consequences, about the story in *Profondo Rosso*, overshadowed by the plot, which is reconstructed and unravelled through deciphering a series of narrative incidents and significant elements in the cinematographic text. These filmic elements represent and manifest the repressed which is "hidden" by the intriguing narrative of the film that unfolds, and which offer the opportunity to question the ultimate meaning of cinematic representation. Drawing on theories elaborated by Sigmund Freud and, later, by Jacques Lacan, this analysis takes a psychoanalytic approach and focuses on the examination of specific key sequences in the film in order to explore where and how the Lacanian Gaze, or a point in the field of vision from which we can grasp the unconscious, emerges¹.



Profondo rosso (1975)

Argento is a director who is particularly fascinated with the unconscious and is strongly indebted to psychoanalysis and its symbolism². His filmography abounds with themes such as the presence of a castrating maternal mother, the double³, the association of the monster to the repressed, which have been studied in traditional psychoanalytic approaches to horror films⁴. This article, however, does not intend to identify the self-evident representation of specific psychoanalytic themes which recur in the relationships between characters, their psychological traits, or their behaviour within the economy of the film. Rather, by establishing a relationship of "transference" between the film and the critic, which describes the connection between the analyst and the patient in the psychoanalytic treatment, the article aims at exploring and identifying the unconscious of the film and its manifestations, and at questioning

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

the cinematic mechanism and how it re-creates certain psychoanalytic phenomena which are “hidden” in the aesthetics of the film, in the formal and expressive aspects of the film. Although psychoanalytic approach to texts is usually criticised for being “hermetic and self-confirming”⁵, this discussion contributes to the understanding of how psychoanalysis helps us questioning film textual processes by opening up new interpretative avenues for the study of a specific work or a genre.

The unconscious

In psychoanalysis, as known, the notion of the unconscious gained a particular prominence in the writings of Sigmund Freud (where it is known as *das Unbewusste*). Freud refers to the unconscious as one of the psychological systems, and it is separated from the conscious and the preconscious mind. The conscious mind consists of those mental processes the subject is aware of, such as feelings, memories, or thoughts which occur in the mind and which are recognized by the subject in a rational way. The preconscious mind is closely connected to the conscious mind since it includes those thoughts, memories or feelings which are not conscious but they can be retrieved at any time by the conscious mind and enter the conscious awareness of the subject. The psychological system of the unconscious, instead, includes those mental phenomena which can be caused by something repressed by the subject, but they can still be retrieved from the unconscious. Unlike the preconscious, the unconscious includes unpleasant and unacceptable thoughts which have been rejected by the subject; these thoughts can manifest in various (mainly distorted) forms, and accessed by the conscious mind at a later stage in the form of a trauma⁶. This brief illustration of the notion of the unconscious as theorised by Freud, helps us introducing Lacan’s approach to the unconscious which represents the theoretical backbone of our analysis.

Lacan’s theory of the unconscious follows the Freudian model in a post-structuralist perspective; for Lacan, “the unconscious is structured like a language”⁷, and that

[we] only grasp [it] finally when it is explicated, in that part of it which is articulated by passing into words. It is for this reason that we have the right – all the more so as the development of Freud’s discovery will demonstrate – to recognize that the unconscious itself has in the end no other structure than the structure of a language⁸.

In this psychoanalytic frame, the unconscious is considered as the necessary “key” to understand and discover the very nature of one’s mind and experiences. Since it is structured like a language, it needs to be deciphered after passing into meaningful, symbolic elements of the language which appear, according to Lacan, in the scopical field in the form of the Gaze, or an elusive spot in the line of vision where the seer can extract him/herself⁹. Moreover, Lacan sees the unconscious as a temporal pulsating mechanism which opens and closes, which reveals and conceals the truth alternately¹⁰. We should imagine the unconscious as a mechanism which performs a regular movement of expansions and contractions where the keys or clues to understand the subject’s unconscious are revealed and yet subsequently kept out of sight.

In the context of *Profondo Rosso*, the unconscious of the film includes those phenomena which emerge throughout the filmic narrative, and provide the necessary clues to solve the investigation of the series of murders performed by a mysterious killer. These narrative events occur in a distorted manner where editing, cinematography, and *mise en scène* play a crucial role in creating this effect. The revelation of the truth about the original murder and the identity of the perpetrator is built upon pieces of evidence which analectically and alternately anticipate the final and dramatic epiphany of the film where the repressed comes to light. As with the psychoanalytic treatment, which aims to explore events in the life of the subject from which the unconscious traumas emerge, our aim is to focus on the film as the subject

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

of the analysis and to establish a relationship of transference which allows us to discover how these events have shaped and contributed to the film narrative development.

The Process of Transference and the Unravelling of the Unconscious

The method of analysis employed in this article is strongly indebted to psychoanalytic approaches to the analysis of films in the context of Italian studies. Fabio Vighi, who one of the major scholars of Lacanian psychoanalysis applied to cinema, has explored new and original avenues to study Italian cinema in a psychoanalytical (mainly Lacanian) perspective, and interrogated the cinematic unconscious and its representation in the film¹¹. According to Vighi, the Lacanian approach is useful “to assess if, how and to what extent a given film allows us to locate and describe the dialectical relationship between its narrative structure and what ‘ex-sists’ therein”¹². For Vighi, traditional psychoanalytic approaches to Italian cinema have focused on directors such as Pasolini, Fellini, Bertolucci, Antonioni, Bellocchio who are strongly influenced by psychoanalytic culture; however, this Lacanian approach to films allows us to discover and analyse the filmic text regardless of its director’s interest in specific psychoanalytic issues¹³.

Following this methodological trajectory, it is possible to examine how specific psychoanalytic theories take shape within the filmic mechanism, and not exclusively in the ways in which they originate from the director’s inclination to psychoanalytic themes, or in the ways psychoanalytic features characterise the psychological traits of each character and their relationships. In order to understand how to access the cinematic unconscious, we need to imagine, as Vighi has suggestively observed, the process of transference. Transference is at the core of the psychoanalytic method, and it aims at discovering the repressed and hidden realities of the unconscious¹⁴.

In the process of transference there is an analyst (the psychoanalyst) and there is an analysand (the patient). What Vighi suggests is to apply this structure to the analysis of films where one substitutes the analyst with the critic/us, whilst substituting the analysand with the filmic text and its narrative. The result of this juxtaposition is that the film/analysand “expects” the critic/analyst (or “the subject supposed to know”¹⁵) to unravel the film’s/analysand’s unconscious. Following this association, the focus of the psychoanalytic analysis is the filmic text and not its creator.

This analysis of *Profondo rosso* engages with the cinematographic text in that same dialectical relationship which develops in the psychoanalytic treatment between the analyst and the patient. Transference, according to Lacan, is based on the symbolic aspects of language which are determined by the subject and ordered by repetition¹⁶. The filmic text becomes the locus in which one can interpret certain systematic manifestations which help identifying the ultimate meaning of the filmic representation. In the position of the analyst, the critic excavates the inner truths unravelled by a close analysis of the filmic language, and examines how these engage with a discourse of repetition from which one can extract the analysand unconscious, and the trauma that is temporarily undisclosed.

The analysis of *Profondo rosso* cinematic unconscious focuses on a traumatic event narrated in the film. This trauma, introduced by a sequence as the incipit to the film where we see a child playing nursery rhymes before hearing a terrifying scream followed by the fall of a bleeding cooking knife at his feet, is a murder witnessed by this child and performed by a mother against the father. This event is the pivot around which the plot revolves as well as the key to understand the narrative construction of Argento’s film. Furthermore, this “key” narrative nucleus is discovered only at the end of the film, but it is introduced and anticipated by a series of analeptic narrative elements and images which retrospectively help unravelling the plot.

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

The Hidden Trauma

As known, in narratology, story and plot address two trajectories of narration: the sequence of the events in a chronological order (story), and the events of the story reordered in a different sequence to cause the effect of a process of revelation (plot)¹⁷. The story then is a sequence of events as these happen in the non-diegetic time of the film; whereas the plot, or discourse, refers to the ways in which the events are rearranged in order to give a certain effect to the narration (the diegetic time of the film). In the context of *Profondo rosso*, the traumatic event is located on the level of the story of the film, and in the past of one of the characters.

The first scene of the film is very significant as it represents the original murder in a distorted and unclear manner. In this sequence the camera, positioned at the floor level, frames what looks like a dining room decorated with Christmas ornaments. In the background we can see a Christmas tree and two fighting shadows cast on a wall whilst a nursery rhyme is playing; suddenly, an enormous bleeding knife falls in the foreground, and a child steps in the frame. The childish music and the uncanny scene fade into the rock music theme of *Profondo rosso*, composed by Goblin, and into the rest of the opening credits. This event produces a series of violent murders which occur in the “present tense” of the film, and which are investigated and then solved in the final epiphany of the film. In this context, the cinematic unconscious is retrieved in this final narrative revelation, and the elements of the cinematography represent clues and symptoms which need to be deciphered in order to locate and recognize the filmic narrative unconscious of *Profondo rosso*. Following Vighi, these “clues” can be considered as images “that retroactively [erase] the narrative framework within which we attempt to decipher the meaning of the film”¹⁸. These pieces of evidence occur repeatedly and provide a guide to unravel the meaning of the film.



Profondo rosso (1975)

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

Profondo rosso's plot narrating a series of murders performed by an enigmatic killer is very convoluted. Whilst having a late night conversation with his colleague and friend Carlo (Gabriele Lavia), an English jazz pianist based in Rome, Mark Daly (David Hemmings), witnesses the brutal murder of his neighbour, Helga Hulman (Macha Meril) a famous psychic who that same night was a speaker at a conference on parapsychology. During the conference, the clairvoyant Helga feels an uncanny presence in the theatre. At the end of the convention, Helga confesses to her partner and colleague, Professor Giordani (Gluco Mauri), that she knows the identity of a "twisted mind", a killer, she recognized in the audience. This scene is framed with a point of view shot of a mysterious presence in the theatre and later, in her apartment, Helga is brutally killed. Mark arrives on the crime scene, finds Helga already dead, and catches a glimpse of the killer waking away from the apartment block. As he is the only witness, Mark is interrogated by both the police and the reporter Gianna Brizzi (Daria Nicolodi); Mark's identity is revealed by the press, and this makes him vulnerable to the killer who will unsuccessfully attempt to kill him throughout the film.

On the crime scene, Mark remembers having seen a painting representing something significant for the investigation whilst walking the hallway which led to the room where Helga's body was found. Mark is unable to explain or remember what he exactly saw as it appeared not to be there when he returned to the apartment with the police. This mysterious element caught by a glimpse represents a clue which moves Mark to investigate the murder with Gianna's help, and to find pieces of a puzzle which, in the end, will explain not only Helga's murder, but also all the murders that followed it and which were linked by the fact that all the victims knew who the killer was.

Mark begins his investigation and, followed step-by-step by the omnipresent eye of the killer, finds the nursery rhyme and a book written by Amanda Righetti (Giuliana Calandra) about legends and folkloristic tales where the dramatic story of a child singing nursery rhymes whilst witnessing a violent murder is narrated. Amanda, who knows the truth about the primal murder because she wrote about it in her book, is also brutally killed as well as Professor Giordani who, after visiting the crime scene of the deceased Amanda, finds out she revealed the identity of the killer by writing it, before she died, on the mirror of the bathroom where her body was found. With these circumstantial evidences, Mark begins his research and finds the house where the murder was committed. In the end, Mark discovers that the killer is Marta (Clara Calamai), Carlo's mother, who stabbed to death her husband in front of their son many years before because her husband wanted to send her to an asylum. This incident represents the narrative event which moves the narrative until the revelation of the murderer's identity, and motivates the plot of the film.

During the parapsychological convention, Helga recognizes Clara who, suspicious that her "primal murder" would be discovered, kills all the possible witnesses who would recognize her. The murder of Marta's husband witnessed by the child Carlo, is the key to understand the series of murders and to discover the killer's identity, and it is "hidden" in an enormous villa where Carlo and his family used to live, and where Marta buried her husband's body after the murder. This revelation occurs towards the end of the film when Mark finds a drawing by a young Carlo representing the original crime scene (a woman killing a man with a knife, a young child witnessing the scene, and a Christmas tree in the background). Initially, Carlo appears to be responsible for the series of murders; but then Mark remembers that Carlo was with him when Helga was killed (the second victim in the diegetic time of the film); at this stage, Mark goes back to Helga's apartment to look for the painting which might reveal the identity of the real killer and whilst in the apartment, he realises that what he saw the night Helga was killed, was a mirror with Marta's face reflected in it: Mark had already seen the face of the killer in a deformed and camouflaged way. In that very moment, Marta, who has followed him, attempts to kill Mark; they have a fight on the landing and her pendant gets stuck in the elevator's shaft, and she is decapitated. It is this specific narrative device, the disguised reflection of the killer which occurs at the beginning of the film, which holds the narrative until it unravels, gradually towards the end.



Profondo rosso (1975)

Indeed, *Profondo rosso* abounds with clues which contribute to decipher the meaning of the film. For example, during the investigation, Mark discovers a drawing representing the primal murder of Carlo's father beneath a layer of plaster in the villa where he lived with his family and where his father was killed and buried. A similar stylized representation of the original murder is found in the drawing archive of the school where Carlo used to go when he was a child; this drawing is discovered by Mark after he finds the room where the viricide was committed.

These narrative elements, which contribute to build the filmic suspense around the revelation of the killer's identity by identifying Carlo with the perpetrator, can be interpreted as those moments when the pulsating unconscious opens and reveals clues which motivate the plot. However, these pieces of evidence provide a partial representation of the traumatic truth about the filmic revelation when at the end Mark discovers that the original killer is Carlo's mother as he recognizes Marta's face in the mirror. The killer's face represents the repressed. The impression, Marta's face reflected in the mirror, demands recognition. It becomes the centre of the film. This clue returns every now and then in the film as the formula the 'return of the repressed' as an example of the Gaze, a notion elaborated by Lacan in *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. The Gaze is not an active gaze of a subject, but it is an imperceptible point in the field of vision which returns our look and which shows our unconscious (and in this case the filmic unconscious). In the film, the gaze makes itself "conspicuous" within the symbolic, visible, text of the film, and it returns again and again in the filmic representation.

The Gaze or the Killer's Face Reflected in the Mirror

What is the gaze? By definition, a gaze is a fixed intent look. However, in Lacanian psychoanalysis, the notion of the Gaze does not have any relationship with the organ of vision; rather Lacan theorizes that the eye and the Gaze are two distinct elements: the first is concerned with the actual seeing, the latter is the look on the side of the object. For Lacan, the split, the difference between the eye and the Gaze is the subjective division itself which occurs in the scopic field, a division between conscious and unconscious, or the ego and the subject of the unconscious. Put in these terms, then, the Gaze allows one to grasp the unconscious in the scopic field, and it has to be understood as a new way of thinking vision in an ontological perspective where, according to Lacan, we can extract our unconscious¹⁹.

Lacan introduces the notion of the Gaze in *The Seminar of Jacques Lacan, Book I* (they are 27 in total

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

from 1953 to 1980), which includes lectures delivered in the years 1953-54. In this first Seminar, Lacan comments on the phenomenological analysis of the gaze carried out by Jean Paul Sartre in his work *L'Être et le néant: Essai d'ontologie phénoménologique* (1943). For Sartre, the gaze is the look related to the organ of vision and it allows the subject to identify the Other as subject, in an intersubjective dimension, where the subject is aware of his/her subjectivity through being seen by another subject²⁰. Although initially Lacan seemed to agree with Sartre, only in the 1960s, and precisely in his Seminar XI, *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis* he developed a distinct and unique notion of the Gaze along with the concept of *objet petit a* as an object cause of desire, which is the Gaze in the visible field.

In presenting the theory of the split between the look and the Gaze, Lacan emphasizes the fact that the scopic experience is regulated by something that pre-exists the actual subject's active look, and this something is the Gaze positioned on the side of the object, which looks at the subject and where the subject can grasp its essence. But Lacan clarifies that it is not between the visible and the invisible that our apprehension of the gaze should be grasped, not in the limits of the visible but in the ways the visible presents itself as an uncanny presence in the visible field, as a trap for the eye, or in a more clinical perspective as Lacan says, as a "lack that constitutes castration anxiety". As Lacan continues

in our relation to things, in so far as this relation is constituted by the way of vision, and ordered in the figures of representation, something slips, passes, is transmitted, from stage to stage, and it is always to some degree eluded in it – that is what we call the gaze²¹.

The way in which the Gaze presents to us is, according to Lacan, through the phenomenon of mimicry, camouflage, which have the function of giving specific impressions, e.g. that of a stain. For instance, Lacan refers to the *ocelli*, or the fake eyes of a spider, which aim at hypnotizing and impressing the enemy or a prospective victim. In a similar way, the Gaze appears in a camouflaged, mimetic way and traps our look. The gaze is something that looks us back and enhances the apprehension of our unconscious. But as Lacan specifies, this Gaze does not have anything to do with exhibitionism or scopophilia. This Gaze is not active and provocative, but it is elided in the field of vision, it looks back but it also shows, it is camouflaged.

The theme of the Gaze is central to *Profondo rosso*; the camera is mostly anchored to the killer's eye, and when it is not, the eerie and distorted shots draw the spectator's gaze to significant elements which are camouflaged, build the narrative, and offer possible clues to the solution of the enigma, of the repressed cinematic truth. But what is interesting for us is that our look (which in this case is aligned with the protagonist's look, Mark's look) participates to the scene of the crime in the same way as it is deliberately misdirected to other elements which make the unravelling of the mystery more intriguing. This disclosure depends on a meaningful element of the filmic texture which holds the narrative until the very final revelation, and which represent the ultimate meaning of the film and how it is encapsulated by the filmic form.

When the protagonist enters the first victim's apartment, the camera pans toward the end of the corridor where Helga's body is, and bypasses one of the key elements of the film: the face of the killer reflected in one of the mirrors; the camera, in sum, draws our look away from something which is very significant, and it appears, like the Gaze, as a spot in the line of vision, it appears as a distorted image, just an impression. The killer's face which is reflected in the mirror, but which is apparently unseen by the protagonist (and by us), is an image through which we need to decipher the whole meaning of the film and through which it is possible both to unravel the plot and understand the story of *Profondo rosso*.

If we read this sequence in the light of the Lacanian gaze we cannot fail to note that what we see in the mirror, what seems to be an innocuous painting, is actually a meaningful element which represents and

CRITICA CINEFILIA E FESTIVAL STUDIES

manifests a significant detail for the unfolding of the plot. If we consider this sequence, it is possible to note how the split between the look and the Gaze emerges; the camera, anchored to the protagonist, is the look which sees consciously an element on the wall which is not recognized as meaningful at once. On the other side is the Gaze, the look on the side of the object, a blurred element in the scopic field which is latent and yet significant for the understanding of the story, the spot in the line of vision where the killer (and its meaning within the narrative economy of the plot) looks us back.

We can note the subjective division which Lacan has theorised as at the base of the difference between the look and the Gaze, the conscious and the unconscious; Mark is consciously looking at something he does not recognize, and only at a later stage when, after interrogating himself about the nature of that impression (the painting), the narrative unconscious emerges, and he is able to understand the enigma and discover and recognize the “already seen” face of the killer hidden in the mirror-painting. We said that the Gaze allows to grasp the unconscious in the scopic field; in the same way Mark unravels the plot he has been caught in, and discovers the truth about the mysterious murderers.

Like the Gaze, the face reflected in the mirror pre-exists Mark’s active look, and it is presented like an uncanny presence in the visible field, it represents a trap for the eye which leads us to question the real meaning of the film, its logic, a question raised by an apparent lack of meaning which drives and triggers our castration anxiety. Echoing Lacan, the camouflaged face of the killer, is that element in the representation where something slips, passes, is transmitted, it is the Gaze. The Gaze, as already observed, is presented like an uncanny presence through camouflage and mimicry, and it is presented as an impression, an image which is blurred, confusing, uncannily represented. As Fabio Vighi observes, drawing on Lacan and Slavoj Žižek, “the unconscious of film can only come about as a traumatic encounter with the disavowed core of cinematic representation”²². Until we discover the truth about the murderer through Mark’s investigation, we will spend (together with Mark) the filmic time trying to remember the details he/we missed in the corridor, the disavowed impression which will, at the end, unfold the narrative. The impression represents a traumatic encounter with the truth about the series of murders and their origins.

Conclusions

The analysis of *Profondo rosso* in a psychoanalytic perspective contributes to the understanding of the real story Mark investigates, and which help us to explore the complexity of the narrative. This narrative method is not new to Argento who in *L’uccello dalle piume di cristallo* (1970), *Suspiria* (1977), *Trauma* (1993) also deploys a similar plot where the protagonist witnesses a crime, and notices a detail which in the end will lead to the resolution of the investigation. In general it could be said that, Argento’s films do not exclusively show graphic details, but they are finely constructed from a narrative point of view. The use of psychoanalysis in the analysis of this filmic narratives contributes to the critical appraisal of the filmic product in its expressive and communicative potential; the film is a work which displays unconscious fears in the form of contextual representation and, furthermore, it represents psychoanalytic themes and features within its inner structure and organization of – to use a Lacanian terminology – its language.

Mariarita Martino Grisà

CRITICA
CINEFILIA
E FESTIVAL
STUDIES

Endnotes

1. Jacques Lacan, "The Split between the Eye and the Gaze", in *The Seminar. Book XI. The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis 1964*, ed. by Jacques-Alain Miller and trans. by Alan Sheridan, New York, Norton, 1998, pp. 67-78.
2. For a general introduction to Argento's cinema see James Gracey, *Dario Argento*, Harpenden, Kamera Books, 2010; Maitland McDonagh, *Broken Mirrors/Broken Minds: The Dark Dreams of Dario Argento*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2010; Luca M. Palmerini, Gaetano Mistretta (eds.), *Spaghetti Nightmares: Italian Fantasy Horrors as Seen through the Eyes of their Protagonists*, Key West, Fantasma Books, 1996.
3. An analysis of the *doppelgänger*, or the notion of the 'double' introduced in psychoanalysis by Otto Rank in 1914, in *Profondo rosso* is also carried out by Maitland McDonagh; for further reference, see "Le cinque giornate and Deep Red", in Maitland McDonagh, *op. cit.*, p. 97-103.
4. Steven Jay Schneider (ed.), "Introduction", in *Horror Film and Psychoanalysis. Freud's Worst Nightmare*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004, pp. 2-14.
5. Steven Jay Schneider, *op. cit.*, p. 2.
6. For further details, see Sigmund Freud, "The Unconscious" (1915), in *Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*, ed. by James Strachey, vol. XIV, London, Hogarth, 1957, pp. 159-216.
7. Jacques Lacan, *The Seminar. Book III. The Psychoses, 1955-56*, ed. and trans. by Russell Grigg, London, Routledge, 1993, p. 167.
8. Jacques Lacan, *The Seminar. Book VII. The Ethics of Psychoanalysis, 1959-60*, ed. by Jacques-Alain Miller and trans. by Dennis Porter, London, Routledge, 2008, p. 38.
9. Jacques Lacan, "Anamorphosis", in *The Seminar. Book XI, op. cit.*, p. 82.
10. Jacques Lacan, "Of the Network of Signifiers", in *The Seminar. Book XI, op. cit.*, p. 43.
11. Fabio Vighi, *Traumatic Encounters in Italian Films. Locating the Cinematic Unconscious*, Bristol, Intellect, 2006.
12. Fabio Vighi, *Traumatic Encounters, op. cit.*, p. 18.
13. Fabio Vighi, "Nonsense that Matters: Some Observations on Psychoanalysis and Italian Cinema", *The Italianist*, 30 (2010), p. 278.
14. Fabio Vighi, *Traumatic Encounters, op. cit.*, p. 10.
15. Jacques Lacan, "From Interpretation to Transference", in *The Seminar. Book XI, op. cit.*, p. 253.
16. Jacques Lacan, "Some Questions for the Teacher", *The Seminar. Book II. The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis, 1954-55*, ed. by Jacques-Alain Miller and trans. by Sylvana Tomaselli, New York, Norton, 1988, p. 210.
17. Seymour Chatman, "Premessa", in *Storia e discorso: La struttura narrative nel romanzo e nel film*, trans. by Elisabetta Graziosi, Milan, Il Saggiatore, 2003 (1978), pp. 5-9.
18. Fabio Vighi, *Traumatic Encounters, op. cit.*, p. 7.
19. Jacques Lacan, "The Split between the Eye and the Gaze", *op. cit.*, pp. 67-78.
20. Jean-Paul Sartre, *Being and Nothingness: An Essay on Phenomenological Ontology*, trans. by Hazel E. Barnes, London, Meuthen, 1958, p. 256.
21. Jacques Lacan, 'The Split between the Eye and the Gaze', *op. cit.*, p. 73.
22. Fabio Vighi, *Traumatic Encounters, op. cit.*, p. 8.