

come

la Nouvelle Vague ha inventato il DVD: cinefilia, *new wave* e cultura del film 2.0

Ci sono novità nell'aria: a giudicare da innumerevoli scritti, sia giornalistici sia accademici, sembra esserci un ampio consenso sul fatto che le trasformazioni (tecnologiche, economiche, sociali, culturali) di cui oggi siamo testimoni nell'ambito della cultura mediale intesa nel senso più ampio siano di natura epocale, anche se la loro portata esatta e la direzione in cui si muovono restano ancora da definire. E di fatto, se lette come sintomi, le innumerevoli proposte di coniare un termine o un'espressione per indicare questo mutamento – l'“età dell'informazione” di Castells, la “rimediazione” di Bolter e Grusin, il “linguaggio dei nuovi media” di Manovich, l'“effetto cinema” di Cubitt, la “saggezza della folla” di Surowiecki, la “cultura convergente” di Jenkins, le “ipotesi della coda lunga” di Anderson, il *produsage* di Brun per citarne solo alcune¹ – sono tentativi

di affrontare la velocità e la diffusione di quel cambiamento che molti o denunciano oppure salutano come segno del nostro tempo. In questo saggio non voglio portare argomenti a favore o contro l'utilità di una qualsiasi di queste espressioni, né proporre una nuova o unirmi al coro di quelli che vi si scagliano contro; suggerisco invece di guardare ancora una volta alla storia per individuare entro l'orizzonte più ampio della cultura mediale del ventesimo secolo alcune delle pratiche che ruotano intorno al DVD.

Molti dibattiti sulle trasformazioni in atto si focalizzano o sulla novità dell'ultima tecnologia o sulle sinergie della grande industria: entrambe le prospettive, tecnologica ed economica, sono perfettamente valide, ma ciò nonostante limitano la portata dell'analisi in modo problematico. Mentre spesso si parla di assoluta novità e innovazione a proposito della configurazione digitale del sistema audiovisivo che va emergendo e che si potrebbe definire «cultura del film 2.0», mi piacerebbe spostare un poco il centro dell'attenzione e provare invece a ragionare del nuovo facendo riferimento al vecchio². Questo saggio propone in questa ottica la tesi secondo cui la Nouvelle Vague «ha inventato» il DVD; ovviamente ciò non può essere vero in senso letterale, ma se intendiamo il DVD come una costruzione discorsiva che si articola in una specifica configurazione, allora questo formato emula alcuni di quei caratteri fondamentali della cinefilia degli anni Sessanta emersi nel contesto della Nouvelle Vague. È importante sottolineare che per Nouvelle Vague intendo un ampio movimento discorsivo che racchiude tutti i segmenti dell'istituzione cinematografica e non solo cinque autori – Truffaut, Godard, Chabrol, Rohmer e Rivette – con i loro film. Si procederà dunque a descrivere nel dettaglio le trasformazioni della cultura cinematografica e, alla luce dei temi così elaborati, si discuterà conseguentemente di un certo numero di caratteristiche salienti del DVD.

Dalla cultura del film 1.0 a quella 2.0

La Nouvelle Vague è uno dei movimenti classici della storia del cinema. Nessun libro di testo di storia del cinema può fare a meno di questo movimento fondativo, la cui trattazione abitualmente si incentra alternativamente sull'innovazione nella produzione dei film (macchine da presa più leggere e riprese in esterni), sui virtuosismi stilistici (*Jump cuts* e fermo immagine), sugli espedienti narrativi (autoreferenzialità e leggerezza) o sullo sviluppo sociale e culturale che documentano (movimenti di protesta e Maggio del Sessantotto). Per quanto queste prospettive siano perfettamente legittime, tuttavia mancano di dire qualcosa di estremamente importante sulla Nouvelle Vague, ovvero che i film furono solo uno degli elementi di un fenomeno di portata molto maggiore. Proprio come le altre *new waves* del cinema europeo che seguirono l'esempio francese (e come i loro precursori delle avanguardie storiche nel periodo tra le due guerre)³, la Nouvelle Vague fu caratterizzata da un tentativo di trasformare l'intera cultura cinematografica e non soltanto lo stile del film o le tecniche di ripresa. O meglio, come Jean-Luc Godard aveva espresso in modo conciso, la questione non era tanto quella di «fare film politici [ovvero impegnati, *N.d.A.*], ma fare film in modo politico». In questo senso, la Nouvelle Vague fu una vasta costruzione culturale che creò e fece circolare non solo i film, ma più generalmente discorsi, network, idee e istituzioni a un livello transnazionale. La Nouvelle Vague ci ha dato molte idee che continuano ancora a influenzare la cultura cinematografica per come la conosciamo oggi: la nostra categorizzazione dei film si basa sulla concezione del regista come origine e creatore del film, una concezione pesantemente indebitata con la *Politique des auteurs* sviluppata e divulgata sulle pagine dei *Cahiers du cinéma*. Questo modello era corroborato da lunghe interviste ai registi, che potevano andare avanti per dozzine di pagine e persino per diversi numeri della rivista, e che trovarono la loro apoteosi nel libro di François Truffaut su Alfred Hitchcock⁴. Un altro modo di onorare il valore di un regista come

creatore di un'opera coerente era l'introduzione dell'analisi stilistica e della critica della *Mise en scène*, pratiche che prendevano seriamente in considerazione anche il dettaglio più piccolo e prosaico di un film. In seguito tornerò su tali temi e spiegherò come questi siano inclusi nella rimediazione del DVD.

Tuttavia, la cultura cinematografica sviluppatasi nel più ampio contesto della Nouvelle Vague non si limitava all'analisi dei suoi film preferiti e all'omaggio ai registi più cari, si trattava invece di una riorganizzazione dell'esperienza cinematografica in quanto tale, cui spesso si fa riferimento con la nozione di cinefilia. Un cinefilo non è semplicemente un assiduo frequentatore di cinema, ma qualcuno che è affezionato al cinema in modi specifici, essendo attirato da sale cinematografiche che predilige e persino da particolari posti in un dato cinema. Inoltre, la fruizione del film spesso iniziava a essere completata dalla creazione di graduatorie e dall'invenzione di sistemi di classificazione per ordinare e valutare la massa di informazioni disponibili⁵. La nozione di cinefilia descrive allora non soltanto una relazione affettiva con il cinema inteso come un medium e una forma d'arte, ma delinea anche molte pratiche legate alla frequentazione di una sala cinematografica e alla costruzione di una comunità, pratiche mirate a creare modi sistematici di imporre un ordine su masse indisciplinate di informazioni. Nelle parole di Antoine de Baecque, che in un suo importante saggio ha descritto la teoria e la prassi della cinefilia francese, si tratta di «un amour et une pratique»⁶. I cinefili avevano sviluppato rituali e miti legati tanto a spazi e a persone esistenti quanto immaginari; di fatto, proprio questo mescolarsi di spazi reali e immaginati, di mondi effettivi e virtuali, potrebbe essere ciò che caratterizza l'impegno dei cinefili nelle molteplici dimensioni dell'esperienza cinematografica. Le comunità che si creavano in questo modo potevano essere cerchie di amici già esistenti, ma anche gruppi più laschi di persone che, frequentando una particolare sala, potevano conoscersi di vista. I cinefili inventarono inoltre modi estremamente caratteristici di dare ai film un senso che andasse oltre la loro funzione di bene di consumo e di intrattenimento di massa; e questi metodi spesso prendevano forma di classifiche o schedari. In breve: la cinefilia è stata il modo specifico e caratteristico con cui la cultura cinematografica della Nouvelle Vague ha dimostrato il proprio *engagement* nei confronti del film. La cinefilia ha messo in relazione regni reali e immaginari (o dimensioni effettive e virtuali), ha sviluppato modi sistematici (ed eccentrici) di rapportarsi con il sapere sul cinema e ha considerato seriamente il film nella sua materialità e complessità. Propongo di chiamare “cultura del film 1.0” questa eredità culturale, assumendola di default come valore di riferimento. Il breve profilo che ne ho tracciato dovrebbe aiutarci a capire le pratiche e i rituali della cultura mediale contemporanea andando oltre i discorsi propagandistici della pubblicità (strumenti innovativi, qualità digitale, immagini nitide, suono cristallino, nuove esperienze, ecc.) per muoverci invece verso un'analisi della specificità storica della cultura del DVD⁷.

Anche se spesso è stata annunciata la morte della cinefilia, in modo particolarmente pregnante da Susan Sontag nel suo articolo del 1996 “The Decay of Cinema”⁸, sono del parere che questi prematuri elogi funebri, piuttosto che una premonizione della fine di questa pratica, siano i segni di un senso del tempo tipico della cinefilia, che ha sempre guardato con nostalgia al passato. La cinefilia 1.0 è stata costruita intorno alla frequentazione della sala cinematografica, dove la natura transeunte e immateriale del film proiettato veniva a costituire l'elemento centrale. Il senso di perdita quindi si iscriveva sin dall'inizio nella cinefilia classica dato che qualsiasi proiezione cinematografica era un atto singolare e unico che si esauriva nel corso della proiezione stessa. Non sorprende allora che il fondamentale testo di de Baecque sulla cinefilia si apra con un lungo brano nostalgico che ne decreta il passaggio alla storia e la morte con l'avvento della ristrutturazione del cinema e dell'industria cinematografica: «Les “auteurs” étaient consacrés, les articles écrits, les entretiens enregistrés, les films vus, parfois revus à la télévision.

Tout s'était passé avant»⁹. Invece di unirmi a questo coro, ritengo che la cinefilia sia ben lontana dall'essere seppellita; credo piuttosto che si sia trasformata per reazione alle nuove possibilità tecnologiche e sociali offerte dalle trasformazioni dei media audiovisivi digitali¹⁰. Il DVD è un elemento in mezzo agli altri (blog, database, portali, videogiochi, festival, streaming, ecc.) caratteristico delle nuove forme di cinefilia e della cultura cinematografica, da un lato più democratica e accessibile, ma, dall'altro, più commerciale e diversificata.

Formazione del canone e autorialità

In modo non sorprendente, data la logica dell'impresa capitalistica e le dimensioni del mercato dell'home video¹¹, il DVD si è rapidamente differenziato in vari segmenti distinti definiti dalla fascia di prezzo, dagli extra e dalla data di uscita. I DVD possono essere classificati in: edizioni standard (commento del regista, qualche extra come il *Making-of* o le "papere" in aggiunta al film), versioni di base per la grande distribuzione (solo il film, con il prezzo più basso, che segue la versione standard entro un paio di mesi), ricche edizioni speciali (spesso segnalate da una confezione insolita come uno *steel book*, caratterizzate inoltre da molteplici extra e talvolta persino da gadget) e cofanetti in cui raccogliere diversi film per tema, genere, star protagonista o regista, o persino DVD allegati a riviste cartacee tradizionali (ed è di solito un modo per commercializzare film che altrimenti non avrebbero alcuna possibilità di trovare acquirenti anche se fossero in offerta). Esiste un altro mercato di rilievo di cui ci dovremmo occupare in questa sede, ed è quello più specificamente legato al consumo culturale "alto". In questo mercato di nicchia opera Criterion Collection, che si è costruita un vantaggio iniziale quando già negli anni Ottanta ha cominciato a pubblicare per collezionisti e cinefili edizioni Laserdisc di grande valore. Questa società ha conservato il suo margine di guadagno con il cambiamento tecnologico e il passaggio al DVD diventando l'editore maggiormente influente in questo mercato in termini di standard di qualità dell'immagine e del suono, così come di valore dei contenuti extra¹².

È evidente che Criterion si riferisce consapevolmente alla cultura cinematografica degli anni Sessanta, ma le dà una piega inaspettata per adattarla all'ambiente digitale. Il sito internet della compagnia la promuove come una cineteca on-line («online cinémathèque») associandola alla cineteca intesa come il luogo dove si andavano a vedere i film (l'origine chiaramente francese dell'espressione aggiunge un ulteriore tono di prestigio culturale e di snobismo, perlomeno negli Stati Uniti). Dopo un recente *relaunch*, il sito offre la possibilità di guardare i film on-line al costo di 5 dollari, una cifra che in seguito può essere detratta dal costo di acquisto dello stesso film in DVD – questa modalità combina il biglietto d'ingresso al cinema con l'acquisto di un oggetto, smussando così il confine tra due pratiche storicamente separate. Oltre a questa caratteristica del sito internet, il marketing e i sontuosi extra dei DVD sono chiaramente destinati a un pubblico che ha familiarità con il canone autoriale. I film si possono cercare per mezzo di tre categorie: filmmaker, generi e movimenti chiave; in alternativa, ai film si accede a partire dalla *top ten* dei titoli consultati. Le classifiche, così come la logica degli autori, dei generi e dei movimenti, sono caratteri fondamentali della Nouvelle Vague e della cultura cinematografica come si era andata trasformando negli anni Sessanta. Le prime cinque uscite della Criterion Collection, film di Renoir, Kurosawa, Hitchcock, Fellini e Truffaut, testimoniano ulteriormente la dipendenza da un canone elaborato negli anni Sessanta. In mezzo a questo panteon dell'arte cinematografica internazionale e dei classici hollywoodiani ci sono film che si potrebbero chiamare di culto e alternativi come *The Killer* (1989) e *Hard-Boiled* (1992) di John Woo, entrambi con Chow Yun-fat, *This Is Spinal Tap* (1984) di Rob Reiner e la trilogia dei Samurai (1954-56) di Hiroshi Inagaki.

Ovviamente, la disponibilità di film in edizioni di qualità è un segno di canonizzazione con tutti i vantaggi e gli svantaggi che questa attribuzione di valore culturale comporta. Mentre non voglio entrare nel merito dell'elaborazione di un canone, in questo contesto ciò che mi sembra di importanza cruciale è il fatto che l'idea del cinema come medium e forma d'arte che vanta una storia significativa e ineludibile sia un altro prodotto degli anni Sessanta: e che in questo modo il cerchio con il DVD vada a chiudersi. Diversamente dagli hitchcock-hawksiani degli anni Sessanta, i cinefili di oggi sono cresciuti non solo nelle cineteche, ma anche con la televisione a notte fonda e con i VHS e, di conseguenza, mescolano al canone classico i film di culto degli anni Ottanta e Novanta¹³. Ci sono tuttavia differenze significative tra le due fasi: mentre molti degli autori degli anni Sessanta erano dichiarati tali retroattivamente e non raramente in opposizione all'industria cinematografica e alla fama degli stessi registi, i grandi gruppi multimediali di oggi sono stati veloci a trasformare questa concezione in un'idea di "autore commerciale" che a sua volta ha generato film di consumo per il grande pubblico¹⁴. Un elemento chiave per la costruzione di un autore commerciale, per quanto riguarda il DVD, è il commento presente negli extra e che ora mi accingo ad analizzare.

Analisi e critica

La Nouvelle Vague non è stata soltanto un movimento di avanguardia cinematografica, ma anche un'iniziativa della critica che tra i suoi tanti effetti ha avuto quello di imporre minuziosa attenzione ai dettagli tecnici della produzione del film. Che si tratti delle simmetrie di Fritz Lang, degli specchi di Douglas Sirk, della logica degli sguardi di Howard Hawks, del *deep focus* di Orson Welles o degli intricati movimenti di macchina di Max Ophuls, i critici dei *Cahiers du cinéma* e di *Positif* associarono a specifiche tecniche cinematografiche uno specifico valore d'espressione, e, come si capisce da un simile elenco, una specifica firma autoriale. Tuttavia, questa attenzione per il dettaglio e quest'analisi accurata richiedevano un certo lavoro dato che l'esperienza cinematografica era per sua natura irripetibile e limitata: occorreano particolari pratiche mnemotecniche o accesso a una copia del film e a una moviola. È stato l'arrivo sul mercato del VHS, intorno al 1980, a eliminare le difficoltà (e qualcuno direbbe anche la magia)¹⁵ che caratterizzavano la goffa e imperfetta analisi del film fatta fin lì. Ancora una volta, chiunque abbia fatto esperienza dello studio di un film da una copia in VHS di terza o quarta generazione, con modalità di ricerca inefficaci e nessuna possibilità accettabile di fermo immagine, sa quanto possa essere diversa l'esperienza con un DVD, sia in termini di qualità dell'immagine sia di facilità di accesso.

Probabilmente l'arrivo del DVD non ha portato necessariamente ad analisi più ampie o approfondite, piuttosto sembra essere il contrario¹⁶, ma la disponibilità stessa del mezzo ha permesso la diversificazione degli scenari di ricerca. La possibilità di cambiare a proprio piacimento tra versioni in lingue diverse, l'immediatezza del fermo immagine, l'inclusione di versioni alternative e di brani tagliati, tutti questi elementi, associati alla semplice accessibilità dei film, perlomeno potenzialmente potrebbero aprire una nuova era dell'analisi filmica. È possibile che il DVD dia inizio a una nuova era di analisi testuali penetranti che potranno usare il formato stesso per combinare il commento e le fonti scritte e visive supplementari. Alcuni commenti come quelli di Ginette Vincendeau (su Jean-Pierre Melville), Yuri Tsivian (su Dziga Vertov), Gene Youngblood (su Michelangelo Antonioni) o David Bordwell (su Sergej Ejzenštejn e su Yasujiro Ozu) testimoniano i primi passi fatti in questa direzione. Di fatto, il commento che supera quel modello autoriale e aneddotico che è presto diventato lo standard dei film recenti di Hollywood, offre innumerevoli percorsi di ricerca ancora da esplorare. Sarà interessante vedere se questo porterà a una rinnovata cultura di letture e analisi filmiche approfondite¹⁷.

Talking heads *ed* heady talks: *mezzibusti e interviste brillanti*

La prassi cinefila non soltanto prese parte alla formazione di un canone specifico, ai suoi sogni e all'elaborazione di un modello di analisi del testo filmico: si crogiolò anche nell'accumulo di conoscenze più prosaiche, per non dire di quisquillie. La familiarità con le informazioni più improbabili su un film secondario di un regista di terza categoria anticipa certi contenuti extra dei DVD come il *Making-of* e il dietro le quinte o le dichiarazioni di chi ha lavorato al film, reiterate e rimasticate senza fine in forum e gruppi di discussione. Ovviamente, ciò che un tempo erano essenzialmente pratiche critiche al di fuori di un qualsiasi valore d'uso economico (e per un certo verso antitetico a un tale sfruttamento) sono state trasformate ora in idee di marketing che generano profitti e che sottolineano ancora una volta la capacità del capitalismo di aggirare l'opposizione e usare pratiche alternative o persino oppostive per i propri scopi. Come menzionato in precedenza, la sete di conoscenza degli anni Sessanta ha preso spesso la forma dell'intervista lunga in cui veniva discusso il più piccolo dettaglio della composizione estetica, delle tecniche di ripresa e delle condizioni di produzione. È questa la regola delle interviste dei *Cahiers du cinéma* (culminate nel volume di Truffaut su Hitchcock¹⁸ e adattate per il contesto statunitense da Peter Bogdanovich)¹⁹ che sostanzialmente prefigurava i mezzibusti che oggi ritroviamo nei contenuti extra dei DVD. Ancora una volta, la prassi cinefila, autosufficiente per quanto riguarda le sue finalità, è stata trasformata in un bonus che sfrutta in termini di marketing il potenziale comunicativo di parole apparentemente autentiche. Oggi, la maggior parte dei commenti su un film sono coordinati e orchestrati da una campagna giornalistica tanto minuziosamente pianificata e monitorata quanto una qualsiasi operazione militare. Come afferma John Caldwell, c'è un filo diretto che conduce dai materiali promozionali per le emittenti televisive – che già informavano le recensioni dei film nelle diverse testate – agli extra dei DVD odierni²⁰. Così, l'eliminazione di figure di intermediari (giornalisti, addetti stampa, programmatori cinematografici e televisivi, ecc.) che spesso è salutata come un *empowerment* dello spettatore, da un'altra prospettiva sembra piuttosto la definitiva acquisizione di controllo da parte dei grandi gruppi multimediali.

Nonostante il DVD sia certamente un prodotto commerciale molto lontano dalle pratiche degli anni Sessanta, alcune somiglianze meritano tuttavia la nostra attenzione. È curioso notare come la prolissa voce fuori campo, appartenente o al regista o al protagonista (per esempio, in uno dei primi corti di Jean-Luc Godard *Une histoire d'eau*, 1961 o in *Moi, un noir*, 1958 di Jean Rouch), possa essere vista come un'anticipazione della traccia di commento. *Moi, un noir* anticipa già in fase di produzione l'idea della traccia di commento: l'"etno-fiction" di Jean Rouch su due uomini delle periferie degradate di Abidjan (Costa d'Avorio), i cui nomi sono rispettivamente Edward G. Robinson ed Eddie Constantine, proprio come i due attori di Hollywood, era stata girata senza presa diretta del sonoro. Dopo aver montato il film, il regista invitò Robinson in studio per dare al film una voce fuori campo che, in parte, racconta la vita del protagonista (che vediamo nelle immagini del film) e, in parte, fantastica anche su ciò che accade, aggiungendo così al film un livello di autoriflessività che precorre i commenti più creativi dei DVD. Riflessioni analoghe si applicano a *Une histoire d'eau*, il cui gioco di parole nel titolo ha bisogno di essere pronunciato per poter funzionare. Sulle immagini girate da François Truffaut il protagonista racconta liberamente una storia inventata che qualche volta diverge anche dalle immagini che vediamo, rendendo evidente la distanza tra l'immagine e la colonna sonora. La mia argomentazione principale è che, in aggiunta allo stile da conversazione tra amici che li accomuna (che è una somiglianza piuttosto superficiale), la maggior parte dei commenti dei DVD non trattano più il film cui si riferiscono come un film di finzione, ma lo leggono come una specie di documentario su come è stato fatto. Riportando il modo in cui è stata girata una certa scena, quali problemi sono emersi o anche fornendo semplicemente informazioni di tipo aneddotico, la traccia di

commento richiede uno schema di ricezione completamente diverso: lo spettatore non è più interessato a immergersi in una finzione, ma piuttosto vuole saperne di più sulla sua produzione. Questa separazione tra immagine e sonoro è prefigurata nella Nouvelle Vague (strategie simili si possono trovare in molti film degli esordi di Godard, nei film di Resnais, così come nei film-saggio di autori come Chris Marker o Harun Farocki) ed è un pilastro delle tracce di commento di oggi. Ancora, non voglio sostenere che l'uso autoriflessivo del sonoro da parte degli autori degli anni Sessanta sia identico all'uso autoriflessivo che se ne fa oggi per motivi commerciali, quanto piuttosto che le strategie in sé sono simili pure se la trasformazione dei contesti ha avuto un effetto decisivo sulle tecniche.

«YouTube, will you marry me?»²¹

Uno dei contenuti chiave dei DVD sono i *trailer*; persino quelle edizioni che non contengono neppure un altro contenuto extra spesso includono perlomeno il *trailer* del film, probabilmente il bonus più generico che si possa trovare. Il *trailer* è una versione ridotta e condensata del film: di solito introduce la trama principale mostrando scene tratte dall'intero film senza svelarne la fine. Diversamente dal film, che è il prodotto per cui si deve pagare, il *trailer* è gratuito: viene mostrato in sala prima di altri film, si può scaricare (legalmente) da internet ed è incluso nei DVD. Così, mentre il *trailer* è, da una parte, un'aggiunta al film puramente secondaria che ha l'esplicito compito di promuoverlo, dall'altra, è portato ad assumere anche una sua esistenza autonoma, apprezzato come un elemento fuggevole della cultura cinematografica che nondimeno mostra un proprio valore estetico. Il crescente interesse per i *trailer* (evidente in varie pubblicazioni degli ultimi anni)²² mostra come ciò che un tempo si considerava effimero e provvisorio oggi sia diventato una componente centrale dei film, dato che ai *trailer* si accede, oltre che dai DVD, da siti e portali sul cinema e da YouTube²³. Mentre la popolarità del *trailer* appare di natura paradossale (perché si dovrebbe includere la pubblicità del prodotto che si è appena comprato?), la sua onnipresenza testimonia la robustezza della sua forma: non solo fornisce la memoria del film persino prima che uno l'abbia visto (passato nel futuro), ma permette anche allo spettatore di ritornare retrospettivamente al momento in cui ha avuto un primo contatto con il film attraverso il *trailer* (futuro nel passato).

Come ho scritto a proposito della traccia di commento, la separazione dell'immagine dalla colonna sonora è un elemento centrale della logica del DVD ed è anche estremamente importante per il *trailer*: questo configura una situazione molto diversa da quella della cinematografia classica in cui suono, montaggio e *Mise en scène* operano insieme per costruire un *continuum* spazio-temporale omogeneo e non ambiguo. In questo modo si è arrivati a sostenere che i film di Jean-Luc Godard siano tutti simili a *trailer* (e viceversa)²⁴, facendo del *trailer* un prototipo della cultura cinematografica emergente, incentrata su internet (YouTube, blog, Imdb) e sul DVD, e dove immagini e suoni diventano indipendenti e possono apparire e riapparire in contesti sempre diversi. I film non sono più opere chiuse in sé e complete, i cui confini sono chiaramente delineati e fissati, ma sono snodi testuali instabili e dinamici che possono assumere forme diverse che vanno dal film al videogioco, alla corsa in un parco di divertimenti o all'installazione d'arte²⁵.

Conclusione: l'ultimo trionfo (capitalista) della Nouvelle Vague

Per lunghissimo tempo, il cinema è stato semplicemente un mezzo di intrattenimento. Offriva film che sarebbero stati consumati in modo uniforme: la decisione di guardare o meno un particolare film spesso non dipendeva dai meriti di un qualsiasi

film, ma piuttosto da fattori esterni come la condizione sociale e la disponibilità di tempo. Perlomeno fino all'introduzione del VHS, la maggior parte delle persone (quelle che non vivevano a Parigi, New York, Londra, Berlino, San Francisco e in alcuni pochi altri centri con una diffusa cultura cinematografica) semplicemente non avevano molta scelta sui film da andare a vedere. Prima con il videoregistratore, poi con il DVD, accompagnati da una più ampia diffusione di informazioni sui film, la scelta è diventata un tema reale per chiunque nutra un pur minimo interesse nei confronti del cinema. Interviste, biografie, filmografie: questi e altri elementi introdotti dalla cultura cinematografica francese sono ormai i pilastri del panorama mediale contemporaneo. Quindi il DVD offre una situazione particolare e paradossale: se, da un lato, l'accesso è reso più facile e la soglia di partecipazione è più bassa, fattore che rende la cultura del film in digitale una cultura veramente democratica, dall'altro, tutto ciò è strutturato in termini economici: l'accesso dipende comunque ancora dalla disponibilità di denaro e lo spettatore è trattato ormai come un consumatore.

Il discorso dei nuovi media è caratterizzato nell'insieme da una costante enfasi sulla tecnologia e sull'innovazione, caratteristica che non aiuta a distinguere buona parte della ricerca accademica sul *Digital Divide* dai risvolti di copertina e da altri testi pubblicitari. Abbagliati dai toni propagandistici della comunicazione industriale, non riconosciamo come l'odierna cultura mediale stia usando modelli e sistemi del passato invece di reinventarsi radicalmente. In quanto prodotto nuovo, il DVD è riuscito a dar forma in appena qualche anno a una sua veste testuale specifica proprio usando modelli già provati e sperimentati dalla cultura cinematografica. In questo mio saggio ho mostrato come numerosi elementi che caratterizzano la forma DVD possono essere messi in qualche modo in relazione con idee e concezioni elaborate consapevolmente all'interno della Nouvelle Vague. In altre parole: anche se molti cinefili tradizionalisti non sarebbero d'accordo con questo particolare punto di vista, la pluristualità e la frammentazione dei prodotti mediali contemporanei possono essere interpretate come un ultimo trionfo della cinefilia francese – trionfo che non possiamo non imputare alle logiche del tardo capitalismo. Quando i cineasti degli anni Sessanta volevano ricostruire il mondo secondo la logica del cinema, la loro concezione del cinema era immanente, non considerava nulla l'altro all'infuori del film. Oggi, in qualche modo, si è invece chiuso il cerchio di questo percorso, poiché ci troviamo sempre già al cinema anche se non andiamo più in sala; vediamo film in un museo o in treno, grazie a dispositivi portatili o in enormi cinema all'aperto o, ancora, grazie a un collegamento *wireless*, mentre siamo in movimento. L'onnipresenza del cinema segnerebbe allora il trionfo definitivo (e paradossale) della cinefilia classica: nel nostro ambiente saturato dai media è difficile trovare dei luoghi che non abbiano alcun rapporto con il cinema e proprio questo fatto sembra realizzare l'ultimo sogno delle avanguardie, il superamento della distinzione tra arte e vita – per quanto inevitabilmente permeato dalle logiche dei grandi gruppi multimediali.

Traduzione di Simona Montisci

note

01 Cfr. Manuel Castells, *L'età dell'informazione: economia, società, cultura*, Egea, Milano 2002-04, 3 voll. (ed. or.: *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Blackwell, Oxford-Malden 1996-98, 3 voll.); Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Milano 2002 (ed. or.: *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge 1999); Lev Manovich, *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano 2002 (ed. or.: *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge 2000); Sean Cubitt, *The Cinema Effect*, MIT Press, Cambridge 2004; James Surowiecki, *La saggezza della folla*, Fusi Orari, Roma 2007 (ed. or.: *The Wisdom of Crowds*, Doubleday, New York 2004); Henry Jenkins, *Cultura convergente* (ed. or.: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006), Apogeo, Milano 2007; Chris Anderson, *La coda lunga: da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino 2008 (ed. or.: *The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More*, Hyperion, New York 2006); Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond. From Production to Produsage*, Peter Lang, New York-Oxford 2008.

02 Un tentativo simile di articolare il nuovo nei termini del vecchio, usando il concetto di "attrazione" di Tom Gunning, viene fatto da Tom Brown, *"The DVD of Attractions?" The Lion King and the Digital Theme Park*, in James Bennett, Tom Brown (eds.), *Film and Television after DVD*, Routledge, London-New York 2008, pp. 81-100.

03 Altrove ho mostrato come le avanguardie degli anni Venti e Trenta siano state animate da un analogo desiderio di trasformare il cinema e la cultura del film nel suo insieme. In altre parole: sia le avanguardie sia le *new waves* non miravano semplicemente a introdurre uno stile diverso o un modo alternativo di raccontare delle storie, bensì volevano promuovere una riorganizzazione sistematica di un intero campo culturale, quello cinematografico. Cfr. Malte Hagener, *Moving Forward, Looking Back. European Avant-garde and the Invention of Film Culture, 1919-39*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2007.

04 François Truffaut, *Il cinema secondo Hitchcock*, Il Saggiatore, Milano 2008 (ed. or.: *Le Cinéma selon Hitchcock*, Laffont, Paris 1966).

05 Cfr. Thomas Elsaesser, *Cinephilia or The Uses of Disenchantment*, in Marijke de Valck, Malte Hagener (eds.), *Cinephilia. Movies, Love and Memory*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2005, pp. 27-43.

06 Antoine de Baecque, *La Cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture, 1944-1968*, Fayard, Paris 2003, p. 9.

07 Vinzenz Hediger evidenzia nella storia della promozione pubblicitaria del cinema i diversi contenuti extra del DVD, in particolare il *Making-of*. Cfr. *Spaß an harter Arbeit. Der Making-of Film*, in Vinzenz Hediger, Patrick Vonderau (hrsg.), *Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*, Schüren, Marburg 2005, pp. 332-341.

08 Susan Sontag, "The Decay of Cinema", in *New York Times*, 25 febbraio 1996, late final edition, sezione 6, p. 60.

09 Antoine De Baecque, *La Cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture*, cit., p. 9.

10 Si vedano i saggi raccolti in Marijke de Valck, Malte Hagener (eds.), *Cinephilia. Movies, Love and Memory*, cit., e Marijke de Valck, Malte Hagener, *Cinephilia in Transition*, in Jaap Kooijman, Patricia Pisters, Wanda Strauven (eds.), *Mind the Screen. Essays in Honour of Thomas Elsaesser*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2008, pp. 19-31; su questa linea di ricerca prosegue Scott Balcerzak, Jason Sperb (eds.), *Cinephilia in the Age of Digital Reproduction. Vol. I: Film, Pleasure and Digital Culture*, Wallflower, London-New York 2009 (in corso di pubblicazione).

11 Dettagliati sguardi d'insieme sono offerti in Richard Maltby, *Global Hollywood*, BFI, London 2004; Paul McDonald, *Video and DVD Industries*, BFI, London 2007; Paul McDonald, Janet Wasko (eds.), *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Blackwell, Malden 2007. Per un'interessante analisi dell'home video in una prospettiva culturalista si veda Barbara Klinger, *Beyond the Multiplex. Cinema, New Technologies and the Home*, University of California Press, Berkeley 2006.

12 Sulle strategie e le concezioni di base della Criterion cfr. James Kendrick, "What is Criterion? The Criterion Collection as an Archive of Film as Culture", in *Journal of Film and Video*, vol. 53, n. 2-3, estate-autunno 2001, pp. 124-139 e Bradley Schauer, "The Criterion Collection in the New Home Video Market: An Interview with Susan Arosteguy", in *The Velvet Light Trap*, n. 56, autunno 2005, pp. 32-35.

13 L'esempio classico di autore postmoderno cresciuto con i VHS e la programmazione televisiva notturna è senz'altro Quentin Tarantino, che ha coltivato consapevolmente questa immagine persino nelle sue apparizioni nei festival e nella promozione di film, autori e attori alternativi.

14 Per approfondimenti sull'autore commerciale, cfr. Timothy Corrigan, *A Cinema without Walls. Movies and Culture after Vietnam*, Rutgers University Press, New Brunswick 1991; Barbara Klinger, "Digressions at the Cinema: Reception and Mass Culture", in *Cinema Journal*, vol. 28, n. 4, 1989, pp. 3-19 e Catherine Grant, *Auteur Machines? Auteurism and the DVD*, in James Bennett, Tom Brown (eds.), *Film and Television after DVD*, cit., pp. 101-115.

15 A proposito delle difficoltà e dei problemi inerenti all'analisi testuale del film che nascono dalla specificità del medium, cfr. Raymond Bellour, "L'Analyse en flammes", in *CinémaAction*, n. 47, 1988, pp. 168-170 e *Il testo introvabile*, in Id., *L'analisi del film*, Kaplan, Torino 2005, pp. 41-46 (ed. or.: *L'Analyse du film*, Albatros, Paris 1979).

16 Specialmente se si pensa alle grandi e, in un certo senso "folli", analisi degli anni Settanta testimoniate dal saggio di Stephen Heath su *L'infernale Quinlan* (*Touch of Evil*, Orson Welles, 1958): "Film and System: Terms of an Analysis. Part 1/2", in *Screen*, vol. 16, n. 1-2, primavera-estate 1975, pp. 91-113; dal lavoro di Raymond Bellour su *Intrigo internazionale* (*North by Northwest*, Alfred Hitchcock, 1959): *Il blocco simbolico*, in Id., *L'analisi del film*, cit., pp. 107-205 o dall'influente studio collettivo su *Alba di gloria* (*Young Mr. Lincoln*, John Ford, 1939) compiuto dai redattori dei *Cahiers du cinéma*: "John Ford's *Young Mr. Lincoln*", in *Screen*, vol. 13, n. 5, autunno 1972, pp. 5-44.

17 Si veda per esempio la discussione di alcune delle questioni inerenti alla traccia di commento in James Bennett, Tom Brown, *The Place, Purpose, and Practice of the BFI's DVD Collection and the Academic Film Commentary. An*

Interview with Caroline Millar and Genette Vincendeau, in James Bennett, Tom Brown (eds.), *Film and Television after DVD*, cit., pp. 116-128.

18 Le ragioni e la genesi del libro si trovano descritte dettagliatamente in Antoine de Baecque, *La Cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture*, cit., pp. 119-133.

19 Cfr. Peter Bogdanovich, *Who the Devil Made It. Conversations with Legendary Film Directors*, Ballantine, New York 1998.

20 John T. Caldwell, *Prefiguring DVD Bonus Tracks, Making-ofs and Behind-the-Scenes as Historic Television Programming Strategies Prototypes*, in James Bennett, Tom Brown (eds.), *Film and Television after DVD*, cit., pp. 149-171.

21 Jon Stewart in *The Daily Show*, 30 luglio 2008.

22 Vinzenz Hediger, *Verführung zum Film. Der amerikanische Kinotrailer seit 1912*, Schüren, Marburg 2002; Lisa Kernan, *Coming Attractions. Reading American Movie Trailers*, University of Texas Press, Austin 2004.

23 La ricerca del termine "trailer" su YouTube genera numerosissimi risultati, più di quanti ne generino "Hollywood", "sesso" o "violenza".

24 Vinzenz Hediger, *A Cinema of Memory in the Future Tense: Godard, Trailers, and Godard Trailers*, in Michael Temple, James S. Williams, Michael Witts (eds.), *Forever Godard*, Black Dog Publishing, London 2004, pp. 144-159.

25 Cfr. il mio "Where Is Cinema (Today)? The Cinema in the Age of Media Immanence", in *Cinéma & Cie*, n. 11, numero monografico a cura di Francesco Casetti, in preparazione.