

I segni intorno al testo. I DVD di *Paz!* e di
*Santa Maradona*¹
*Patrick Coppock, Nicola Bigi*²

1. *Pre-Post Performarce*

Negli ultimi anni abbiamo visto nell'ambito semiotico un graduale aumento d'interesse per lo studio dei processi semiosi *pre- e post-performativi* (o *pre- e post-enunciativi*), connessi con la produzione, la distribuzione, e il seguente consumo, di testi mediatici di vari tipi. Accenneremo alcuni punti relativi a una possibile prospettiva socio-semiotica sulle modalità con cui i processi di produzione, distribuzione e fruizione del testo filmico, e il loro legame con le nuove tecnologie, stiano comportando innovazioni radicali nel modo in cui il testo filmico stesso è concepito e gestito come oggetto di valore sociale e culturale. In particolare, ci concentreremo sulla tecnologia Digital Video Disk (DVD). Questa tecnologia ha aperto per l'utente la possibilità di selezionare singole scene durante la visione di un film, avere accesso al commento del regista o ai finali alternativi e altro. Nuove opportunità che oltrepassano la semplice etichetta di maggior "usabilità" o di "contenuti speciali" e, quindi, non possono essere visti come semplici oggetti a lato del testo, con cui non intrattengono rapporti.

Riteniamo che le nuove prassi, in fase di sviluppo nell'ambito tecnologico del DVD, stiano comportando una radicale apertura narrativa del testo filmico stesso, che cercheremo di esemplificare esaminando qualche caso dal mondo cinematografico contemporaneo.

Nel 1995, l'International Association for Semiotic Studies (IASS) organizzava in Germania un convegno internazionale

sulla semiotica dei media. All'inizio del convegno Roland Posner evidenziava l'importanza di dare nel futuro più attenzione non solo ai testi mediatici, ma anche ai processi semiotici che possiamo caratterizzare come *pre- e post-performativi*, quindi, su processi produttivi e interpretativi attivi *intorno* ai testi mediatici.

In quell'occasione Posner (1997) aveva anche introdotto un paio di concetti che, in retrospettiva, ci sembrano rappresentare elementi particolarmente rilevanti per il presente discorso: *pre- e post-transcripts*.

L'idea di fondo del progetto (Jahn 2003) è che il film sia visto come un artefatto di un processo produttivo collettivo di collaborazione, in cui partecipano una serie di attori in modi diversi, nelle varie fasi della sua produzione e performance. Il fatto che la visione di un film nella sala cinematografica costituisca un evento sociale, legittima la concezione performativa dell'oggetto filmico stesso. Ogni visione del film costituisce una nuova performance. Questa concezione è naturalmente discutibile da vari punti di vista, ma è indubbiamente interessante perché pone, implicitamente, la questione di quale differenza ci sia tra la proiezione e la visione di un film in una sala cinematografica pubblica e la trasmissione e la visione dello stesso film in televisione, oppure sul monitor di un computer. Chiaramente la più ovvia differenza tra queste due situazioni è che nel primo caso ogni membro del pubblico sarà obbligato istituzionalmente a pagare un prezzo fisso per la sua esperienza collettiva, mentre nell'ambito privato il film è acquistato (o eventualmente acquisito tramite altre vie)³ da qualcuno che può in teoria condividere un numero illimitato di performance gratis dello stesso oggetto filmico.

Nel progetto di Jahn (ib.) la *sceneggiatura* sarà concepita quindi come *un testo narrativo polifunzionale* che può avere un ruolo sia come una forma di "ricetta", su cui si può basare un film, oppure come una forma di documentazione, più o meno precisa, dei contenuti di un film già uscito. Lo *story-board*⁴, invece, spesso non rientra nella sfera pubblica *dopo* la produzione e uscita nelle sale di un film. La sceneggiatu-

ra (script/screenplay) e lo storyboard di un film possono essere concepiti come categorie di un sottogenere di testi *narrativi scritti/stampati*, e tutti e due possono funzionare sia come *pre- e post-transcript* relativi al momento presente di ogni performance pubblica (o privato) dell'oggetto filmico.

Cerchiamo ora di estendere l'idea dei *generi narrativi pre- e post-performativi* per coprire anche altri tipi di testi, generati tramite una serie di processi produttivi, enunciativi e interpretativi diversi. Tutti questi processi saranno collegati in un modo o nell'altro a uno specifico oggetto filmico, e, quindi, potremo parlare dell'idea di ogni performance di un film come un momento di *riattivazione della sua enunciazione "originale"*. Con *enunciazione originale* intendiamo il momento in cui l'oggetto filmico esce per la prima volta nelle sale cinematografiche e inizia il suo percorso narrativo *performativo* come oggetto socio-semiotico.

Un film diventa un oggetto che può essere visto come attorniato da altri oggetti semiotici (DVD, videogiochi sul film...), o meglio come una performance circondata da altri processi semiosici pre- e post-performativi.

2. DVD: supporto o contenitore di mondi?

Come abbiamo visto, un film ha quasi per necessità un corredo di testi a lato che però perdono di visibilità per il grande pubblico dato il loro carattere "esterno" rispetto al testo filmico. Questo stato di cose sta velocemente mutando anche grazie alla pervasiva diffusione del DVD, ormai al vertice del mercato audiovisivo sia in termini di diffusione che di fatturato⁵.

Dal punto di vista economico il DVD ha portato benefici in termini di possibilità di reimmissione nel mercato di titoli fuori catalogo o che non avrebbero avuto distribuzione in *home-video*⁶. Inoltre un prodotto che può fornire introiti maggiori rispetto agli incassi nelle sale e che vede nella diffusione del digitale terrestre, o nella PAY-TV, un motore positivo per la propria esistenza (www.instat.com), inizia a es-

sere percepito “non più come la mera riproduzione su supporto fisico di un’opera cinematografica ma come la creazione di una autonoma opera con specifiche peculiarità contenutistiche” (Rossi 2003, p. 4).

La discussione non è più se e come il DVD abbia successo, ma come si debba costruire un DVD efficace. Film, lingue, selezione scene, rappresentano la struttura standard di un DVD, ma cosa può apportare l’aggiunta di materiali normalmente etichettati come contenuti extra o contenuti speciali?

La nostra tesi, tutt’altro che univocamente accettata (Rossi 2003; Andrews 2002), è che il DVD rappresenti l’opportunità di creare un’opera a sé, il che può aggiungere valore al film. Non si deve ragionare sui contenuti extra in termini quantitativi⁷, ma il DVD nel suo complesso deve rappresentare una traduzione intersemiotica del film allo scopo di sfruttare pienamente questa tecnologia. Torneremo più avanti sulle motivazioni che ci spingono a definire le cose in questo modo (per la definizione di traduzione Dusi 2002a; 2003a).

Il tema del DVD, e del suo rapporto con il film, deve ancora essere affrontato in modo sistematico e approfondito. Noi ci limiteremo ad avviare la discussione sulle modalità di costruzione di quest’oggetto, visto in termini di una “traduzione” del film.

Gerard Genette nel suo lavoro sulle soglie del testo (1987) divide ciò che sta *intorno* al testo, il *paratesto*, in *peritesto* ed *epitesto*. Il primo è ciò che fa parte materialmente dell’oggetto libro (titolo, copertina, frontespizio...), il secondo rappresenta tutti quei testi riguardanti il libro ma che non ne fanno materialmente parte (recensioni, interviste all’autore, diari in cui si parla del testo...)⁸.

L’importanza del paratesto (insieme di peritesto ed epitesto) è già sviscerata nell’opera di Genette (1987, p. 10): “Non dico che bisogna saperlo⁹: dico semplicemente che coloro che lo sanno non leggono nello stesso modo di coloro che lo ignorano, e che coloro che negano questa differenza si prendono gioco di noi”.

Un tratto fondamentale della tecnologia DVD è che, a differenza della videocassetta, permette di trasformare ciò che era epitesto in peritesto. Tutto ciò che dall'inizio della storia del cinema è sempre rimasto in qualche modo esterno al film (epitesto), ora è possibile averlo sul medesimo supporto sul quale vedremo il film (peritesto). Come si diceva nei primi paragrafi, i discorsi pre e post film, locandine, trailer, sceneggiature ecc., vengono inglobati nel testo DVD del quale il film diventa una parte, non più l'unico contenuto, come accadeva con la DVD.

Questo cambiamento non deve essere però inteso semplicemente come un avanzamento della tecnologia, perché:

la storicità del paratesto è frutto dell'intersezione di più variabili e della loro trasformazione nel corso dei secoli, dalle tecnologie di produzione e riproduzione del libro, che hanno dato vita ad un oggetto specifico e nei secoli diverso, alle pratiche di lettura e alla formazione del canone, a come effettivamente si leggeva e a che cosa si doveva leggere, dunque stampare (Demaria, Fedriga 2001, p. 10).

La valenza del paratesto come prodotto culturale può essere una cartina al tornasole per capire una tendenza contemporanea relativa al consumo di beni edonistici. Giampaolo Fabris (2003) in proposito parla di come si debba ricondurre il nuovo consumatore a una generalizzata volontà di creare una *relazione* con oggetti e marche. Allo stesso modo Patrizia Calafato riguardo al lusso (2003, p. 30), parla dell'unicità come di una parola chiave del consumo *lussuoso*: "Unico è il vissuto, unico è il racconto che un oggetto porta racchiuso in sé riuscendo a diventare vivo e a suscitare il desiderio di essere posseduto proprio per la vita che reca nascosta in se stesso".

Proprio questo vissuto, questo valore aggiunto, è ciò che posiziona il DVD secondo la "logica del contratto" (Landowski 1989)¹⁰. In virtù di questa relazione creata dalla pubblicità, il DVD deve apparire non come "acquisto del film che ti è piaciuto" ma come "acquisto di un oggetto che può farti conoscere qualcosa in più rispetto a ciò che hai visto in sala".

Se da un certo punto di vista videocassette e DVD possono essere assimilati a un simile prodotto culturale¹¹, risultano molto diversi se guardiamo, come suggerisce Fausto Colombo¹², indizi e sintomi del prodotto DVD e del consumatore a cui si riferisce. La tecnologia del DVD è nata proprio perché potenzialmente può rispondere al nuovo bisogno di relazione del consumatore-spettatore.

Nel momento in cui si aggiungono testi a lato nel DVD, è possibile creare un legame più stretto con lo spettatore, rispetto alla semplice soddisfazione della curiosità¹³. È possibile continuare quel rapporto di cooperazione interpretativa (Eco 1979) che può sviluppare temi rimasti sullo sfondo del film, oppure fornire nuove piste per dipanare interrogativi rimasti senza risposta. In termini di tensione e aspettativa ci sembra utile la distinzione fra “termine percettivo” e “forma percettiva” di Barbieri (2004, p. 49):

Nel corso della fruizione, infatti, noi riconosciamo dei termini percettivi, che ci fanno aspettare – in maniera più o meno precisa – delle forme complete. Talvolta queste forme si manifestano davvero, ma in qualche caso il testo ci porta deliberatamente fuori strada facendoci attendere quello che poi non arriva affatto.

Se vediamo il film non più come elemento centrale ma come parte di un percorso di un’opera, possiamo immaginare che il momento dell’enunciazione originale (nella sala) diventi una tappa di un percorso interpretativo che non cessa con la fine del film, ma continuerà anche con il DVD. Questa, in termini di marketing relazionale (Costabile 2001; Egan 2000), può essere una caratteristica che aumenta il livello di coinvolgimento che conduce all’acquisto del DVD.

3. *Il fumettato di Paz!*

Per cercare di capire in che modo un DVD può “tradurre” un film proveremo ad analizzare due casi: *Paz!* (2001) e

Santa Maradona (2001). Non saranno analisi complete, ma ci limiteremo a fare delle osservazioni su quelle parti del DVD che ci sembrano interessanti ai fini del nostro discorso.

Per anticipare le eventuali critiche vorremmo precisare che il nostro obiettivo non è fare uno spaccato dello stato attuale della costruzione dei DVD, per il quale dovremmo costruire un corpus molto più vasto e con caratteristiche specifiche, oltre che analizzare in modo approfondito i DVD scelti. Abbiamo preso due casi che ci sembrano emblematici per capire le potenzialità del DVD, e prenderemo in esame le parti che possono dimostrare come quest'oggetto possa essere considerato non più come semplice supporto, ma come luogo potenziale di "rinascita" del testo filmico. Questa analisi vorrebbe essere anche un modo per rafforzare il carattere predittivo della semiotica, laddove "la produzione si serve allora della ricerca, ma sostanzialmente in questa procedura, la ricerca costituisce soltanto una delle tappe del processo di produzione" (Zinna 2004, p. 67).

Paz! è una trasposizione di alcuni fumetti di Andrea Pazienza¹⁴, e vorremmo indagare le tracce nel testo che rimandano alla natura del testo di partenza. Il punto interessante è che, se all'interno della narrazione non si esplicita la provenienza fumettistica, essa non è esplicitata nemmeno nelle soglie (titoli di testa e di coda), facendo solo riferimento a un generico "opere" di Andrea Pazienza¹⁵. Se da un lato c'è una forte valorizzazione positiva verso i fumetti di Pazienza¹⁶, dall'altra si lascia alla competenza enciclopedica del lettore (Eco 1984; Violi 1992) il rimando al Pazienza fumettista.

Prima di approfondire le conseguenze sul "senso" di questa operazione, proviamo ad analizzare come viene ripresa nel DVD la tipologia del testo fonte.

L'animazione, che appare nel momento stesso in cui inseriamo il DVD nel lettore, può essere ricondotta ai titoli di testa del film, nel senso che può essere considerata come una soglia che accompagna lo spettatore nella finzione del DVD (Odin 1980).

Lo schermo è diviso in 4 parti (quelle che poi percepiremo come le 4 voci del menu), ma non è immediatamente per-

cepibile il livello figurativo, perché l'animazione ruota il "quadro" in senso antiorario in modo molto veloce, creando una sorta di effetto vortice. Questo effetto è anche un richiamo metatestuale allo stesso DVD; l'immagine che gira è una vignetta in bianco e nero, come lo è la copertina del DVD, di conseguenza c'è un parallelismo fra ciò che avviene sullo schermo e ciò che fisicamente sta accadendo nel lettore DVD. Il lettore modello inizia a costruire una competenza sull'importanza del DVD, il che diventa un indizio che inizia a stimolare e legittimare il fatto che questo DVD rappresenti qualcosa di più approfondito di quanto ci possiamo aspettare e che, quindi, debba essere visto non come la semplice possibilità di vedere ciò che c'era in sala¹⁷.

Nel momento in cui si blocca la rotazione si riconoscono i 4 quadri ed è subito riconoscibile un viso nel quadrante superiore destro. L'aspetto che più ci interessa non è l'aspetto figurativo ma quello plastico, in particolare il fatto che fra il blocco del vortice e l'inizio dell'animazione¹⁸ c'è un effetto plastico che "fumetta"¹⁹ l'immagine, cioè la propone come fosse un disegno a matita in bianco e nero. Pur essendo un labile indizio, il testo inizia a suggerirci un collegamento fra il film e qualcosa che è fumetto; detto in altri termini il testo inizia a costruire il suo lettore modello, differente rispetto a quello del film in sala. È un lettore modello che suggerisce un universo culturale da approfondire, con collegamenti intertestuali che nel film visto in sala non erano presenti.

Se fosse l'unico indizio forse sarebbe davvero troppo labile, ma se iniziamo a "navigare" nel DVD ci accorgiamo come si possa iniziare a parlare di un'isotopia figurativa legata alla "fumettizzazione" di parti filmiche. Il menu "accesso alle scene" è suddiviso in 4 blocchi (a loro volta divisi in 4 scene) rappresentati da foglietti di carta attaccati al muro (anch'essi disegnati), sui quali sono disegnate le quattro scene che rappresentano. Scegliendo uno qualsiasi dei blocchi, il foglietto si allarga a pieno schermo, mettendo in scena una sequenza di ogni scena selezionabile. Il filmato della sequenza ha però la stessa struttura plastica dell'animazione iniziale, cioè viene rappresentata una parte del film

“fumettata”. È da sottolineare come questo effetto segua la cifra visiva dei fumetti di Andrea Pazienza. Il “fumettato” di cui parliamo è anche un potenziale spunto per lo sviluppo “dell’effetto dipinto” di cui parla Costa (1991) studiando le relazioni fra cinema e pittura. Rendere visivamente il fumetto²⁰ sta diventando una variante di questo tipo di effetto dove “una soluzione puramente pittorica di un problema non risolvibile in termini propriamente fotografici (...) viene avvertita dallo spettatore moderno come l’indizio dell’epoca e del luogo in cui si è compiuto il processo di produzione del manufatto” (p. 155).

Dall’animazione iniziale, al primo menu di accesso alle scene, fino alla selezione della singola scena, possiamo notare come il testo ci lasci indizi sempre più visibili sulla tipologia del testo sorgente. Più si esplorano i menu e sottomenù del DVD, più diventa palese che il film è un adattamento da un fumetto.

Chi si fa carico di comunicare questo aspetto è il livello plastico del DVD, che sembra suggerirci qualcosa del piano del contenuto:

Nelle relazioni di traduzione, il livello plastico è sempre parte attiva nella creazione di percezioni enunciate, interne al testo, e al contempo di un insieme coerente di effetti di senso, tra cui quelli creati a partire da procedure sinestesiche (Dusi 2003a, p. 285).

In particolare le categorie plastiche a cui ci riferiamo sono principalmente cromatiche ed eidetiche. I colori utilizzati non sono più quelli “reali” ma vengono tradotti nel bianco e nero del fumetto, ottenendo livelli diversi di saturazione con diversi gradi di riempimento del nero. Le categorie eidetiche, in particolare i contorni di persone e oggetti, diventano meno definiti e più curvilinei, pur senza alterare la figuratività, la sanzione finale dell’attante spettatore è data proprio dal destinante-regista, all’interno di un backstage nella sezione contenuti extra. Il regista ci svela che *Paz!* “non è un film *su* Andrea Pazienza, ma un film rigorosamente trat-

to dai fumetti di Andrea Pazienza”. Ovviamente ciò non ci interessa in termini di *intentio auctoris* (Eco 1990), ma nel senso in cui ci permette di capire qualcosa di più rispetto alla visione nella sala cinematografica.

Pensando alla relazione traduttiva fra film e fumetto (R1) e quella fra film e DVD (R2), potremmo dire che la relazione di traduzione intersemiotica R2 ha optato per una “sovrapposizione parziale”²¹, dove si è scelto di mettere in luce e sottolineare l’universo legato al testo di partenza della traduzione R1, tramite un diverso utilizzo delle strategie enunciative, in particolare delegando al piano plastico una sovradeterminazione del piano del contenuto.

Parliamo di nuovo piano del contenuto perché è grazie al DVD che si attivano una serie di riferimenti intertestuali. Questi riferimenti non sono solo nell’ordine di scoprire il “mondo” di Andrea Pazienza, ma, sapendo che i tre personaggi del film sono tre protagonisti che fanno parte di serie di fumetti diverse, riusciamo a capire perché i tre personaggi filmici, pur vivendo nel medesimo appartamento e pur incontrandosi, non si rivolgono mai la parola. Solo grazie al DVD, quindi, lo spettatore può realizzarsi pienamente come lettore modello. Il testo filmico in sala suggerisce un rapporto particolare fra i personaggi dei diversi episodi, ma non dà abbastanza informazioni per scoprirne la natura. Nel DVD invece viene palesato che Pentothal, Fiabeschi e Zanardi sono personaggi di tre serie di fumetti separate, con mondi di riferimento differenti. Questo è un esempio del passaggio da termine percettivo a forma percettiva (cfr. paragrafo precedente), dove nel testo filmico si suggerisce qualcosa allo spettatore, che tuttavia non è possibile disambiguare se non con la successiva visione del DVD. Un’obiezione a quest’affermazione potrebbe riguardare il fatto che se il testo filmico non dà la possibilità di capire, allora per diventare a tutti gli effetti dei lettori modello non c’è bisogno di capirla. Ma ci sono casi (sia *Paz!* che *Santa Maradona* lo dimostrano) in cui il testo ci impedisce di capire, ma ci lascia intendere che la soluzione all’interrogativo ci potrebbe far capire di più e che questa soluzione vada cercata altrove, nel nostro caso nel DVD ²².

Per affrontare il problema se il DVD rappresenti o meno una traduzione intersemiotica del film visto in sala, iniziamo dalla definizione dei due tipi di traduzione. Nella *traduzione intrasemiotica* le sostanze e la materia dell'espressione del testo di partenza e di arrivo sono uguali, invece si parla di *traduzione intersemiotica*:

quando vi è la riproposta, in una o più semiotiche con diverse materie e sostanze dell'espressione, del testo di partenza di una forma del contenuto intersoggettivamente riconosciuta come legata, ad uno o più livelli di pertinenza, alla forma del contenuto di un testo di partenza. (...) In una visione dinamica della trasformazione traduttiva bisogna pensare, più propriamente, di riattivare e selezionare il sistema di relazione fra i due piani nel testo di partenza e di tradurre tali relazioni, in modo adeguato, in quello di arrivo (Dusi 2003a, p. 9).

Abbiamo parlato di traduzione intersemiotica fra film e DVD, e non di traduzione intrasemiotica, perché pensiamo che il tratto che fa di un DVD un oggetto con sostanza dell'espressione differente sia il carattere dell'interattività e della potenziale apertura narrativa. È forse una posizione un po' estrema, sicuramente problematica. Pensare che ci sia traduzione intersemiotica solo perché è possibile vedere contenuti come biografia del regista o altre parti "scritte" è sicuramente fuorviante perché, come ci insegna Metz (1991), è comunque parte di una struttura audiovisiva. L'interattività permette al DVD di diventare materia dell'espressione differente. Ci sono già numerosi casi di DVD che hanno in sé le possibilità di "interfacciarsi" con un PC, potendo poi stampare parti del sito memorizzato sul DVD, oppure che offrono alcuni videogame. In alcuni casi è possibile stampare parti di storyboard o di sceneggiatura, in altri è possibile avere accesso alle parti del testo scritto che ha ispirato il film²³. Sicuramente per molti DVD si potrebbe parlare correttamente di traduzione intrasemiotica, ma per sottolineare le potenzialità insite nel mutare la materia dell'espressione, pensiamo a una relazione di traduzione intersemiotica fra questo oggetto e il film. In questo caso la sostanza dell'e-

spressione non riguarda solo i livelli acustici, visivi, fisiologici o auditivi, ma anche altri livelli della sostanza (Eco 2003, p. 54; Dusi 2000, p. 18). In senso fisico può esser vero che il DVD non muta la materia dell'espressione (Hjelmslev 1943) ma è diverso se allarghiamo le variazioni della sostanza ad altri livelli che fanno mutare la cooperazione interpretativa, come il tratto dell'interattività o come gli esempi di *Paz!* e *Santa Maradona*.

4. I mondi dei finali di Santa Maradona

Passiamo ora all'analisi del DVD di *Santa Maradona* nella quale prenderemo in considerazione quella parte dei contenuti speciali che nel DVD sono etichettati come "finali".

Il finale alternativo porta con sé molte problematiche²⁴, però possiamo intuire il potenziale dell'aver diversi finali se pensiamo che la parte terminale di un'opera cinematografica racchiude lo spirito della storia. Vi ritroviamo la conferma o la smentita dei nostri ragionamenti e valutiamo l'originalità o il fascino di tutto il film (Di Marino 2001).

È facile vedere, quindi, quanto possa essere attraente la possibilità di avere accesso ai finali alternativi. Provando a fare una macro catalogazione, vediamo come i finali alternativi dei DVD possano far riferimento a due grandi famiglie: a) finale che *sostituisce* una porzione di film con la sequenza del DVD, b) finale che si *va ad aggiungere* in coda al film.

Il primo porta con sé, per esempio, una possibilità, ovviamente fittizia, di avere accesso a una *intentio auctoris* che il regista non ha potuto esprimere a causa di forze esterne²⁵. Il secondo è invece una possibilità di conoscere uno sviluppo della storia oltre la fine del film in sala.

Già prima dell'avvento dei DVD, ci sono stati casi simili, ma erano film culto che hanno potuto godere del privilegio di essere ri-lanciati nelle sale (non a caso sono chiamati *director's cut*). Rappresentano semplicemente la possibilità di vedere ciò che per vari motivi non è stato possibile presentare in sala.

Grazie al DVD tutto ciò è sicuramente più “democratico”, dando la possibilità di costruire appositi finali alternativi anche a produzioni di più basso profilo, in cui ciò che si ripropone nel DVD non è ciò che non si è potuto inserire nel film, ma contenuti progettati apposta per il DVD.

Tornando al caso di *Santa Maradona*, i finali si collocano nella seconda famiglia di finali alternativi. I personaggi principali del film raccontano, a modo loro, come si è evoluta la storia²⁶ oltre la soglia dei titoli di coda.

Bart racconta di come Andrea-Accorsi e Dolores volessero tornare insieme, ma un meteorite uccide ogni forma di vita, tranne lui e certe muffe. Lucia ci racconta come Andrea e Dolores vivano insieme, così come lei e Bart. Andrea in macchina, tenta di avviarla fino a quando la scena si interrompe con Accorsi che si rivolge alla troupe. Dolores, silenziosa in costume di scena, accende un fiammifero; con la fiamma ne accende un altro e li attacca, per poi spegnerli e osservare lo spettatore attraverso lo specchio.

Quello che vorremmo sottolineare è il legame fra il tipo di finale enunciato e la tipologia di personaggio che lo enuncia. Ogni personaggio propone un finale alternativo consono al proprio essere, riproducendo un’isotopia tematica e figurativa che l’ha accompagnato per tutto il film. Bart continua ed estremizza l’isotopia del “nonsense” proponendo un mondo narrativo inverosimile (Eco 1979). Lucia continua a esser caratterizzata dall’isotopia della brava ragazza (è ripresa mentre lava i piatti). Il finale proposto da Dolores più che narrare un futuro possibile, crea una micronarrazione dell’evento principale del film (Andrea che lascia Dolores perché lei si è concessa al regista pur di avere la parte). In costume di scena (quindi con un riferimento esplicito all’evolversi della sua carriera di attrice) Dolores ci racconta la loro storia attraverso la fiamma che accende i due fiammiferi, ma che poi tristemente si spegne senza possibilità di poter essere riaccesa. L’assenza di dialogo e lo sguardo diretto allo spettatore, mediato dallo specchio, con cui Dolores ci guarda dopo la “morte” dei fiammiferi, rendono lo spettatore conscio che ciò che sta facendo il perso-

naggio è riassumere la storia, ponendo l'accento sulla fine dell'amore. È proprio lo sguardo prolungato, che ci arriva attraverso lo specchio, che crea quest'effetto tensivo²⁷. Invece il finale proposto da Andrea è una sorta di mondo "impossibile"²⁸, dove il personaggio Andrea scompare improvvisamente per lasciare il posto alla "realtà" di Stefano Accorsi. Questo cambio di regimi enunciativi diventa però un prolungamento e una evidenziazione dell'isotopia principale del personaggio, ossia il suo vivere in bilico fra reale e la dimensione del desiderio.

Un discorso analogo si può fare per la sezione "commenti" dove i personaggi commentano ciò che avviene nel film, sempre "a modo loro". Questi commenti o tipologie di finali vanno tutti nella direzione di creare un mondo maggiormente ammobiliato²⁹, cioè un mondo che può spiegare enigmi o riprendere isotopie, del film in sala. Per esempio, è solo grazie a questi commenti che capiamo veramente la natura del rapporto fra Lucia e Andrea, scoprendo che la foto che Andrea mostra al fidanzato di Lucia, spaccianola per la prova di un loro rapporto clandestino è in realtà una invenzione. Anche in questo caso il testo filmico suggerisce qualcosa, ma non dà abbastanza elementi per comprendere il tutto. Solo grazie al DVD possiamo fregiarci del titolo di lettore modello.

Vorremmo soffermarci sulla presenza del corpo del regista, come narratore del DVD. In più sezioni Marco Ponti (solo o affiancato dal montatore Walter Fasano), guardando direttamente in macchina, spiega ciò che troveremo all'interno delle sezioni del DVD. La presenza del "corpo" del regista può essere assimilabile a ciò che dice Fontanille a proposito del corpo nel documentario "nella misura in cui la legittimità e la credibilità della sua enunciazione dipende dalla percezione diretta e dalla presenza fisica del giornalista nei luoghi stessi dell'evento documentato" (2004, p. 357).

È interessante notare come, in queste sequenze, Marco Ponti sia sempre ripreso in sala montaggio. Ciò comporta un effetto di realtà, cercando di palesare il soggetto dell'enunciazione, come se il DVD fosse frutto del regista in quanto mag-

gior depositario dell'universo del film. In altri termini pensiamo che la presenza del regista non distrugga il mondo finzionale che dovrebbe costruire il DVD, ma che contribuisca a far percepire questo oggetto come un modo per accedere a un mondo più ammobiliato del film in sala, e non a un oggetto il cui soggetto dell'enunciazione sia la casa di produzione, con tutti i valori negativi che ciò può comportare. Ovviamente questa non è una regola generale, ma vale in questo caso, o, comunque, nei casi di film che diventano culto per una categoria di pubblico, perché questo effetto di realtà porta il DVD a creare quel tipo di relazione positiva con il consumatore, di cui si parlava precedentemente.

5. E se uscisse il DVD di questo volume?

Ciò che vorremmo aver dimostrato con queste semplici analisi sono le potenzialità dell'oggetto DVD.

Concependo il DVD come un adattamento di formati (digitalizzazione, passaggio a un diverso tipo di schermo...) si sottovaluta il potenziale testuale, ed economico, di questa nuova tecnologia. Progettandolo invece come una potenziale traduzione intersemiotica, dove è anche possibile inserire contenuti che saranno fruibili su supporti differenti, è possibile sfruttare al massimo il potere relazionale del DVD. Per spiegare meglio questo concetto è forse utile riallacciarci alla definizione di *cover* in ambito musicale data da Spaziantè (2000, p. 242):

è una pratica reinterpretativa consolidata che consiste nel produrre una versione differente di un testo, rieseguendolo interamente. In questa riesecuzione viene mantenuta una coerenza testuale, ma si modificano aspetti che possano riguardare diversi piani. La *cover*, per essere tale, deve conservare il titolo del testo di cui è la reinterpretazione.

Potremmo pensare che la semplice digitalizzazione di un film su DVD sia assimilabile a una *cover* mentre il DVD che sfrutta pienamente le sue potenzialità sia più simile a un *re-*

mix (ib.). Ma è anche cover quando ci sono materiali aggiunti con criteri quantitativi, senza pensare al potenziale testuale del DVD.

Non vogliamo affermare che quando il DVD è una cover del film questo sia un fatto negativo, perché esiste un mercato per DVD “semplici”, contenenti solo film e selezione scene, e un mercato per quelli venduti a un prezzo superiore, con maggiori contenuti speciali (cfr. i dati su www.billboard.com). Vorremo sottolineare che, pensando al DVD come potenziale traduzione intersemiotica si può costruire un discorso filmico che non si esaurisce con l'uscita del film in sala, e quindi che si può pensare al DVD come un oggetto che ha la capacità di prolungare la vita del film e che può assumersi l'onere di far conoscere un mondo più ammobiliato.

Un'ultima osservazione che ci pare interessante riguarda le modalità in cui può cambiare la promozione cinematografica date le potenzialità del DVD.

Pensiamo al trailer come un testo che:

per interpretare correttamente il film (...) dovrà riproporre ed evidenziare alcune isotopie fondamentali, tenendo sullo sfondo, condensando ed eliminando, altre linee narrative, tematiche, figurative ritenute meno importanti per la riuscita del proprio discorso persuasivo (Dusi 2002a, p. 63).

E, da un punto di vista più generale, vediamo anche l'altro suo aspetto quasi schizofrenico dove:

La prima domanda riguarda le strategie della rappresentazione. Normalmente un trailer dice e nasconde qualcosa contemporaneamente a proposito di una storia. Questo obiettivo conflittuale pone le seguenti domande: come fa un trailer a muoversi fra “voglio raccontarti una storia veramente degna di essere vista”, “ma te la racconterò un'altra volta”? (Zanger 1998, p. 5, trad. nostra).

Se da un lato il trailer propone una storia che però racconterà un'altra volta, e se deve reggersi su un'isotopia, nar-

cotizzandone altre, è lecito pensare che se il DVD entra a tutti gli effetti nel “discorso” filmico, la promozione (teaser, trailer, locandina, sito) potrà contenere aspetti che saranno ripresi solo nel DVD. In questo modo già all’inizio della promozione del film si pubblicizzerà non più il film ma l’evento filmico, e si potrà pensare al film non più come a un singolo episodio ma proprio come a un evento culturale di lunga durata, dove il film esce dalla sala per appropriarsi di spazi in cui può mutare e arricchirsi³⁰.

Ci sarebbero ancora molti aspetti da considerare³¹, fra i più importanti: una catalogazione delle varie tipologie di contenuti speciali, le modalità con cui si costruiscono effetti di realtà inserendo documentari in film a carattere storico, la eventuale possibilità di scaricarsi da internet contenuti speciali per costruirsi il “proprio” film... Con questo contributo volevamo semplicemente porre in evidenza l’importanza che può avere questa nuova tecnologia, lasciando a futuri studi il compito di approfondire le tematiche qui solo accennate³².

¹ Come sempre accade il contenuto del testo è stato pensato insieme dai due autori. Per quanto riguarda la stesura fisica del testo Patrick Coppock ha scritto il primo paragrafo e Nicola Bigi i paragrafi 2, 3, 4 e 5.

² Email: coppock.patrick@unimore.it, nbigi@dsc.unibo.it

³ Non entriamo qui nel discorso sulla distribuzione di film digitali in rete e sulla questione della tutela di diritti d’autore, anche se questi sono certamente temi molto attuali in questo ambito, dato che parliamo dell’oggetto film in termini di valore culturale e sociale.

⁴ Possiamo sostanzialmente intenderlo come un tipo di “fumetto” disegnato normalmente a mano, usato per ideare e guidare le tecniche di riprese nelle singole scene di un film.

⁵ Dalla fonte www.instat.com si nota come il DVD abbia avuto una rapidità di penetrazione del mercato tripla rispetto alla VHS e al CD. Si può vedere anche come dal 2003 il mercato DVD abbia raddoppiato profitti e quota di mercato rispetto alla VHS, con una previsione di sviluppo più che lineare.

⁶ A fronte di 800 titoli usciti nelle sale cinematografiche, grazie al DVD possono essere commerciabili 2.500 titoli proprio grazie al valore aggiunto che il DVD può fornire (Rossi 2003; Andrews 2002).

⁷ Sembra banale ma la rivista «Billboard» cataloga i dieci migliori DVD soprattutto in base alle ore inserite come contenuti extra.

⁸ A sua volta l'epitesto è diviso in privato e pubblico. Con "pubblico" si intendono le recensioni, interviste ecc. Con "privato" si intendono ad esempio lettere, conversazioni private, diari, in cui si accenna al testo. Per una analisi più approfondita di questo tema cfr. Demaria, Fedriga, a cura, 2001.

⁹ Si riferisce all'omosessualità e all'essere ebreo di Proust in relazione alla lettura dei passi della *Recherche* (N.d.R.).

¹⁰ Landowski parla di pubblicità in termini di opposizione fra logica dell'acquisto e logica del contratto, dove la prima propone beni o servizi (mettendo in risalto tratti che possono avvicinare il consumatore al prodotto o alla marca), mentre la seconda è orientata alla creazione di una relazione fra due soggetti.

¹¹ Per "prodotto culturale" intendiamo quelle forme di discorso grafico-verbale visivo, audiovisivo, multimediale che vengono prodotte, diffuse e fruite grazie agli apparati istituzionali e tecnologici della società industriale e post-industriale" (Colombo, Eugeni, a cura, 2001).

¹² Colombo (ib.), riprendendo Eco (1990) e Ginzburg (1986), fa una interessante analisi della "profondità" del prodotto culturale cercando di capire le relazioni fra esso, il mondo della produzione e il mondo del consumo.

¹³ Intendiamo cioè quella massa di materiali dove attori, registi, e altri parlano di come hanno vissuto la realizzazione del film.

¹⁴ In particolare "mette in scena" i personaggi Pentothal, Zanardi e Fiabeschi.

¹⁵ Nel titoli di testa compare: "Tratto dalle opere di Andrea Pazienza 'Pentothal' 'Zanardi' 'Pompeo' il libro rosso del male".

¹⁶ Il definire i fumetti, "opere", seppur condivisibile, ha in sé un giudizio di valore molto forte.

¹⁷ Devo questa osservazione a Nicola Dusi.

¹⁸ Intendiamo gli spezzoni del film che fanno da sottofondo al menu.

¹⁹ Con questo termine intendiamo un effetto applicato a un filmato con cui si cerca di dare le caratteristiche visive di un fumetto (per le caratteristiche del linguaggio dei fumetti cfr. Barbieri 1991).

²⁰ Si pensi anche al recente *Sin City* (2005).

²¹ Ci riferiamo alla catalogazione delle traduzioni proposta da Nicola Dusi (2003a), dove la traduzione può essere vista in un continuum fra sovrapposizioni parziali e totali.

²² Ma, per esempio, potrebbe anche essere trovata nel sito ufficiale del film.

²³ È il caso di *Codice Swordfish* (2001) contenente il sito. *Fratello dove sei* (2000), contiene alcuni passi stampabili dell'*Odissea*. È il caso di *Shrek 2* (2004) o *Monsters&Co.* (2001), contenenti videogiochi sia nel DVD per televisione, sia nella traccia DVD per PC. Oppure è il caso anche di quei film in cui è incluso un libro all'interno del cofanetto del DVD: *The Corporation* (2004), *Fahrenheit 9/11* (2004).

²⁴ Per esempio la questione del finale in relazione a fabula o intreccio.

²⁵ È il caso per esempio di *28 giorni dopo* di Danny Boyle (2002) dove il finale voluto dal regista era considerato troppo pessimista dalla produzione, che l'obbligò a cambiarlo. Il finale "originale" è incluso nel DVD.

²⁶ Il film parla di due amici conviventi, Andrea (Stefano Accorsi) e Bart (Liberio De Rienzo) e della loro vita quotidiana. Bart alle prese con l'odio per il mondo, Andrea innamorato di Dolores (Anita Caprioli) che però lascia nel momento

in cui scopre che lei è stata a letto con un regista per avere una parte (prima che si mettessero insieme). Lucia (Mandala Tayde), amica di Andrea, accompagna i due amici nelle loro battaglie con la vita. Il finale del film lascia in sospeso il futuro dei due protagonisti.

²⁷ A proposito di queste problematiche cfr. Casetti 1986; Eco 1985; Metz 1991; Barbieri 2004.

²⁸ La differenza fra mondi impossibili e mondi inverosimili è che i primi derivano il loro essere impossibili “dalla presenza di due o più mondi diversi che non siamo in grado di amalgamare senza creare contraddizioni insanabili” (Pisanty, Pellerey 2004, p. 279), invece i mondi inverosimili sono tali perché “sono mondi che non potremmo costruire a partire dalla nostra esperienza attuale poiché infrangono alcune leggi fisiche e/o enciclopediche di base” (p. 278).

²⁹ Ci rifacciamo ancora a Eco (1979) quando parla dei mondi possibili narrativi come mondi ammobiliati, che però non possono dire tutto e sono uguali al mondo di riferimento del lettore, tranne per ciò che esplicitamente viene evidenziato come differente.

³⁰ Per una introduzione ai cambiamenti della promozione cinematografica v. Bigi, Codeluppi 2005.

³¹ Le potenzialità del DVD non sono state colte solo dalla cinematografia, ma ormai si iniziano a vedere iniziative editoriali della carta stampata che allegano un DVD al libro. È il caso per esempio de *Il cammino di Santiago* di Coelho (Bompiani, 2004), o di *Rocinha. Racconti di favela* (Mondadori, 2004).

³² A Mariagrazia per come è quando ride, per quel che mi dà quando piange, a quel che dà al mondo quando guarda all'insù e pensa.