

C'era
tre volte...
copertine,
menu
e titoli
di testa

A partire dalla sua comparsa sul mercato alla fine degli anni Novanta, l'edizione in DVD ha avuto un'incidenza di grande rilievo sui processi di trasformazione e ri-definizione dell'"oggetto-cinema" e delle pratiche di fruizione a esso legate.

Oggi possiamo osservare il delinearsi di una discreta letteratura¹ sull'edizione digitale del film, che si è orientata lungo alcune principali direttrici: si è indagato per esempio lo statuto del "film in DVD", indeciso tra la forma testuale inedita (che avvicinerrebbe il cinema all'ipertestualità del web e all'interattività del videogame) e la riproposta della distinzione tra testo (il film) e paratesto (i materiali che lo contornano, gli "extra"); si è analizzato il ruolo del DVD rispetto alla progressiva perdita di centralità della sala cinematografica, e il suo posizionamento in relazione ai processi di "smaterializzazione" dell'audiovisivo (download e streaming); si è cercato di comprendere come il DVD agisca rispetto alle categorie di autore e genere, nonché al fenomeno delle versioni multiple di uno "stesso" film; si sono discussi modelli di edizioni critiche, e si è cercato di formalizzare il ruolo dei "contenuti extra" nei processi di interpretazione del film.

La riflessione ha tuttavia tendenzialmente² trascurato le componenti più significative del DVD come peritesto editoriale³, e si è quindi soffermata in maniera solo episodica sulla copertina e sul menu che modella l'accesso al film e ai "contenuti speciali". Omissione che colpisce, se si pensa alla rapidità e alla pervasività della penetrazione del DVD nel mercato dell'home video⁴, e se si prende atto del fatto che il DVD, inteso come edizione digitale del film, rappresenta ancora oggi, nonostante un recente e relativo indebolimento nel quadro complessivo delle pratiche di consumo audiovisivo, la forma di peritesto editoriale dominante nella circolazione del film⁵. O, per dirla con Genette, la forma editoriale che con maggiore incisività garantisce la presenza del film nel mondo, "la sua 'ricezione' e il suo consumo".

Evidentemente, questa affermazione non è priva di implicazioni, ed è anzi necessario, prima di poter procedere (*per poter procedere*) con l'analisi, affrontare alcune questioni preliminari.

1. Il tempo del paratesto e lo statuto del DVD

I principali tratti che definiscono e articolano il paratesto sono già chiaramente enunciati nell'Introduzione a *Soglie*. Genette ne individua e argomenta quattro: spaziali (ubicazione), temporali (situazione temporale), sostanziali e pragmatici, a cui aggiunge l'aspetto funzionale – che costituisce la caratteristica essenziale del paratesto, e rimane relativamente autonomo rispetto agli altri.

Sofferamoci momentaneamente sulla dimensione temporale, che ci consente di individuare sostanzialmente⁶ quattro tipi di paratesto, distinti sulla base della data di apparizione del testo: paratesto anteriore (alla prima edizione), originale (contemporaneo alla prima



C'era tre volte... Copertine, menu e titoli di testa

Valentina Re

edizione), ulteriore (di poco successivo alla prima edizione) e tardivo (separato da un ampio intervallo dalla prima edizione).

Rispetto a questa elementare tassonomia, l'edizione in DVD (e le sue componenti) pongono subito dei problemi.

In prima battuta, l'attribuzione del DVD all'ambito del paratesto ulteriore o tardivo appare scontata: è l'uscita in sala del film a costituire l'equivalente cinematografico di una prima edizione in volume, in rapporto alla quale il DVD andrebbe a configurarsi come una – pur particolarissima – "seconda edizione", o "edizione tardiva" (per esempio nel muto).

Individuare eccezioni rispetto a questo scenario è però fin troppo facile. L'edizione in DVD, ad esempio, può proporre un film, o la versione di un film, mai passati per la sala. Niente ci impedisce, in questo caso, di considerare come originali il DVD e le componenti paratestuali che propone. Ma come risolvere la compresenza, nella stessa edizione, della versione già vista in sala e di una nuova versione mai proposta prima? E ancora: come affrontare un DVD che dichiaratamente si dà come riedizione di una precedente edizione (postulata quindi come "originale") della stessa casa di produzione, che a sua volta riproponeva un film presentato nelle sale?

Ancora: la difficoltà di definire temporalmente la natura paratestuale del DVD (che peraltro, attraverso i contenuti che propone accanto al film, mescola sistematicamente elementi paratestuali anteriori, originali, ulteriori e a volte anche tardivi) mi pare nasconda una difficoltà definitoria ben più sostanziale, che tocca lo statuto stesso dell'edizione digitale del film. È d'obbligo dunque ritornare su quello che è il punto di riferimento per la caratterizzazione temporale del paratesto, vale a dire "la data di apparizione del testo". Come determinarla, se vogliamo ammettere l'estensione del termine

paratesto “ad aree [ed è il caso del cinema] in cui l’opera non consiste in un testo?” (Genette 1987 p. 400)⁷.

Per tentare di attribuire un “testo” (e quindi una “data di apparizione del testo”) a queste aree senza uscire dal quadro teorico generale presupposto da *Soglie*, mi pare si possa fare riferimento all’idea di “testo-oggetto”, inteso come “un’opera [...] riconosciuta come unitaria in una cultura data, la quale possiede un autore e un lettore, un contesto di produzione e un altro di ricezione” (Marrone 2007 p. 239); concezione che sembra peraltro intravedersi proprio nelle prime righe (ma non solo) di *Soglie*, in cui l’opera letteraria viene definita come “una serie più o meno lunga di enunciati verbali più o meno provvisti di significato” (Genette 1987 p. 3). Una serie *più o meno lunga*: ma comunque caratterizzata da una lunghezza già definita e già data, almeno culturalmente. Dunque, una serie chiusa, percepita come stabile e intersoggettivamente (convenzionalmente) condivisa. Ed è solo sulla base di questa nozione di testo che ci si può porre il problema dello statuto, dell’appartenenza, della funzionalità di elementi quali il nome dell’autore, i titoli, le dediche, le epigrafi, le prefazioni, ma anche di elementi quali i titoli di testa al cinema.

Rispetto a questa nozione, il paratesto si colloca in una posizione per certi versi ambivalente: presupponendola, da una parte, e contemporaneamente intaccandola, minacciandola, perché il paratesto (“zona indecisa tra il dentro e il fuori”) mette in discussione proprio quei limiti testuali (culturali, lo ribadiamo) senza i quali non avrebbe alcuna esistenza teorica. Un merito del concetto di paratesto è allora quello di “denunciare” la non naturalità di un’idea convenzionale (culturale) di “testo” a cui rimane, tuttavia, indissolubilmente legato. Questo merito della nozione di paratestualità emerge con particolare chiarezza nel caso del DVD.

L’attribuzione di alcuni elementi dell’edizione digitale all’ambito del paratesto anteriore, ulteriore o tardivo, infatti, è valida solamente se identifichiamo la data di comparsa del testo con la data di comparsa del film, e quindi se collochiamo il “film in DVD” nel quadro delle forme testuali – pur plurali – che il cinema ha elaborato nel corso del Novecento, con tutte le innovazioni/modificazioni che finiscono col convergere sul versante delle relazioni paratestuali e, quindi, delle pratiche di fruizione e dei frame interpretativi adottati. Ma tale collocazione non è né scontata né condivisa. Studi autorevoli, infatti, hanno individuato nel DVD un oggetto inedito che risulta dai processi di rimediazione tra cinema e nuovi media digitali, la cui identità non coinciderebbe affatto con quella del film che presenta, ma consisterebbe piuttosto in una “matrice che contiene un ventaglio di forme di attualizzazione del film potenzialmente infinito” (Quaresima 2008 p. 65).

È evidente che, in questa prospettiva, la distinzione tra “testo-film” e paratesto viene a cadere, sostituita da una nuova forma testuale ancora in fase di definizione. Il problema paratestuale ci metterebbe dunque di fronte

alla convenzione testuale e alla sua incrinatura: il “film in DVD” non è più, o soltanto, un film, ma ci obbliga a percorsi interpretativi e di fruizione che trascendono l’oggetto-film in senso stretto ed estendono l’ambito di attività dello spettatore.

Non è mia intenzione, in questa sede, optare in maniera univoca e risolutiva per la prima o per la seconda prospettiva; ma mi pare che alcuni elementi suggeriscano la plausibilità, non certo la definitiva validità, della prima, che la natura di questo intervento in fondo presuppone.

Più precisamente, e molto schematicamente, possiamo fare riferimento a tre ordini di considerazioni.

Un primo suggerimento proviene direttamente da *Soglie*. “I modi e le possibilità del paratesto”, ricorda Genette (1987 pp. 15-16),

si modificano incessantemente secondo le epoche, le culture, i generi, gli autori, le opere, le edizioni di una stessa opera, con differenze di pressione spesso notevoli: è ormai a tutti evidente il fatto che la nostra epoca ‘mediatica’ moltiplica intorno ai testi un tipo di discorso che il mondo classico ignorava. [...] La storia generale del paratesto sarebbe dunque ritmata dalle tappe di un’evoluzione tecnologica che le fornisce i suoi mezzi e le sue opportunità, quella dei suoi incessanti fenomeni di slittamento, sostituzione, compensazione e innovazione che garantiscono col passar del tempo e, in certa misura, l’aumento della sua efficacia.

Quello che circonderebbe il “film in DVD” nell’epoca del digitale, dunque, sarebbe un paratesto mutato, moltiplicato, ipertrofico: ma sempre di paratesto si tratterebbe⁸.

Un secondo ordine di considerazioni emerge nel momento in cui inseriamo *Soglie* nella più ampia e articolata riflessione di Genette sulla trascendenza testuale, che ci offre, soprattutto attraverso *L’opera dell’arte. Immanenza e trascendenza*, preziosi strumenti per leggere le specificità dell’edizione in DVD del film, il cui statuto andrebbe a collocarsi in una sorta di zona indecisa tra immanenza e trascendenza: più precisamente, tra l’esemplare autentico (se riconosciamo nel cinema un’arte autografica a oggetto multiplo), la manifestazione indiretta (come un tempo il VHS) e la nuova versione di una *stessa* opera, che si dà vuoi attraverso il rimaneggiamento, vuoi attraverso le possibilità di interazione tra il film e gli extra⁹.

Il terzo ordine di considerazioni riguarda più direttamente l’ambito delle pratiche di produzione e di consumo. Su questo secondo versante, l’ampia circolazione in rete di file video “rippati” da edizioni DVD e Blu-ray sembra confermare la centralità del film come oggetto di fruizione, e la relativa accessorietà di tutti i materiali accorpati sotto l’etichetta “extra”.

Sul versante della produzione, dichiarazioni come quelle di una delle più autorevoli case di produzione di DVD, la Criterion Collection, sembrano non lasciare dubbi:

Each film is presented uncut, in its original aspect ratio, as *its maker intended it to be seen*. Every time we start work on a film, we track down the best available film elements in the world, use state-of-the-art telecine equipment and a select few colorists capable of meeting our rigorous standards, then take time during the film-to-video digital transfer to create the most pristine possible image and sound. Whenever possible, *we work with directors and cinematographers to ensure that the look of our releases does justice to their intentions. Our supplements enable viewers to appreciate Criterion films in context*, through audio commentaries by filmmakers and scholars, restored director's cuts, deleted scenes, documentaries, shooting scripts, early shorts, and storyboards¹⁰.

“Our supplements enable viewers to appreciate Criterion films in context”: una dichiarazione che sembra perfettamente in linea con l'aspetto funzionale del paratesto, che è destinato ad assicurare al testo “una sorte conforme al disegno dell'autore” e che rappresenta “un discorso fondamentalmente eteronomo, ausiliario, al servizio di qualcos'altro che costituisce la sua ragione d'essere, e che è il testo. [...] Un elemento del paratesto è sempre subordinato al 'suo' testo, e questa funzionalità determina l'essenza del suo aspetto e della sua esistenza” (Genette 1987 p. 401 e 13).

Sulla centralità dell'aspetto funzionale del paratesto Genette ritorna anche nelle pagine conclusive di *Soglie*. Non solo per ribadirla, ma anche per fornire al lettore alcune precisazioni e un'avvertenza (Genette 1987 pp. 403-404):

Come tutti gli intermediari, il paratesto tende a volte a travalicare la sua funzione e a diventare uno schermo, e dunque a giocare la sua partita a scapito di quella del testo. L'antidoto a questo pericolo è evidente, e molti [...] autori fanno utilizzarlo: andarci piano. In realtà, lo stesso principio vale, o dovrebbe valere per l'autore come per il lettore, e viene riassunto da questo semplice slogan: *attenzione al paratesto!*

Non sappiamo se questo monito sia valido per molte delle *deluxe*, *special*, *limited*, *collector's edition* che circolano oggi in DVD; quello che possiamo rilevare è che le pratiche di edizione del film in DVD incentivano spesso un'esuberanza paratestuale che rischia di sovrastare il testo, di sostituirsi a esso o, piuttosto, inglobarlo in un nuovo “oggetto”. E che il monito presente nell'ultima pagina di *Soglie*, come vedremo subito, va molto al di là del “cattivo servizio” reso da un paratesto ipertrofico.

2. Attenzione al DVD! Paratesto e pluralità operale

Sempre nell'Introduzione a *Soglie*, e a proposito dello statuto sostanziale del paratesto, Genette (1987 p. 9) si sofferma brevemente sui caratteri e gli effetti di quello che definisce paratesto *fattuale*, vale a dire “costituito non da un messaggio esplicito (verbale o altro), ma da un fatto la cui sola esistenza, se conosciuta dal pubblico, apporti qualche commento al testo e abbia un peso

sulla sua ricezione” – peso che evidentemente si fa più significativo nel momento in cui un esplicito riferimento va a inscrivere tale “fatto” nel paratesto.

Dopo aver fornito alcuni esempi (età e sesso dell'autore, data dell'opera, contesto autoriale, generico e storico), Genette (1987 p. 10) conclude con un avvertimento: “Non dico che bisogna saperlo: 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”.

A distanza di alcuni anni dalla stesura di *Soglie*, e di nuovo in *Immanenza e trascendenza*, la questione del paratesto fattuale farà di nuovo la sua comparsa (almeno implicitamente) nelle forme di trascendenza, attraverso l'idea di *pluralità operale*; l'idea, cioè, di una “pluralità funzionale (attenzione, ricezione) delle opere – o [...] del fatto che un'opera [...] non produce mai due volte lo stesso effetto, o – che è lo stesso – non assume mai lo stesso senso” (Genette 1994 p. 252). Si tratta, evidentemente, di una condizione di pluralità data dalla ricezione o, meglio, da ricezioni diverse che di volta in volta attivano proprietà diverse di una *stessa* opera. Parafrasando Genette, potremmo dire che un film *cambia* per il fatto che *non cambia*¹¹ quando tutto, intorno a esso, *cambia*: uno stesso “oggetto d'immanenza” produce *opere* diverse in quanto suscita letture e ricezioni diverse.

Se è vero, come suggerisce Genette, che ci dibattiamo tra un anacronismo (soprattutto rispetto alle opere del passato) o anatopismo spontanei e inevitabili e uno sforzo di correzione e di riavvicinamento al contesto di origine, il rimando a *Soglie* e al ruolo del paratesto, autentico “strumento di adattamento” che regola la pluralità e dirige il nostro sforzo correttivo, diventa inevitabile (sebbene Genette in *Immanenza e trascendenza* non lo suggerisca direttamente): “[il paratesto] costituisce tra l'identità ideale, e relativamente immutabile, del testo e la realtà empirica (socio-storica) del pubblico, [...] una specie di chiusa che permetta a questi due mondi di restare allo stesso livello, o, se preferiamo, un compartimento stagno che aiuti il lettore a passare senza troppa difficoltà respiratoria da un mondo all'altro” (Genette 1987 pp. 401-402).

Il paratesto, dunque, si configurerebbe come strumento per impedire una deflagrazione della pluralità operale che, spinta ai suoi limiti estremi, produrrebbe interpretazioni aberranti e usi sconsiderati del testo. Se, dunque, “un [film] cambia per il fatto che non cambia quando il mondo cambia”, il paratesto interverrebbe a “cambiare” il testo quel tanto che basta a non farlo cambiare nel mutato contesto: il paratesto rinegozia l'identità del testo, fornisce strumenti utili a poter distinguere il contesto di produzione da quello di ricezione, e a comprenderne le differenze.

Ci piace pensare all'ambiente ipermediale che il DVD costruisce intorno al film come a un “compartimento stagno” che faciliti il passaggio e orienti l'entrata dello spettatore. Ma dobbiamo ricordare il monito: “Attenzione al paratesto!”.



Fig. 1 – *M* (F. Lang, 1931): menu dell'edizione DVD DNC/Dall'Angelo

L'edizione in DVD, nel suo dotare il film di un certo apparato paratestuale, può infatti avere un ruolo decisivo nell'enfatizzare o "congelare" la pluralità operale: un'edizione in DVD, ad esempio, può far dialogare ricezioni e interpretazioni diverse (anche "concorrenti"), o al contrario imporne una come "dominante". E se è vero che lo spettatore può attivare o non attivare, oppure attivare solo parzialmente, lo sfondo anche plurale su cui il DVD colloca il film¹², tale sfondo rimane comunque preordinato, preconfezionato e costruito sulla base di scelte editoriali mai neutre.

Scelte che si manifestano e si attivano, evidentemente, fin dalla copertina.

3. Il titolo come marchio: da *M* a *Psycho*

Il contesto generico di un'opera è uno degli elementi che Genette menziona in *Soglie* a proposito del paratesto fattuale e riprende in *Immanenza e trascendenza* in merito alla pluralità operale, specificando (Genette 1994 p. 266):

Le determinazioni generiche dipendono in larga misura da categorie che appartengono alla loro epoca: l'elegiaco, il lirico, il tragico non designano più per noi gli stessi tratti che designavano per un Greco o un Romano dell'Antichità [...], e il colore "romanzesco" che riconosciamo all'*Odissea* deve molto alla tardiva emergenza di un genere di cui l'Antichità classica non aveva alcun sospetto.

E una bizzarra indicazione di genere, chiaramente riconducibile a pratiche di "deliberato anacronismo", è quella che troviamo sulla copertina dell'edizione DNC/Dall'Angelo di *M* (Fritz Lang, 1931), che retrospettivamente identifica l'opera come "Il primo film sui Serial Killer": adoperando un'etichetta ("film sui serial killer") non solo totalmente estranea al contesto dell'epoca di produzione, ma decisamente vaga e opinabile anche nel contemporaneo contesto di ricezione¹³.

Curiosamente, e sempre in copertina, la definizione generica si sposa con il criterio autoriale ("dal genio di Fritz Lang"), e il processo di attualizzazione si coniuga,



Fig. 2 – *M* (F. Lang, 1931): manifesto promozionale

in maniera ambivalente, alla riproposta (in copertina ma anche nel menu – fig. 1) di un manifesto d'epoca (paratesto anteriore – fig. 2) e della grafica dei titoli di testa (paratesto originale – fig. 3), che riprende a sua volta il momento preliminare alla marchiatura del mostro nel film (fig. 4).

Con largo anticipo rispetto alle celeberrime realizzazioni di Saul Bass negli anni Cinquanta¹⁴, su cui torneremo, il titolo disegnato per *M* funziona (ancora oggi) come *logotipo* e *pittogramma*, rielaborazione grafica e figurativa di un lessema o di un enunciato in grado di produrre particolari effetti di senso che vanno a interagire con il significato immediatamente denotato, autentico *marchio* che comincia a costruire l'identità del film, anticipa per condensazione dei temi, avvia le attività interpretative dello spettatore.

Si noti che i caratteri grafico-figurativi delle copertine di altre edizioni in DVD di *M* corrispondono nella maggior parte dei casi a una scelta precisa e alternativa a quella appena delineata, e che rispetto a questa si caratterizza per un rapporto di identità e differenza. Di nuovo, infatti, viene scelta la sequenza della marchiatura: ma alla mano del "marchiatore" viene preferito l'istante in cui il "marchiato" si riconosce come tale (fig. 5). Di nuovo si sceglie l'iscrizione diegetica del titolo (o la valenza di interpellazione extradiegetica di una scritta di scena), anche se muta lo spazio corporeo di iscrizione. Quella a cui si rinuncia è la rielaborazione grafica dell'immagine filmica, così come era circolata nel paratesto dell'epoca – marchio del mostro, marchio del film. A questa seconda opzione sono riconducibili le copertine delle edizioni DVD Criterion ed Eureka, così come l'edizione CVC/Dall'Angelo (fig. 6).



Fig. 3-4 – *M* (F. Lang, 1931)

Come si è accennato, la forza e l'efficacia paratestuale del titolo-logotipo si rilevano chiaramente nella persistenza delle creazioni di Saul Bass, che oggi proseguono il loro lavoro al servizio del film nelle copertine e nei menu di numerose edizioni in DVD.

Nei titoli di testa¹⁵ che Bass realizza nel 1955 per *L'uomo dal braccio d'oro* (*The Man with the Golden Arm*, Otto Preminger), una serie di barre bianche di dimensioni diverse si muovono nello spazio del quadro fino a comporre la sagoma distorta di un braccio (figg. 7-8). Seppur le linee non siano parallele ai margini del quadro, il movimento è regolato (in verticale e in orizzontale) da quella struttura a griglia che caratterizza l'impostazione di molte opere di Bass. Se da un lato viene sostanzialmente figurativizzato il lessema braccio, a livello plastico si danno una serie di contrasti (bianco vs nero, movimento regolato e costante vs dimensioni variabili e angolazioni irregolari delle bande bianche, linee rette vs linea spezzata del braccio) che producono quell'effetto di distorsione e lacerazione che si rifletterà sul protagonista del film.

Singularmente, l'efficacia dell'idea visiva di Bass torna non solo, e prevedibilmente, nel menu dell'edizione DVD Ermitage del film (fig. 9), ma anche nei menu delle edizioni in DVD di altri film di Preminger (ad esem-



Fig. 5 – *M* (F. Lang, 1931)



pio *Il cardinale* [*The Cardinal*, 1963] e *Il fattore umano* [*The Human Factor*, 1979], figg. 10 e 11), a veicolare oggi non tanto l'identità filmica di *L'uomo dal braccio d'oro* quanto, piuttosto, l'identità autoriale di Otto Preminger.

Quello di *Psycho* (Alfred Hitchcock, 1960) è un altro titolo-logotipo di Saul Bass che ha profondamente caratterizzato la sequenza peritextuale dei titoli di testa e torna oggi a marcare l'identità del film nelle copertine delle molteplici edizioni in DVD esistenti.

Come nei titoli di *L'uomo dal braccio d'oro*, l'intera sequenza sembra costruirsi sull'opposizione regolarità vs irregolarità. Regolare è la struttura a griglia che, pur senza mai figurativizzarsi, funziona da principio di composizione, regolando non solo il movimento (di espansione e contrazione) delle bande grigie, ma anche le dimensioni e lo spostamento delle menzioni verbali nel quadro. È in questa struttura ordinata che si va a innestare il principio di disordine e di disturbo legato al particolare trattamento dei font. Alla comparsa del titolo del film, infatti, i caratteri vengono tagliati in tre strisce orizzontali dalle bande che li attraversano, e il segmento interno viene fatto slittare sia a destra che a sinistra, creando un forte effetto di distorsione (figg. 12-13). Nella copertina dell'edizione in DVD Universal Studios si conserva visivamente l'idea di lacerazione nel lettering del titolo

103



Fig. 6 – *M* (F. Lang, 1931): copertina dell'edizione DVD CVC/Dall'Angelo



Figg. 7-8 – *L'uomo dal braccio d'oro* (*The Man with the Golden Arm*, O. Preminger, 1955)

e nel trattamento grafico delle immagini, che richiama, pur nella sola dimensione verticale, la struttura a griglia (fig. 14).

4. Tutto quello che il paratesto permette: da *Secondo amore* a *Cannibal Love*

La riflessione sul titolo come marchio, e sugli effetti di senso che produce attraverso la sua presenza diffusa nella zona paratestuale che circonda il film e ne negozia l'identità, ci ha gradualmente allontanati dal monito genetiano, su cui è ora necessario ritornare.

Attenzione al paratesto, dunque: o, più specificatamente, attenzione a come il paratesto regola la pluralità operale, esaltando o al contrario narcotizzando differenti ricezioni che si sono stratificate nella vita del film. Osserviamo, per cominciare, le copertine di tre diverse edizioni DVD di *Secondo amore* (*All That Heaven Allows*, Douglas Sirk, 1955) (figg. 15-17).

La prima è l'edizione italiana Flamingo Video/Cecchi Gori Home Video e ha una chiara identità di collana ("Il piacere del cinema. Grandi film scelti da Vieri Razzini") che ne determina l'impostazione grafica. Anche nella seconda l'impostazione è determinata dall'identità editoriale di Criterion Collection, riconoscibilissima nella sottile linea bianca che ne evidenzia sobriamente il marchio e ribadita in quarta di copertina ("The Criterion Collection, a continuing series of important classic and contemporary films") e nel numero sul dorso che identifica l'edizione nella "serie Criterion". Ad avere una forte identità editoriale è anche il DVD di Carlotta Films, etichetta prestigiosa quanto Criterion, seppur meno nettamente riconoscibile nell'impostazione grafica della copertina. La scelta di proporre la rielaborazione di un'immagine filmica caratterizza le tre edizioni, ma con una differenza significativa che distingue chiaramente l'edizione italiana dalle altre.

L'edizione Flamingo Video, infatti, opta per un primo piano intenso della coppia, a cui associa un titolo che riprende il lettering dei materiali promozionali dell'epoca

(figg. 18-19). La "fedeltà" all'identità del film costruita dalla Universal degli anni Cinquanta si rinviene anche nella menzione delle due star protagoniste, che in qualche modo sovrasta il riferimento autoriale (praticamente assente nel contesto di ricezione originario del film). Carlotta Films ribadisce l'isotopia della coppia ma declinata secondo la chiave dell'intimità, piuttosto che della passione; elimina i riferimenti divistici e convoca invece un criterio autoriale strettamente coniugato a un criterio di genere: "Douglas Sirk/Le maître du mélodrame hollywoodien".

La scelta più radicale è senza dubbio quella di Criterion, che non solo mantiene in copertina unicamente il riferimento autoriale, ma sceglie un'immagine che costituisce già un indizio della lettura fortemente orientata che l'edizione propone. La coppia di amanti, infatti, è ritratta in piedi, di profilo, di fronte a una vetrata; i due non si guardano: il loro sguardo sembra perdersi al di là della finestra. L'immagine sembra costituire una sorta di sintesi della poetica sirkiana così come è stata definita e, per certi versi, ri-costruita dalla critica accademica tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta¹⁶, in contrapposizione, piuttosto che a integrazione, del confinamento (fino a quel momento prevalente) della produzione sirkiana alla Universal all'interno dei cosiddetti *women's weepies* – antesignani, da un punto di vista sia estetico che tematico, delle soap opera televisive.

Eliminato l'equivoco dell'intreccio amoroso e delle peripezie romanzesche ai limiti dell'inverosimiglianza, rimangono soltanto la solitudine e l'inadeguatezza dei personaggi, la loro impossibilità di relazionarsi con se stessi e con l'esterno, l'incapacità di cambiare un destino che pare sempre già deciso; e rimane l'abilità di Sirk di sabotare dall'interno, attraverso un'adesione apparente e di superficie ai canoni del melodramma, intrecci banali e reazionari, capovolgendone i valori attraverso un'acuta consapevolezza delle risorse espressive del mezzo cinematografico. Proprio come nell'immagine che vediamo nella copertina dell'edizione Criterion, simile a tante altre immagini sirkiane in cui le grandi

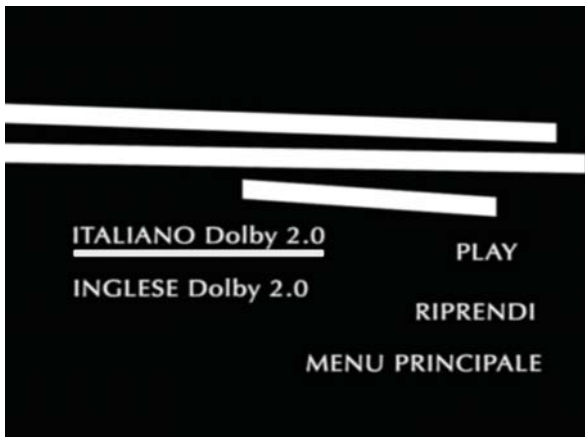


Fig. 9 – *L'uomo dal braccio d'oro* (*The Man with the Golden Arm*, O. Preminger, 1955): menu dell'edizione DVD Ermitage



Fig. 10 – *Il cardinale* (*The Cardinal*, O. Preminger, 1963)



Fig. 11 – *Il fattore umano* (*The Human Factor*, O. Preminger, 1979): menu dell'edizione DVD Mondo Home Entertainment

dimore familiari americane diventano prigioni e le finestre, anziché garantire il contatto con l'esterno, non fanno altro che sottolineare l'impotenza, la distanza sistematicamente incolmabile tra ciò che si è o si ha e ciò che si desidera, l'impossibilità di fuga, di cambiamento, di miglioramento.



Figg. 12-13 – *Psycho* (A. Hitchcock, 1960)



Fig. 14 – *Psycho* (A. Hitchcock, 1960): copertina dell'edizione DVD Universal Studios

Il frame interpretativo proposto (o imposto, visto che della ricezione d'epoca non rimane praticamente traccia) da Criterion, e suggerito fin dall'immagine di copertina, trova poi conferma nel testo che introduce il film nella quarta¹⁷ e, soprattutto, nell'apparato paratestuale che accompagna il film, e che comprende significativamente, tra gli altri "contenuti speciali", il celeberrimo saggio di Rainer Werner Fassbinder (1971) in omaggio a Sirk e un intervento di Laura Mulvey, tra i protagonisti del processo di rivalutazione e rilettura dei melodrammi sirkiani negli anni Settanta¹⁸.



Fig. 15 – *Secondo amore* (*All That Heaven Allows*, D. Sirk, 1955): copertina dell'edizione DVD Flamingo Video/ Cecchi Gori Home Video



Fig. 18-19 – *Secondo amore* (*All That Heaven Allows*, D. Sirk, 1955): manifesti promozionali



Fig. 16 – *Secondo amore* (*All That Heaven Allows*, D. Sirk, 1955): copertina dell'edizione DVD Criterion Collection



Fig. 17 – *Secondo amore* (*All That Heaven Allows*, D. Sirk, 1955): copertina dell'edizione DVD Carlotta Films

L'edizione Carlotta Films, come già emerso dalla menzione in copertina, insiste maggiormente sui caratteri di artisticità del film e sul primato all'interno del genere melodrammatico. Un'ottica che trova conferma nei riferimenti della quarta («Un mélodrame superbe d'intelligence et de perspicacité», Jacques Lourcelles), «Sommet dans la période de plénitude artistique de Douglas Sirk, *Tout ce qui le ciel permet* fait partie des chefs-d'œuvre du mélodrame») e che si dispiega nell'apparato paratestuale, complessivamente più vario e meno «allineato»¹⁹.

La capacità del paratesto di rinegoziare l'identità del film, di intervenire sulle distorsioni interpretative che possono derivare dal divario tra contesto di produzione e contesto di ricezione, e quindi sulla pluralità operale, emerge naturalmente in maniera più vistosa nelle riedizioni contemporanee di film appartenenti a un passato ormai piuttosto lontano. Ma non dobbiamo credere che questa attività di adeguamento l'edizione in DVD non la eserciti anche rispetto a film vicini a noi nel tempo e nello spazio. Con effetti, come vedremo subito, che possono risultare addirittura perversi.

Per accorgersene, è sufficiente osservare la copertina (fig. 20) dell'edizione francese del film di Claire Denis *Trouble Every Day* (2001) e confrontarla con l'edizione italiana (fig. 21), che trasforma il titolo in *Cannibal Love – Mangiata viva*.

Il film ne esce trasfigurato: da una parte abbiamo un film d'autore selezionato al festival di Cannes, scandito dalla colonna sonora originale di una band sofisticata come i Tindersticks, definito “sensuale e ipnotico”, “una lezione di messa in scena” dalla critica (in quarta di copertina). Dall'altra (il lettering del titolo è inequivocabile quanto inappropriato) un horror fantabiologico (confermato anche dalle scelte grafiche nel menu, fig. 22) che così viene presentato in quarta: “Alcuni ricercatori francesi che stanno compiendo esperimenti sulla libido umana, trasformano persone normali in cannibali ipersessuati...”.



Fig. 20 – *Trouble Every Day* (C. Denis, 2001): copertina dell'edizione DVD M6 Vidéo



Fig. 21 – *Trouble Every Day* (alias *Cannibal Love – Mangiata viva*, C. Denis, 2001)



Fig. 22 – *Trouble Every Day* (alias *Cannibal Love – Mangiata viva*, C. Denis, 2001): menu dell'edizione DVD Cecchi Gori Home Video

Evidentemente, la trasfigurazione del film di Claire Denis a opera del paratesto è molto più vicina al primato di *M* nell'“insieme dei film sui serial killer” che alla consapevole (e se vogliamo, tutto sommato, giustificabile) rimozione del contesto di ricezione originario nell'edizione Criterion di *Secondo amore*. E tuttavia, in tutti e tre i casi, la relazione in gioco è sempre quella tra paratesto e pluralità operale: se da un lato (*M* e *Trouble Every Day*) la direzione è quella di una proliferazione paradossale e incontrollata, dall'altro (*Secondo amore*) si imbecca la direzione opposta della restrizione forse legittima, ma sicuramente non obbligatoria.

La conclusione (ovvia, necessaria e laconica) la rubiamo a Genette (1987 p. 403):

Dal fatto che il paratesto svolge sempre una funzione non consegua necessariamente che la svolga sempre bene. [...] L'azione del paratesto equivale molto spesso a un'influenza, se non addirittura a una manipolazione, che viene subito in modo inconscio. Questo modo di agire va indubbiamente nell'interesse dell'autore, non sempre del lettore. Per accettarlo, ma anche per rifiutarlo, è meglio percepirlo fino in fondo.

Note

1 Per una bibliografia essenziale si può fare riferimento a Quaresima, Re, a cura, 2010.

2 Con alcune recenti eccezioni. Si vedano per esempio, nello stesso volume, i saggi di Pierpaolo De Sanctis, Jan Distelmeyer, Guglielmo Pescatore ed Emanuela Zaccone, nonché Dusi 2008.

3 Ovvero, “tutta quella zona del peritesto che dipende dalla responsabilità diretta e principale (ma non esclusiva) dell'editore, o forse, più astrattamente, ma più esattamente, dell'edizione, cioè dal fatto che un libro venga pubblicato, ed eventualmente ripubblicato e proposto al pubblico con una o più presentazioni, più o meno diverse. La parola *zona* indica che il tratto caratteristico di questo aspetto del paratesto è essenzialmente spaziale e materiale; si tratta del peritesto più esterno: la copertina, il frontespizio e i loro annessi; e della realizzazione materiale del libro” (Genette 1987 p. 17).

4 Per una quantificazione più precisa dell'impatto del DVD si possono consultare i Rapporti annuali sullo stato dell'editoria audiovisiva in Italia disponibili sul sito dell'Unione Italiana Editoria Audiovisiva, http://www.univideo.org/cms/index.php?dir_pk=16, consultato il 21/10/2010.

5 Pensare al DVD nei termini più generali di “edizione digitale del film” ha un duplice vantaggio. Da un lato consente, pur tenendo conto delle differenze di supporto e di formato, di estendere la riflessione anche ai dischi di nuova generazione (Blu-ray Disc), che sostanzialmente non mutano le forme di presentazione del film sviluppate dal DVD. Dall'altro, orienta l'attenzione verso il ruolo delle forme materiali di circolazione del film rispetto alle pratiche di fruizione e ai processi di significazione del film stesso. In questa prospettiva si vedano anche le considerazioni di Roger Chartier (1995 p. 8): “Quando la ricezione di un testo avviene all'interno di dispositivi di rappresentazione molto diversi tra loro, lo ‘stesso’ testo non è più lo stesso. [...] Individuare gli effetti di senso prodotti da queste forme materiali è una necessità per chi voglia comprendere, nella loro storicità, gli usi e le interpretazioni di cui un testo è stato investito”.

6 Perché a questi quattro tipi andrebbero aggiunte le categorie più generali di paratesto antumo e postumo.

7 Principalmente nel senso di oggetto di immanenza ideale della letteratura, presente in *Soglie* e centrale nel successivo *L'opera dell'arte. Immanenza e trascendenza* (Genette 1994), e che in questa sede verrà deliberatamente lasciato sullo sfondo.

8 Con l'obbligo di una precisazione: quello che sembra essere valido per l'apparato paratestuale a volte ipertrofico dell'edizione in DVD non lo è in termini universali e aprioristici. Se è vero, come si diceva, che il paratesto presuppone un “testo-oggetto” e, contemporaneamente, ne mette in discus-

sione i limiti, possono darsi casi in cui tali limiti vengono compromessi e l'autonomia del testo-oggetto si incrina. Pensiamo, per esempio, a operazioni mediatiche nate nel solco di quella denominata *The Blair Witch Project* (1999), in cui l'autonomia del film, e quindi la legittimità della distinzione testo/paratesto, appaiono molto più controverse e problematiche. Oppure a casi di "elefantiasi paratestuale" di gran lunga precedenti alla "nostra epoca mediatica", come l'opera *Le Chef d'œuvre d'un inconnu* (1714) di Thémiseul de Saint-Hyacinthe, esaminata da Umberto Eco, che osserva come su una quarantina di versi irrilevanti l'autore monti "un apparato critico inizialmente di circa duecento pagine, con i richiami intertestuali più svariati, affrontando la polemica degli Antichi e dei Moderni, trattando grottescamente il suo testo come se fosse opera eccelsa, non risparmiandosi nessuna esibizione erudita. E sarebbe già abbastanza per vedere nel *Chef d'œuvre* una bella parodia della critica dotta e, vorremmo dire, dell'eccedenza del paratesto sul testo, se il testo parodisticamente rilevante non fosse proprio l'apparato critico, testo alla seconda potenza di cui i quaranta versi – oggetto del commento – sono solo il pretesto" (Eco 2004 p. 139).

9 Ho provato a impostare la questione in maniera più dettagliata in Re 2008.

10 Dal sito web ufficiale: http://www.criterion.com/about_us, consultato il 21/10/2010 (corsivo mio).

11 "Un libro cambia per il fatto che non cambia quando il mondo cambia" (Genette 1994 p. 268). Tale parafrasi implica una forzatura, perché è evidente a tutti che se accettiamo l'attribuzione del cinema alle arti autografiche, l'oggetto fisico in cui l'opera consiste è soggetto anche e innanzi tutto a un'altra forma di pluralità operale, quella delle trasformazioni fisiche (progressive o istantanee). Il film dunque, e su questo non c'è dubbio, cambia. La parafrasi vuole solo suggerire la pertinenza della pluralità operale per entrambi i regimi (allografico e autografico), anche se, naturalmente, "i testi, a causa della loro idealità, sono gli unici oggetti d'immanenza che 'non cambiano' *stricto sensu*" (Genette 1994 p. 268).

12 Si vedano, a questo proposito, anche le suggestioni insite nella definizione che Antoine Compagnon (1979 p. 328) propone della nozione di "perigrafia" (nozione a cui peraltro Genette stesso riconduce il suo peritesto): "La *périgraphie* est une zone intermédiaire entre le hors-texte et le texte. Il faut passer par elle pour accéder au texte. [...] C'est une *scénographie qui met le texte en perspective*" (corsivo mio).

13 Seppur probabilmente efficace nel suo riferimento ai serial killer, piuttosto che a un imprecisato insieme di "film sui serial killer".

14 Si veda il proposito inaugurale di Gérard Blanchard (1978 p. 81): "A la règle 'd'unité graphique' d'un éditeur ou d'une collection correspondent la politique publicitaire d'une marque, l'image de marque' d'une firme, qui lui est en partie liée. Cette image de marque est celle qu'en bon publicitaire Saul Bass imposera aux firmes pour lesquelles il travaillera. [...] Nous allons voir à l'œuvre le graphiste Bass travaillant à 'logotyper' le titre d'un film en fonction de son utilisation dans le générique, dans le matériel publicitaire (affiche, annonce, etc.), sur les pochettes de disque et autres".

15 Oggetto peraltro di diversi studi recenti, tra cui Bass, Kirkham 2011; Moinereau 2009; Carlini 2009; Tyłski 2008; Tyłski, a cura, 2008; Solana, Boneu 2007; Re 2006; Veronesi 2005.

16 Per una panoramica si vedano Horrigan 1980 e Klinger 1994.

17 "Sirk utilizes expressionist colors, reflective surfaces, and frames-within-frames to convey the loneliness and isolation of a matriarch trapped by the snobbery of her children and the gossip of her social-climbing country club chums. Criterion is proud to present this subversive Hollywood tearjerker in a new Special Edition".

18 Si veda per esempio Halliday, Mulvey, a cura, 1972 (che contiene, tra l'altro, la traduzione inglese del saggio di Fassbinder).

19 Comprende, per esempio, un'intervista a Jean-Loup Bourget, in cui la questione dell'"evoluzione" della ricezione dei melodrammi di Sirk è apertamente problematizzata, un'altra intervista a Todd Haynes, autore di un film che non è solo un remake parziale di *Secondo amore*, ma un autentico omaggio all'intero universo sirkiano (*Lontano dal paradiso, Far from Heaven*, 2002), un piccolo "film-mix" realizzato da François Ozon che mette letteralmente in parallelo il film di Sirk e *La paura mangia l'anima (Angst essen Seele auf)*, il remake realizzato da Fassbinder nel 1974.

Bibliografia

- Bass, J., Kirkham, P., 2011, *Saul Bass. A Life in Film & Design*, London, Laurence King.
- Blanchard, G., 1978, "Saul Bass: génériques et films", in "Communication et langages", n. 40, pp. 76-96.
- Carlini, F., 2009, *Popcorn Time. L'arte dei titoli di testa*, Genova, Le Mani.
- Chartier, R., 1995, *Forms and Meanings: Texts, Performances, and Audiences from Codex to Computer*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press; trad. it. *Cultura scritta e società*, Milano, Sylvestre Bonnard, 1999.
- Compagnon, A., 1979, *La Seconde Main ou le travail de la citation*, Paris, Seuil.
- Dusi, N., 2008, "Reinterpretare, ricreare e sorprendere: per una semiotica del DVD", in "Bianco e nero", n. 561-562, pp. 32-42.
- Eco, U., 2004, "Para peri epi, e dintorni in un falso del XVIII secolo", in "Paratesto", n. 1, pp. 137-144.
- Fassbinder, R. W., 1971, "Imitation of Life", in "Fernsehen und Film", n. 2; trad. it. "Fassbinder parla di Sirk", in "Cult Movie", n. 13/14, 1982/1983, pp. 19-25.
- Genette, G., 1987, *Seuils*, Paris, Seuil; trad. it. *Soglie*, Torino, Einaudi, 1989.
- Genette, G., 1994, *L'Œuvre de l'art. Immanence et transcendance*, Paris, Seuil; trad. it. *L'Opera dell'arte. Immanenza e trascendenza*, Bologna, Clueb, 1999.
- Genette, G., 1997, *L'Œuvre de l'art. La relation esthétique*, Paris, Seuil; trad. it. *L'Opera dell'arte. La relazione estetica*, Bologna, Clueb, 1998.
- Halliday, J., Mulvey, L., a cura, 1972, *Douglas Sirk*, London, Edinburgh Film Festival/National Film Theatre/John Player and Sons.
- Horrigan, W., 1980, *An Analysis of the Construction of an Author: The Example of Douglas Sirk*, Ph.D. dissertation, Northwestern University.
- Klinger, B., 1994, *Melodrama and Meaning History, Culture and the Films of Douglas Sirk*, Bloomington/Indianapolis, Indiana University Press.
- Marrone, G., 2007, "L'invenzione del testo. Appunti per una ricerca", in "Versus", n. 103/105, pp. 237-252.
- Moinereau, L., 2009, *Le Générique de film. De la lettre à la figure*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Pezzini, I., a cura, 2002, *Trailers, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, Roma, Meltemi.
- Quaresima, L., 2008, "Singolare/plurale. Di alcune conseguenze della forma di esistenza digitale del film", in "Bianco e nero", n. 561/562, pp. 64-75.
- Quaresima, L., Re, V., a cura, 2010, *Play the movie. Il DVD e le nuove forme dell'esperienza audiovisiva*, Torino, Kaplan.
- Re, V., 2006, *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa*, Udine, Campanotto.
- Re, V., 2008, "Opere plurali/ricreazioni plurali: la vita multipla del film nell'epoca del digitale", in "Bianco e nero", n. 561/562, pp. 43-61.
- Solana, J., Boneu, A., 2007, *Uncredited. Graphic Design & Opening Titles in Movies*, Barcelona, Index Books.
- Tylski, A., 2008, *Le Générique de cinema. Histoire et fonctions d'un fragment hybride*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- Tylski, A., a cura, 2008, *Les Cinéastes et leurs génériques*, Paris, L'Harmattan.
- Veronesi, M., 2005, *Le soglie del film. Inizio e fine del cinema*, Torino, Kaplan.