

FENOMENOLOGIA DEL FAN FILMMAKER

di Serafino Murri

Il fan movie è un fenomeno antico quanto il cinema: riappropriazione soggettiva, radicalmente antiprofessionale, della cultura tra mitologie hollywoodiane e trailer di film inesistenti.

Lfan film è un fenomeno antico quanto il cinema. Quando il potere immaginifico hollywoodiano, con quelli che **Chaplin** definiva i suoi “drammi in lattina”, aveva come *competitors* la radio e i primi *comics* su scala industriale, i cineamatori della Carolina del Sud realizzavano, nel 1926, *spin-off* della celebre serie *Our Gang*. Attraverso un cinema underground di matrice per lo più universitaria, passando per la riproducibilità Pop della Factory di **Warhol**, il fenomeno emerge col diffondersi delle tecnologie amatoriali a basso costo negli anni '70, quando i fedeli di chiese seriali *sci-fi*, come *Star Trek*, fanno della riproduzione dei loro mondi possibili un rito magico-evocativo. Serialità e *fan-filmmaking* traggono linfa dallo stesso impulso: smentire la finitezza dell'opera, l'enigma del suo essere conclusa, perorandone la causa di un'utopistica autonomia, di una “vita” eterna e reversibile. Nell'era della ri-mediazione digitale dell'Immaginario, le cui cliccabili Terre Desolate sono spazzate dal

vento di una postmodernità in metastasi, dove la sola originalità concessa alle orde di aspiranti e *talents* della metamorfosi liquida è la replica dell'esistente, la fenomenologia del *fan movie* si rivela come lama a doppio taglio della Società dello Spettacolo Integrato: la riappropriazione delle sue reificate immagini archetipiche, che attualizza nel rito mimetico-identificatorio privato miti collettivi. In questa prospettiva, *Be kind, rewind* del *jongleur* **Gondry** è qualcosa di più della scanzonata epopea dell'ombelicale cinefilia che trova in **Tarantino**, l'ex-commesso di videoneggio, il suo profeta cultuale. A differenza della cinefilia integrata con i suoi “furti d'autore”, il *fan movie* è un'amorosa dissacrazione che

toglie l'aura dell'ufficialità all'icona e la trasforma in rito carnascialesco, dove l'oggetto del culto è “abbassato” nella simulazione ludica che, mentre la mette in discussione, ne conferma la grandezza. Il *fan movie* raramente raggiunge compiutezza artistica, perché non ambisce all'originalità ma al suo contrario. Eccezione fatta per sortite di genio come quella dello stesso **Gondry**, che dirige e interpreta détournandola la strage di *Taxi Driver* (**Martin Scorsese**, 1976), il valore estetico di questo cemento lo si ritrova nella stralunata localizzazione di prodotti global che effettua. Nella prassi di re-making cine-amatoriale, diversamente dai lucranti espropri hollywoodiani “alla Tarantino”, la creatività del filmmaker definito con significativo neologismo ontologizzante professional-consumer (*prosumer*), consumatore professionista, è multi-livellare, e realizza una (relativamente) nuova concezione estetica: un linguaggio di linguaggi, un mash-up di memoria collettiva, una ri-alfabetizzazione cultuale. Il sogno cinefilo è

sempre stato l'appropriazione d'amore: per i “giovani turchi” dei *Cahiers*, **Godard** e **Truffaut**, fare cinema era anche rendere omaggio alla memoria, traghettare nel *filmmaking* lo stupore infantile di riscrivere le proprie fiabe preferite. Lo stile eversivo di **Godard** può discronicamente essere letto come un prodigioso, sgrammaticante mash-up di memorie visive. Ma quel che si profila al fan-prosumer è un'orizzonte di libertà che intrattiene una “relazione pericolosa” con la falsa dialettica di un'industria che ammette solo ciò che può sussumere, per quanto rivoluzionario, come caso particolare della norma: il fatto che la **Lucasfilm** organizzi ogni anno uno **Star Wars Fan Film Award**, incoraggiando l'infrazione del Dogma del Copyright invece di combatterla (come spesso accade), è sintomatico di una “pericolosità” del *fan film*. Il fan-filmmaker è libero di esercitare la sua fantasia in un'anarchia produttiva, che se di rado sortisce effetti oltre la coazione a ripetere il mantra visivo delle proprie immagini di culto, si arroga il

privilegio di scrivere il cinema con il cinema, utilizzare immaginari come alfabeti di un viaggio oniroide tra i fluttuanti confini della memoria collettiva: riscrivendo mondi – alla maniera di **Philip K. Dick** – mutandone le regole che li governano, e con esse, più o meno volontariamente, la rassicurazione ideologica che il cinema svolge una santificazione commerciale del Sogno. Alla base della caduta d'aura dall'originale alle sue desideranti imitazioni, c'è un lavoro ri-creativo (nel doppio senso di svago da dopo-lavoro e creatività di secondo grado), una riappropriazione soggettiva, radicalmente anti-professionale, della cultura, che mette in discussione la

“professionalità” come braminica autorizzazione di iniziati all'esercizio della creatività. Il *fan-filmmaking*, dagli *highlights* dell'epica hollywoodiana ai trailer di film inesistenti (che trovano nell'italiano, fin troppo italiano, **Maccio Capatonda**, un'apoteosi cosmi-comica, nel crisma-consustanziale ad internet - della parodia colto-demenziale dei tanti folgorati figliocci putativi di **Mel Brooks**), vive così all'incrocio tra uno spaccio di dosi di immagini per *addicted* tagliate male e diluite peggio e un anti-mercato residual. È la presa (in prestito) del potere espressivo da parte di un drappello di fedeli, che elaborano dogmi e feticci in versioni apocriefe dei Vangeli della Conformità, realizzando l'antico sogno di ripercorrerne i mondi in libertà: come protagonisti de *La rosa purpurea del Cairo* (**Woody Allen**, 1985) alla rovescia, capitombolati dalla sala alla finzione e rimasti gioiosamente prigionieri al di là dello schermo.

“A UN GIOVANE CHE MI CHIEDEVA COME FARE DEL CINEMA HO DETTO QUESTO: PRENDI UNA TELECAMERA VIDEO-8 O MAGARI IL NUOVO SUPER-8 DIGITAL. E, METTI UN ANNUNCIO SUL GIORNALE: SI FILMANO BATTESIMI, COMUNIONI E MATRIMONI A PREZZI MODICI E COMINCIA A GIRARE QUELLI. INTANTO TI GUADAGNERAI DA VIVERE E DOPO DUE ANNI POTREMO VEDERE TUTTO QUEL CHE HAI MESSO INSIEME E FARE UN FILM CHE POTRESTI INTITOLARE IL MONDO.”

MARCO FERRERI

