DOPPIOZERO

Il caso Prometheus e il cinema in rete

Roberto Manassero 13 Giugno 2012

Nel mondo del cinema che viaggia su internet, quello degli appassionati che gestiscono blog indipendenti e anche senza Megaupload sanno come rintracciare qualsiasi film rintracciabile, da qualche settimana è scoppiato il caso *Prometheus*.

Il nuovo film di fantascienza di Ridley Scott, che dicono essere la risposta ad *Avatar* e che nelle intenzioni degli autori va all'origine della saga di *Alien* e forse della vita stessa, il filmone dell'anno di cui Roger Ebert ha parlato benissimo e qualche altro un po' meno, uscito nelle scorse settimane negli Stati Uniti e nel resto del mondo, in Italia, ormai lo sanno anche i sassi, arriverà solamente il 19 ottobre. Se uno guarda su Imbd la lista dei paesi in cui il film verrà proiettato, siamo all'ultimo posto con la Svizzera italiana: nemmeno nella classifica Onu sulla libertà di stampa!

E allora è partita la polemica più o meno ovunque, e soprattutto su Twitter e Facebook, con la pagina della Fox Italia, distributrice del film, invasa da messaggi che invocano un'uscita adeguata al resto del mondo. Ma niente da fare: a meno di improvvisi cambiamenti o di viaggi all'estero nei prossimi giorni, *Prometheus* ci toccherà aspettarlo fino ad ottobre. Se invece volessimo vederlo in altri modi, non avremmo che l'imbarazzo della scelta: le versioni Cam, quelle cioè riprese da un tizio in sala con l'iPhone, sono già disponibili (orribili, ma disponibili); per le versioni decisamente migliori in XVID o DVIX e poi per quelle ufficiali in dvd e blue ray, ci sarà invece da aspettare un po' di più, ma non troppo, e sicuramente non fino ad ottobre. In ogni caso, in modo illegale o legale, chi il film lo attende o ha modo di procurarselo, per l'autunno l'avrà già visto, con il rischio di influire negativamente sugli incassi delle già disastrate sale cinematografiche.



Sembra un suicidio, o quanto meno una zappa sui piedi, ma evidentemente ai distributori italiani la cosa sta bene così. Avranno fatto i loro calcoli e, come ha scritto Federico Gironi, potranno contare sul fatto che non solo i consumatori di cinema in rete sono una nicchia ininfluente (cosa comunque da verificare), ma che in Italia anche i consumatori di cultura sono vecchi: la maggior parte degli spettatori non ha idea di cosa sia un *torrent*, forse non sa nemmeno come mettere un dvd in un lettore, figuriamoci comprarlo all'estero, ché non è nemmeno doppiato.

E dunque il caso *Prometheus*, al di là della giusta e inutile frustrazione degli appassionati, diventa indicativo di un certo stato della cultura in Italia, con la distribuzione che agisce per vie insindacabili (su doppiozero ne ha scritto Margherita Chiti per l'uscita con quattro anni di ritardo di *Hunger*), con la pratica del *download* illegale che si diffonde anche (non solo, sia chiaro) per mancanza di alternative e soprattutto con il sistema cinematografico e televisivo che invece di adeguarsi alla rivoluzione culturale apportata da internet, includendo così fette significative di spettatori, preferisce arroccarsi e proseguire per la propria strada.

Sulla rivista on line Studio, Federico Bernocchi ha descritto bene come la cosa valga soprattutto per le serie tv, che da noi arrivano quando in molti si sono già arrangiati per vederle e l'onda del successo e della passione collettiva è già scemata. E quando la scorsa primavera la quinta stagione di *Mad Men* ha aperto i battenti e il giorno dopo le versioni on line dei quotidiani italiani descrivevano la storica scena del *bisou-bisou*, il corto circuito è diventato evidente: a chi si rivolgevano quei servizi di testate ufficiali se non a chi in modo illegale aveva visto la serie scaricandola via *torrent*?



Dunque c’è un problema; non gravissimo per carità, ma di una certa importanza: se di rivoluzione si tratta, con i tempi di trasmissione e durata di un prodotto ridotti all’osso, massimo una settimana, forse un mese, conviene giocare d’anticipo e abbracciare fin da ora i cambiamenti, come suggerito più o meno da qualsiasi blogger o comunità appassionata di serialità. Tutto vero e condivisibile. Eppure, anche tutto molto parziale.

Perché il problema è un po’ più ampio, e non riguarda solamente la vecchia e disastrata distribuzione italiana. Il problema riguarda anche i giovani, appassionati e abilissimi consumatori fai da te.

Il problema, di fronte alla passione generalizzata per i prodotti culturali americani (persino il TGR di Radiouno ha parlato del recente successo di Hatfields & McCoys , serie western con Kevin Costner, come se fosse roba disponibile nell’immediato), è che si dà per scontata una cosa: e cioè che il mercato, italiano e in generale europeo, debba per forza di cose essere ricalcato su quello americano. Con medesimi tempi e prodotti, come se la subalternità fosse l’unica certezza in quanto provincia dell’impero. Come se produrre, o scegliere, o creare, o rischiare, fosse un compito affidato ad altri, perché tanto le cose che facciamo noi non se le filerebbe comunque nessuno.



Senza voler essere polemici o elitari (e constatando l’esistenza di siti che ridefiniscono il concetto di critica legata al cinema e alla sua diffusione su internet, ad esempio qui, qui e qui), è innegabile ammettere che su internet funziona così: le battaglie si fanno nel nome dei vincitori. Il cinema che tutti vorrebbero vedere è quello che tutti, prima o poi, vedranno. Le petizioni indignate come quella per l’uscita di *Prometheus* non si fanno per i film condannati per loro natura all’oblio; sui blog vale più la pratica dello *spoiler* – una specie di gara a chi arriva prima – che quella della scoperta o della rivelazione. Non è sempre così ovviamente, ma perché Ridley Scott o il prossimo supereroe della Marvel sì, e Michelangelo Frammartino o Pietro Marcello no? Perché non spendersi per promuovere e sostenere l’uscita in sala di film italiani diretti da gente di talento

(su queste pagine abbiamo parlato di *Il castello* di Martina Parenti e Massimo D’Anolfi) e una volta tornati da un festival, tanto per fare dei nomi, perché non spingere affinché gioielli come *Attenberg* di Athina Rachel Tsangari (Venezia 2010), *Wuthering Heights* di Andrea Arnold (Venezia 2011) o *V Tumane* di Sergei Loznitsa (Cannes 2012) trovino la via della sala e magari per vederli non si debba scaricarli o comprarli su Amazon?



La maggior parte dei blog di cinema (e talvolta anche questo spazio) parlano quasi esclusivamente di film americani o di film usciti in sala, di roba grossa e fantasy come *Prometheus*, di roba bella ma non certo impossibile come *The Avengers*, oppure di film indie che valgono solo perché passati al Sundance o giusto perché inaspettatamente più seri di quello che ci si aspetta: un discorso che vale per l’ottimo *Chronicle* come per il pessimo *Another Earth*. Al massimo, proprio a voler allargare il prisma, ma in ritardo di anni sulle mode culturali, si concede diritto di comparsata al cinema commerciale orientale.

Insomma, liberi sì, ma solo di vedere quello che già si conosce. Liberi di scoprire, scegliere, provare, stupirsi, un po’ meno. E mica per obbligo. No, per comodità e talvolta per superficialità. Troppo alto il rischio di incappare in film con uno sguardo unico e difficile da ricondurre a categorie note. Vuoi mettere invece il piacere di dire a tutti che il pop è avanguardia? Sarà anche vero, non ne dubitiamo: ma la vera avanguardia è scomparsa o ci siamo forse stancanti di cercarla e raccontarla?



Va bene quindi usare tutti i mezzi offerti dalla tecnologia per stare al passo con la produzione e la distribuzione di cultura, ci mancherebbe. Ma se poi tutto quello che si fa è seguire la scia o arrivare prima degli altri, per poter dire io l'ho già visto e vi dico com'è, allora non si fa altro che affermare uno status di spettatore, salendo qualche fermata prima sul solito, bellissimo, inarrestabile carro dei vincitori.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


THE SEARCH FOR OUR BEGINNING
COULD LEAD TO OUR END
PROMETHEUS
COMING SOON IN 3D