

# **I film in tasca**

Videofonino, cinema e televisione

a cura di

Maurizio Ambrosini, Giovanna Maina, Elena Marcheschi

  
Felici Editore

## L'occhio nella mano

Alessandro Amaducci

La diffusione delle tecnologie preposte alla creazione di immagini in movimento ha determinato, oramai da molti anni, la nascita di un vasto ambito di produzione che, usando una terminologia di mercato, si suole definire *consumer*, o amatoriale, come si traduce con qualche approssimazione in italiano. Dall'altra parte del confine, c'è l'ambito *professional*. Entrambi si esprimono con le stesse tecnologie, differenziate però da vari livelli di qualità tecniche che fanno sì che quel confine, appunto, non sia così facilmente valicabile.

Nella storia del cinema la questione della qualità dell'immagine ha avuto un percorso altalenante. I movimenti d'avanguardia di un certo periodo si sono soffermati su questo problema, soprattutto nel momento in cui alcuni *filmmaker* sperimentali come Jonas Mekas hanno difeso il fatto che l'*amateur film*, pur essendo un prodotto di bassa qualità dal punto di vista tecnico, può essere comunque considerato l'espressione dell'individualità di un artista. Mekas va oltre la difesa della "anarchia grammaticale" delle avanguardie audiovisive (tutta la stagione del cinema dichiaratamente sperimentale, e non solo degli anni Venti e Trenta, ha già ampiamente offerto uno spettro di linguaggi variegati e complessi) per difendere i supporti deboli che il mercato non considera professionali. Negli anni Sessanta il Super 8 o il 16mm, formati abbandonati dalla produzione *mainstream*, diventano le nuove "armi" degli artisti che vogliono creare immagini in movimento.

Con l'avvento dell'elettronica la questione della qualità dell'immagine si fa ossessiva: da un lato bisogna difendersi dai paladini della sopravvivenza della pellicola, dall'altro è necessario affrontare questioni tecniche reali. E il confine fra *consumer* e *professional* sembra allargarsi sempre più, non solo fra i territori

della pellicola e quelli del video, ma all'interno del mondo video stesso. Infatti, proprio nell'ambito della videoarte, si è sviluppata una sorta di estetica della bassa definizione, in nome della quale gli artisti difendono e sfruttano tutte le "qualità" dell'immagine scarsamente definita: le sfilacciate sui movimenti, le sbavature di colore, ma soprattutto l'evidenziazione della trama e del *pixel* come protagonista dell'immagine stessa.

Strategie di mercato, è ovvio: in questo modo si vendono telecamere e strutture di montaggio in due ambiti diversi, anche perché nel frattempo si è inserita la televisione a voler difendere a tutti i costi il proprio ruolo di riferimento per quello che riguarda la tecnologia video.

L'avvento del digitale ha rimesso in discussione molte cose e il risultato è sotto gli occhi di tutti: al cinema e in molti video musicali l'immagine "sporca" è diventata una scelta estetica sempre più frequentata, i video fingono di essere vecchie pellicole rovinate, molti film si girano in alta definizione digitale senza neanche più pubblicizzare questa scelta come innovazione tecnologica, escono film (come *Look who's Watching*, 2007, di Wesley Emerson, o *My Little Eye*, 2002, di Marc Evans) in cui le immagini simulano la scarsa qualità di telecamere di sorveglianza, più o meno disturbate.

La qualità dell'immagine sembra stia diventando il problema minore dal punto di vista tecnico. Con tutte le conseguenze del caso dal punto di vista stilistico ed estetico. Lars Von Trier, dopo aver fatto una serie di film, molti girati in HD, con zoomate maldestre, panoramiche incerte e montaggi spezzettati, ne *Il grande capo* (*Direktøren for det hele*, 2006) finalmente mette la telecamera sul cavalletto, ma nella maggior parte delle inquadrature compie gli errori classici del *videomaker* alle prime armi: le teste degli attori sono tagliate, i soggetti importanti vengono relegati in qualche angolo del campo, il bilanciamento del bianco cambia da inquadratura a inquadratura, con delle imprecisioni palesi, per cui le immagini diventano freddissime o troppo calde. David Lynch, in *Inland Empire* (2006), tiene ostinatamente la sua *handycam* in mano e manda fuori

fuoco i visi degli attori ai quali si avvicina troppo. Michael Mann, nei suoi ultimi film girati in HD, oltre a lavorare sulla sgranatura delle immagini, spesso insegue i suoi personaggi con la camera a mano, rinunciando alla *steadicam*.

Il *mainstream*, dunque, sta assorbendo le incertezze dell'amatoriale, non ponendosi più problemi di correttezza di linguaggio o di qualità dell'immagine.

Il pubblico di internet, abituato alla scarsa definizione del video *on-line* e dei film scaricati dalla rete, ha più di una responsabilità (e qui non si discute se sia positiva o negativa) riguardo l'assimilazione di questa nuova abitudine percettiva. Non importa se le immagini hanno una buona qualità: la cosa più importante è averle. L'ansia dell'accumulo, inaugurata dall'era dell'*home video*, si intensifica ed è tipica dell'era di internet. Si è creato un nuovo pubblico parallelo a quello delle sale o delle televisioni: è il popolo del *download*, che crea immensi archivi personali di materiali che probabilmente neanche vede, perché gli basta sapere che sono nell'*hard disk* del proprio computer. Molti sono film già visti al cinema che si vuole conservare, quindi spesso non ha senso rivederli. E poi ci sono i film appena usciti, che si scaricano magari solo per curiosità, o pigrizia, dato che il cinematografo ha smesso il ruolo sociale che aveva un tempo.

Internet è diventato il canale di distribuzione più diffuso nell'ambito video amatoriale. Ma paradossalmente, grazie alla pirateria, lo è diventato anche nell'ambito *mainstream*. In alcuni settori, come quello dell'animazione, la rete sta diventando di fatto un canale di distribuzione ufficiale, ma è innegabile che il web ha fatto ri-esplodere la voglia di fare immagini, statiche e in movimento. Non solo di farle, e questa è la vera novità della rete, ma di mostrarle a un pubblico invisibile che si sa esistere. Di distribuirle insomma.

Il cellulare, con la sua possibilità di fare video e foto, somma quasi tutte le caratteristiche evidenziate in questo brevissimo excursus tecnologico: ciò che registra è già archiviato come file



visibile-condivisibile; è un *hard disk* potenziale; è estremamente maneggevole, ma soprattutto lo portiamo sempre "addosso" e quindi è usabile in qualsiasi momento.

È un occhio nella mano. Forse, il cellulare usato come telecamera è la cosa che si avvicina di più a una protesi dell'occhio. Un occhio che registra. Inutile, quindi, ricercare nelle sue immagini la nitidezza e la pulizia dell'immaginario "ufficiale": per sua natura, il cellulare produce immagini traballanti, legate all'immediatezza della sua portabilità, è una mano che guarda, con tutte le imperfezioni del caso. Mai come ora le immagini sono state così vincolate alla presenza del corpo di chi usa un mezzo di ripresa.

Le immagini video del cellulare introducono anche una questione interessante di formato: la verticalità. Non tutti i telefonini si comportano in questo modo, ma molti permettono di registrare video con il lato più lungo in verticale, rendendo popolare, di fatto, un formato di schermo che è stato il protagonista della prima stagione dei videoartisti-installatori, come Nam June Paik, Woody Vasulka o Bill Viola, che nelle loro videoinstallazioni spesso usavano piazzare il televisore con il lato corto come base, o come Brian Eno, autore di due video ambientali in formato verticale (*Thursday Afternoon*, 1984, e *Mistaken Memories of Mediaeval Manhattan*, 1981).

Il formato verticale per la tecnologia video è una forzatura (bisogna infatti "verticalizzare" anche il sistema di emissione delle immagini, monitor o videoproiettore che sia, rendendo quasi impossibile qualsiasi fruizione domestica), mentre per il cellulare no, e si reintroduce così una doppia possibilità di inquadratura (orizzontale o verticale) tipica della tecnologia fotografica.

C'è una dimensione privata, quasi intima, nell'usabilità del cellulare, che anche alle telecamere più piccole e maneggevoli manca. Si può filmare di nascosto, in qualsiasi momento, e (quasi) in tutte le situazioni. Il punto di vista è forzatamente soggettivo: tutte le riprese fatte col cellulare, dato che non nascondono la presenza dell'operatore, sono di fatto delle soggettive. Le tendenze voyeuristiche e esibizionistiche possono esplodere con questo nuovo strumento, e così è successo per molti "scandali" che hanno

come perno i soliti due temi intorno ai quali ruota la curiosità dei media e di un certo tipo di pubblico: la violenza e la sessualità. Ma non è questo il tema del mio saggio.

L'immagine del cellulare è quella più vicina al nostro corpo: proviene da esso e quindi fa fatica a distaccarsene. La "tattilità" delle immagini elettroniche, così come la definiva Marshall McLuhan, qui va veramente in senso inverso: se per McLuhan il corpo dello spettatore diventa il vero schermo delle immagini televisive, qui è il corpo a comportarsi come una telecamera.

Con il cellulare tutte le riprese danno vita a piani-sequenza. A meno che non si scarichino i *file* e si montino, o a meno che quest'operazione non possa essere fatta, come già accade per alcuni modelli, direttamente col videofonino. Eppure appare superfluo montare i video realizzati con questo oggetto. Sembra che quelle immagini siano fatte apposta per essere lasciate così, senza alcuna intenzione "a posteriori", senza alcuna necessità di riordino o di assemblaggio, sia pure creativo. Iniziano allo scoccare della registrazione e finiscono con lo stop: e già esiste un video. La mancanza di grammatica visiva insita in questo tipo di immagini non necessita l'intenzione logica, o associativo-irrazionale, dell'operazione di montaggio.

Forse perché si tratta di una tecnologia appena nata, che sta vivendo la classica "fase-Lumière"? Può il portatile vivere una "fase Méliès"? In teoria no: ha bisogno di immediatezza e non di set preparati ad hoc. Vive di istanti brevi, catturati in tempo reale.

Eppure, a vedere le produzioni realizzate con il cellulare che sono inserite in una serie di festival a tema o in realtà dedicate,<sup>1</sup> si nota un'interessante contraddizione: la maggior parte dei video proiettati in queste situazioni si presentano, nella maniera più ostentata possibile, come produzioni che, dal punto di vista stilistico, estetico e realizzativo, guardano al linguaggio del *mainstream*.

Sono video montati secondo le regole canoniche del cinema da sala: i movimenti sono controllati, compaiono lunghe carrellate

1. Cfr., tra gli altri, i siti: <http://www.festivalpocketfilms.fr>, <http://www.mauxa.com/cortofonino>, <http://www.artinmobile.com>



stabilissime, quasi come fossero fatte in *steadicam*; le immagini a volte sono virate in bianco e nero; è molto presente, come lo è in generale in internet, la tecnica dell'animazione, addirittura del passo uno. Non esistono, se non in casi sporadici, la difesa dell'amatorialità o di specificità come l'immagine sgranata: in verità, al momento, non mi pare ci sia alcuna presa di posizione estetica in questo senso da parte di coloro che fanno video col cellulare. Lo usano come succedaneo di una telecamera o di una macchina fotografica. Accade che, addirittura, siano i festival a suggerire, se non imporre, un maggiore coefficiente di naturalezza agli utenti che vogliono partecipare: è paradossale il caso di Dogma Mobile Festival,<sup>2</sup> una rassegna che già nel nome denuncia la sua diretta filiazione dal cinema di Lars Von Trier, che impone ai suoi partecipanti di non montare le immagini e di usare il cellulare con la mano, evitando quindi di stabilizzare in alcun modo le riprese. Regole che non sembrano così paradossali e che non dovrebbero rappresentare delle "forzature", trattandosi di video fatti col cellulare. Eppure...

Le ragioni di questa situazione sono varie. Innanzitutto, la vera produzione amatoriale, quella realizzata in maniera istintiva, privata, diaristica e selvaggia è largamente visibile su YouTube e su tutti gli altri portali video che nel frattempo sono nati sulla scorta del suo successo. Quindi, chi vuol fare operazioni di sapore diverso da quelle che normalmente si vedono su internet o in alcuni programmi televisivi che tentano di catturare il pubblico della rete deve per forza adottare un linguaggio più controllato e riconoscibile come altro da quello amatoriale.

Lo slogan di YouTube è *Broadcast yourself*: mettili in onda, ed è da notare che in inglese *broadcast* è la messa in onda televisiva, ossia è un termine che riguarda l'ambito *professional*, il *mainstream*. Questo portale suggerisce agli utenti il fatto che la rete può essere una vetrina per accedere al mondo dello spettacolo, e quindi molto spesso i video presenti vogliono essere una sorta di biglietto

2. <http://www.dogmamobile.com>

da visita, di "autocasting", che ricerca il più possibile l'ambito *mainstream* per attirare lo sguardo su di sé. Molta della narrazione dei video realizzati col cellulare ha questa intenzione. Sono utenti che pensano, sperano di poter entrare nel mercato della produzione ufficiale presentando le proprie abilità registiche in rete.

Ci sono però delle produzioni che ragionano in maniera abile ed esteticamente interessante su un possibile linguaggio del video-cellulare. Lo fanno, abilmente appunto, ispirandosi ad alcune tendenze largamente usate dall'amatoriale per stravolgerle. Michael Szpakowski realizza un video dal titolo emblematico *Incident* (2008),<sup>3</sup> giustamente premiato al Pocket Film Festival di Parigi di quest'anno. In un piano-sequenza di un minuto e mezzo una carrellata al rallentatore, che dalla stabilità e fluidità del movimento sembra un *camera-car*, mostra un paesaggio periferico fatto di piccole case col giardino. Sembrerebbe una tipica periferia londinese. La camera si ferma perché ci sono tre personaggi che in lontananza stanno discutendo di fronte a un negozio: un uomo e due donne, di cui una più giovane con una borsa in braccio. L'uomo si avvicina alla ragazza con fare minaccioso e le dà due schiaffi senza che questa abbia la forza di reagire, mentre l'altra donna sembra inveire contro l'uomo, mantenendosi però a distanza, senza intervenire sul serio. Una quarta figura femminile fa capolino per un attimo da dentro al negozio ma rientra subito, come per nascondersi o per non vedere. L'uomo guarda verso la telecamera (in realtà aveva già guardato verso di noi prima di avvicinarsi alla ragazza), anche le altre donne sembrano accorgersi del testimone indesiderato, e il trio si scioglie fingendo che nulla sia successo. La camera riparte proseguendo il suo percorso.

L'incidente ripreso per caso col cellulare è diventato quasi un topos e in rete ha un nome semplice: *accident*. La carrellata enfatizza l'elemento della casualità: è lo sguardo di un passante che si ritrova suo malgrado ad osservare un momento violento di vita quotidiana.

3. Cfr. la scheda del film *The Incident* sul sito del Festival Pocket Films.



Eppure ci sono scelte stilistiche chiaramente "autoriali", che forzano la naturalità dell'immagine: il bianco e nero, il rallentatore. Se questo video fosse stato presentato come un'opera realizzata con una telecamera verrebbe naturale il dubbio sulla effettiva veridicità della vicenda: abbiamo visto un frammento di realtà o un'abile messa in scena? In effetti, il movimento dei personaggi è quasi coreografico, il tempismo è perfetto anche rispetto al sopraggiungere della camera.

Il fatto che sia stato realizzato con un cellulare sfonderebbe ogni dubbio: è sicuramente un evento realmente accaduto ripreso casualmente dall'osservatore. Ma, di nuovo, il bianco e nero e il *rallenty* ci proiettano in un altro mondo, in un'atmosfera di cinema consapevole del proprio linguaggio. Quindi, può anche darsi la terza possibilità, forse quella più veritiera, cioè che il regista abbia voluto "vestire" di linguaggio cinematografico una tipica sequenza da videofonino: un fatto violento ripreso con cellulare. Come a voler dire che un evento reale può sembrare cinematografico, ovvero una messa in scena, se l'immagine di partenza viene modificata. Del resto, i cronisti della Cnn di fronte al crollo delle Twin Towers, per denunciare il loro stupore nei confronti dell'avvenimento, ripetevano quasi tutti che sembrava di: «vedere un film catastrofico di fantascienza». Di vedere un film, insomma, e non la realtà. L'emozione della vita reale ci porta automaticamente al cinema.

Il cinema di fatto continua a essere un punto di riferimento e, nella brevissima storia dei video realizzati con i cellulari, esistono già dei lungometraggi realizzati interamente con videofonini. Di nuovo, è interessante constatare che per smuovere la curiosità dei media e del pubblico ci si ostina a forzare le nuove tecnologie dentro i confini delle logiche cinematografiche *mainstream*, piuttosto che proporre qualcosa di effettivamente inedito e più aderente alle caratteristiche dei nuovi mezzi. Ma è probabile che ancora oggi i media e il pubblico siano vincolati a delle formule riconoscibili e riconosciute.

Tra i primissimi lungometraggi realizzati mediante videofonino, *SMS Sugar Man* di Aryan Kaganof, finito nel dicembre del 2005,

si presenta al pubblico con tutta la mitologia del caso: nonostante il regista non sia un autore conosciuto, ma un *filmmaker*-artista sudafricano che lavora sul tema della memoria delle immagini, tuttavia il suo "film" non è il frutto di una sperimentazione solitaria a costo zero, ma è una produzione a basso budget, per dimostrare al mondo che si può fare un lungometraggio con 160.000 dollari. Michelle Wheatley, la produttrice, afferma a questo proposito: «Volevamo dimostrare che tutti possono fare un film con un budget limitato. In Africa molte persone vogliono fare un film e non se lo possono permettere».<sup>4</sup>

Essendo stato girato con sei cellulari, con attori con vaghe esperienze (fra di essi risulta anche il regista nel ruolo del protagonista), in *location* naturali e non in set preparati, e se si pensa che Rodriguez ha realizzato, in pellicola e con attori piuttosto noti, un film come *El Mariachi* con 7.000 dollari, sorge spontanea la domanda su come sia stato speso il budget di cui sopra. Ma forse quelli di Rodriguez erano altri tempi.

L'operazione si ispira a un genere cinematografico ultimamente largamente consumato: da Tarantino in poi il cinema contemporaneo è sempre più ossessionato dalla malavita di strada, dai *pusher* e dalle prostitute più o meno d'alto bordo. *SMS Sugar Man* è un *action thriller* in cui il protagonista gestisce un giro di prostitute bianche per clienti di colore. Il tutto è ambientato in una Johannesburg oscura e notturna, in attesa del Natale.

Aryan Kaganof asserisce che il "film" può essere visto come una denuncia nei confronti della "democrazia" e del libero mercato vigenti oggi in Sudafrica e, prima di tutto, come un *action-movie* su delle anime perdute e dei criminali corrotti;<sup>5</sup> mentre dalla critica è stato definito un omaggio ad *Alphaville* di Godard.<sup>6</sup>

4. Cfr. *SMS Sugar Man*, scheda del film reperibile on-line sul sito <http://www.waycellulari.net>

5. Cfr. L. VOSS BENDIXEN, *The Invisible Filmmaker*, reperibile on-line nella sezione «Inspiration» del sito <http://www.dogmamobile.com>

6. Cfr. *SMS Sugar Man*, scheda del film reperibile on-line sul sito <http://www>.



Il festival di Cannes vuole presentare quest'opera ma impone dei cambiamenti che Kaganof non accetta, per cui il festival rifiuta il "film" e il regista viene annoverato prontamente fra gli autori maledetti che lottano contro il sistema corrotto della cinematografia vigente, come Orson Welles o Alejandro Jodorowski. Si annuncia che *SMS Sugar Man* verrà venduto in tre spezzoni da 30 minuti per il mercato dei contenuti video per cellulari, e oggi lo si può vedere e scaricare gratuitamente («Sample at will. There is no copyright», recitano i titoli di coda) in un sito apposito,<sup>7</sup> dove si fa riferimento al blog del regista stesso, segno che le vendite per i cellulari forse non sono andate così bene. Del resto, è ipotizzabile che se esiste già un pubblico disponibile a comprare contenuti video da fruire su cellulare, probabilmente questo pubblico vuole vedere la produzione cinematografica ufficiale e non il film di un autore poco noto girato con cellulari, un *action-movie* d'ispirazione godardiana.

Se mi si perdona l'ironia fin qui usata, innegabilmente *SMS Sugar Man*, un kolossal del mercato dei videofonini visto il budget impegnato, è un'abile costruzione mediatica che cerca di intercettare vari tipi di pubblico: quello appassionato di un vago *pulp* alla Tarantino (per fortuna, di Godard non c'è traccia in questo film, ma molte scene di sesso, camera-car notturni e un intreccio narrativo molto vago); gli spettatori appassionati d'arte e di novità tecnologiche (anche quando non lo sono); quell'utenza per la quale scovare in rete un film senza copyright, guardabile e scaricabile, costituisce un valore di per sé e, infine, i media, che poi sono il reale pubblico al quale si rivolge quest'operazione. In effetti il rifiuto del Festival di Cannes probabilmente ha dato molta più risonanza a quest'opera rispetto alla sua eventuale proiezione a un pubblico di cinefili e di critici piuttosto esigenti.

A parte tutto, comprendendo senza giudizi negativi il fatto che le operazioni di questo tipo vanno supportate con molto rumore

sudplanete.net

7. <http://www.smssugarman.com/movie.htm>

mediatico, e lasciando da parte l'intenzione narrativa che si basa su una sceneggiatura traballante e su dei dialoghi poco convincenti, il video (non è un film, è un video lungo novanta minuti) presenta più di un elemento di interesse e Kaganof in un'intervista ragiona su delle questioni stilistiche che nell'opera vengono messe a frutto.<sup>8</sup>

Innanzitutto, a differenza delle esperienze citate sopra, Kaganof non è affatto alla ricerca della bella immagine. Anzi, la scelta di voler girare tutto di notte e in interni malamente illuminati contribuisce a evidenziare la scarsa qualità dell'immagine; la presenza di un operatore che riprende non viene assolutamente mascherata attraverso la pulizia dei movimenti di camera, tanto che tutte le riprese sembrano delle soggettive di un personaggio, o di più personaggi, che non si rivelano mai. Se la questione del punto di vista, come è stato detto prima, è fondamentale per i video realizzati con i cellulari, in questa intervista l'autore ragiona anche su un altro elemento importante: la grandezza del quadro. Riferendosi anche alla pagina web dove è presente il video, Kaganof afferma di non aver allargato il quadro volutamente, perché anche in fase di montaggio le riprese sono state selezionate ed editate guardandole nel loro formato originario, che è ovviamente molto piccolo. Da qui derivano anche alcune ossessioni stilistiche, come la prossimità della camera rispetto ai volti e ai corpi dei personaggi, i punti di vista traballanti e i movimenti inusitati (immagini che ruotano, l'ingresso o la fuoriuscita del punto di vista in o da oggetti anche piccoli).

Fra le righe, Kaganof ammette che non ha il minimo senso immettere questo video nel circuito tradizionale cinematografico e quindi "gonfiare" il formato originale in un altro più adatto a una proiezione in sala, non solo perché l'immagine si "spappolerebbe", ma anche e soprattutto perché il video è stato ripreso e montato in maniera conforme alle ridotte dimensioni dello schermo dei cellulari. Gli operatori vedevano un quadro piccolo di *preview*, il montatore pure.

Dal punto di vista del montaggio, al di là di alcune scelte

8. Cfr. L. VOSS BENDIXEN, *The Invisible Filmmaker*, cit.



sgrammaticate tipicamente riferite al cinema di Lars Von Trier, Kaganof aggiunge il *multi-screen*, soprattutto quando i personaggi si telefonano fra di loro, ovviamente coi cellulari. La citazione diretta di *Timecode* (2000) di Mike Figgis non credo sia involontaria, ma testimonia il tentativo di miscelare in maniera selvaggia stilemi cinematografici anche molto lontani fra di loro: Tarantino, Von Trier, il Mike Figgis "sperimentale", per fare alcuni esempi, in un calderone poco controllato che a una visione completa denuncia comunque una sorta di coerenza stilistica, una coerenza nell'evidenziare il caos, nell'evitare la pulizia. In alcune sequenze viene anche adottato il formato verticale, adattato al formato di visione: l'immagine in verticale si staglia così su uno sfondo nero, dichiarando la non-conformità di questo formato a quello video tradizionale.

Al di là delle velleità provocatorie più o meno aderenti al risultato, al di là del desiderio di intaccare il mercato cinematografico, guardato nella sua sede più naturale e coerente, ovvero la pagina web citata prima, *SMS Sugar Man* rappresenta il tentativo di far rientrare nel piccolo schermo del cellulare tradizioni cinematografiche classiche e d'avanguardia, tenendo contemporaneamente presente la radicale differenza del mezzo-cellulare rispetto a quello cinematografico.

Il settore dell'arte contemporanea, soprattutto quello più assetato di novità tecnologiche, non è rimasto inerte di fronte all'avvento del videofonino. Esempio è il caso dell'artista multimediale Béatrice Valentine Amrhein,<sup>9</sup> che nella videoinstallazione *Vidéos Lustre* (2008) presenta una sorta di albero rovesciato fatto di cellulari appesi in verticale che trasmettono immagini del corpo dell'artista, immerso in una vasca da bagno e coperto da una vestaglia bianca. Se è vero che la perlustrazione del proprio corpo sta diventando un'ossessione tematica di molta arte contemporanea, è altrettanto interessante evidenziare il fatto che il cellulare usato come una sorta di iper-specchio, autobiografico e intimo, è una tendenza che è largamente impiegata dalla pratica quotidiana dei videofonini.

9. <http://www.beatricevalentineamrhein.com>

È un vero e proprio genere dell'amatoriale, e quindi il discorso si fa simile al video di Michael Szpakowski: qui l'artista intercetta una pratica diffusa (per lo meno resa tale dalla quantità di video di questo genere presenti in internet) per ridiscuterne i confini linguistici. Il cellulare è uno specchio "luminoso", come recita anche il titolo dell'installazione: uno specchio che trasmette immagini, come l'immagine elettronica, solo che in questo caso l'atmosfera di intimità viene esaltata dal fatto che il cellulare, come è stato detto prima, è anche e soprattutto maneggevole come una macchina fotografica.

C'è anche, di nuovo, un riferimento a Brian Eno e a *Thursday Afternoon*, dove l'immagine protagonista è quello della modella Christine Alicino ripresa in varie situazioni in bagno. Il riferimento è giustificato anche dal fatto che Béatrice Valentine Amrhein non si riprende da sola, ma compie i suoi gesti a favore di camera, offre la sua intimità a un osservatore, come al solito non celato, che diventa anche contemporaneamente l'occhio dello spettatore trasformato in voyeur. Ma con una profonda differenza rispetto al video di Eno e alla pratica amatoriale: qui l'artista evita abilmente di svelare fino in fondo il proprio corpo, non è mai nuda, rimanendo protetta dallo *shining* dell'immagine.

Il formato verticale viene mantenuto come tale, dato che i cellulari sono appesi in verticale e le immagini sono sovraesposte, svaporate, quasi traslucide. L'artista insiste sul contrasto fra il bianco lattiginoso che domina l'immagine e alcuni particolari del proprio corpo, le labbra e le unghie dei piedi che sono di un rosso acceso.

Dalle esperienze che si vedono più che altro in rete, si può concludere che questo nuovo strumento, più che aprire vie realmente nuove alla sperimentazione audiovisiva, rappresenta una sfida estetica e di linguaggio, più che tecnologica, che molti artisti stanno intraprendendo volentieri. È sicuramente troppo presto per poter trarre conclusioni definitive, ma ritengo che nasceranno opere interessanti nella misura in cui avverranno degli incontri felici fra l'ambito cosiddetto amatoriale e le tensioni più autoriali: creare



ibridi interessanti, piuttosto che restare in un campo definito, è più che mai la strada da seguire per rinnovare il linguaggio delle nuove tecnologie, qualsiasi esse siano.

Il digitale non ammette confini: è ora di attraversarli.

## Filmare nel quotidiano: video di famiglia e giornalismo occasionale

Massimiliano Gaudiosi

Navigando in rete ci si può facilmente rendere conto della moltitudine di filmati realizzati con il videofonino che mirano a documentare certi aspetti della vita quotidiana, come quelli che hanno luogo tra le mura di casa e in ambienti privati, o che avvengono per strada e in luoghi all'aperto. In questa sterminata mole di audiovisivi amatoriali, impossibile da classificare nella sua completezza, il telefono come mezzo di ripresa sembra avere un particolare impatto su due categorie antitetiche come il *video di famiglia* – oggetto eminentemente “domestico” come può esserlo la registrazione di una riunione tra parenti – e il *giornalismo occasionale*, la cui realizzazione è pensata fin dall'inizio per un'ampia diffusione ed è opera di comuni cittadini che si trovano a documentare casualmente un evento. Situazioni della quotidianità domestica, dalle vacanze alle feste di compleanno, dalle gite scolastiche ai bagnetti dei neonati, sono sempre di più alla portata di tutti, condivisi su siti specifici come YouTube e sui *social network*. Allo stesso modo, al di fuori della dimensione familiare, eventi come scontri, incidenti improvvisi, calamità naturali, vengono sempre più facilmente filmati col cellulare e si predispongono spesso come prezioso materiale di supporto all'informazione. Si tratta di due categorie che talvolta, proprio mediante il telefono, si possono addirittura accavallare: ce lo ricorda la divertente storia – riportata da giornali e siti web nel febbraio 2009 – di una giovane del New Mexico che aveva accidentalmente ingoiato un anello, infilato dal suo ragazzo in una coppa di gelato con l'obiettivo di dichiararsi