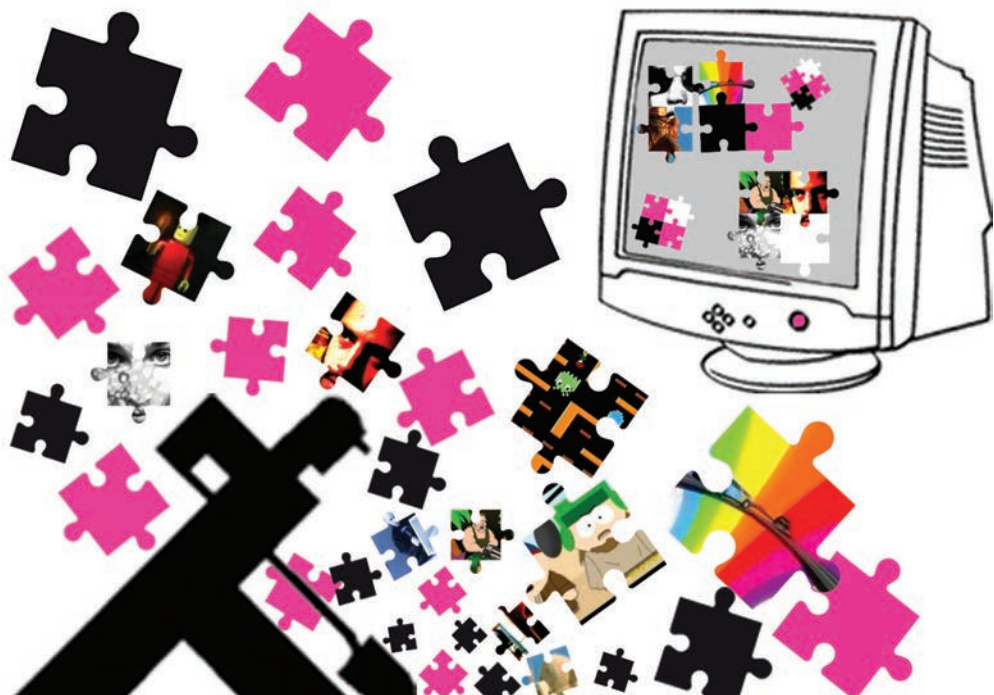


Marzia Morteo

ARCHEOLOGIA DEL WEB

Le origini del cinema online

FRANCOANGELI



Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



La cultura della comunicazione

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Marzia Morteo

ARCHEOLOGIA DEL WEB

Le origini del cinema online

FRANCOANGELI

La pubblicazione di questo volume ha ricevuto il contributo finanziario dell'Università Cattolica sulla base di una valutazione dei risultati della ricerca in esso espressa.

1a edizione. Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag.	7
1. Alla ricerca dell'identità perduta: il cinema digitale	»	7
2. Il cinema dimenticato dal cinema	»	12
3. L'amnesia del web: il cinema cancellato	»	13
4. L'arte "scopre" il cinema online	»	15
5. Archeologia del cinema in rete	»	19
6. Proposta di lettura	»	22
1. Il passato del futuro: per lo sviluppo di una storia del web	»	29
1.1. La ricorsività del nuovo	»	29
1.2. Studiare la storia del web	»	34
1.2.1. L'archivio-web	»	37
1.3. Il web archiviato	»	43
1.4. Le pratiche di archiviazione	»	46
1.4.1. Pratiche di macro archiviazione: origine e progetti in corso	»	48
1.4.2. La città perduta: Geocities	»	50
2. Tecnologia, media e società	»	55
2.1. Tecnologia e società: ritorno al determinismo tecnologico?	»	55
2.2. Science and Technology Studies (STS)	»	61
2.3. La costruzione sociale della tecnologia	»	64
2.4. Actor-Network Theory (ANT)	»	70
2.4.1. ANT e Media Studies	»	76

3. Storia tecnologica dell'audiovisivo in rete	pag.	79
3.1. Alle origini del web: gli attori tecnologici	»	79
3.2. La porta di accesso al web: i web browser	»	80
3.3. Come vedere i filmati online: i formati e i media player	»	88
3.4. Come si trasmettono i filmati online: lo streaming e la banda larga	»	93
4. Cantieri di scavo: quando il cinema conosce il web	»	99
4.1. Cartografie online: alle origini del cinema in rete	»	99
4.2. Prima di YouTube: il webcasting dei contenuti	»	101
4.2.1. InterneTV, Digital Entertainment Network, Pseudo	»	104
4.2.2. iFilm e AtomFilms	»	106
4.2.3. The Bit Screen	»	110
4.3. I festival cinematografici online	»	112
4.4. Guide e manifesti per webfilmmaker	»	114
4.5. L'archivio archiviato: The New Venue	»	119
4.5.1. I filmati dal vivo	»	120
4.5.2. I filmati di animazione	»	126
4.5.3. Tra sperimentazione e lotta: l'estetica dei webfilm	»	131
4.6. Serialità in rete: le web series	»	133
4.7. Tracce di cinema e arte in rete	»	143
4.8. La riserva: HyperBole Studios	»	150
5. Uomini e tecnologie: la rete del cinema online	»	153
5.1. Actor Network Cinema: nascita e morte dei primi webfilm	»	153
5.2. Lo script del software: i bit del cinema online	»	155
5.3. Lo script dei registi: il sogno del cinema online	»	159
5.4. Lo script degli spettatori: la realtà del cinema online	»	162
5.5. Una rete fragile: gli esordi del cinema online	»	165
5.6. La scatola chiusa: l'audiovisivo oggi	»	167
Conclusioni	»	171
Riferimenti bibliografici	»	177
Sitografia	»	191
Filmografia	»	197

Introduzione

1. Alla ricerca dell'identità perduta: il cinema digitale

Le immagini in movimento hanno ormai da tempo abbandonato la sala cinematografica: sono state rinchiuso nello schermo elettronico della televisione, hanno perso il colore diventando grigie e mimetiche dentro gli schermi dei video di sorveglianza, sono uscite in strada tappezzando i muri delle città, sono entrate nei musei, si sono sciolte definitivamente nei bit della rete per diventare perennemente in moto, rimbalzanti tra schermi di computer, telefoni, tablet. In questo contesto mutevole i film studies, da quasi un ventennio, si confrontano secondo varie prospettive con il “cinema digitale”, un'etichetta sotto la quale si nasconde la crisi del cinema come oggetto specifico di studio, dissolto in un flusso più vasto di media audiovisivi¹. Negli ultimi anni proprio il problema dell'identità del cinema anima la teoria del cinema, riportando in auge una domanda che da quasi novant'anni accompagna il cinema stesso² vale a dire che cosa sia il cinema. O, secondo una prospettiva più pessimistica, esiste ancora il cinema ai tempi della digitalizzazione e della convergenza mediale?

Il dibattito scaturito ha avuto come collante teorico il pensiero della studiosa d'arte Rosalind Krauss, in particolare i saggi scritti dalla metà degli anni novanta³. In essi la teorica americana s'interroga sul concetto di

1. Per una panoramica dello status attuale della teoria del film si veda Á. Pethő (ed.), *Film in the Post-Media Age*, Cambridge Scholars, Newcastle, 2012.

2. Per una panoramica storica e tematica delle teorie del cinema si vedano T. Elsaesser, M. Hagener, *Filmtheorie. Zur Einführung*, Junius Verlag GmbH, Hamburg, 2007 (trad. it.: *Teoria del film. Un'introduzione*, Einaudi, Torino, 2009) e F. Casetti, *Teorie del cinema. 1945-1990*, Bompiani, Milano, 1993.

3. Si vedano R. Krauss, *A Voyage on the North Sea. Art in the Age of the Post-Medium Condition*, Thames & Hudson, London, 1999a e R. Krauss, “Reinventing the medium”, *Critical Inquiry*, 25, Winter 1999b, pp. 289-305.

medium, sulle sue specificità, chiamando in causa da una parte l'importanza del supporto materiale che determina la specificità di un medium, e dall'altra il significato di alcune espressioni artistiche che riconfigurano il medium come un campo aperto di convenzioni e possibilità. Krauss parla di *condizione post-mediale*, di estrema difficoltà nell'individuare degli esclusivi criteri di classificazione dei singoli media. Questa constatazione la spinge ad affermare che la specificità dei media debba essere compresa come variabile, e che essa non si riduca esclusivamente al supporto utilizzato⁴.

Mary Ann Doane⁵ rilegge il concetto di specificità del medium di Krauss mettendo l'accento sulla dialettica che anima ogni medium tra le sue qualità positive (ad esempio il colore, la consistenza della pittura) e i suoi vincoli (la piattezza della tela, i limiti dell'inquadratura). Doane ritiene che l'indessicalità del cinema, cioè la relazione ottica che s'instaura tra immagine fotografica e realtà, è il principale elemento che differenzia il cinema dalle altre arti. Ma non solo. L'indessicalità da una parte supporta l'insolubile vincolo del cinema con la base fotografica e dall'altra mostra le possibili forme di trasgressione di quelle che sono limitazioni materiali. Perciò il cinema appare più strettamente legato al reale di quanto non siano i media digitali, anzi si può dire che «indexicality has become today the primary indicator of cinematic specificity»⁶.

Nel pensiero di Doane non è difficile intercettare il lamento di molti studiosi sulla presunta morte del cinema⁷ o sul suo declino, provocato dall'introduzione di nuove tecnologie che comportano un radicale cambiamento sia dell'istituzione-cinema sia della sua fruizione, dalle sale cinematografiche allo schermo domestico o nomade dei media digitali. Susan Sontag in un articolo apparso sul *New York Times* nel 1996 sentenziava che «Cinema, once heralded as the art of the 20th century, seems now, as the century closes numerically, to be a decadent art»⁸. Il cinema perde la sua

4. Cfr. Krauss, 1999a, p. 53.

5. M.A. Doane, "The Indexical and the Concept of Medium Specificity", *Differences: a Journal of Feminist Cultural Studies*, XVIII (2007), 1, pp. 128-152.

6. Ivi, p. 132 [l'indessicalità è diventata oggi l'indicatore primario della specificità cinematografica (*traduzione di chi scrive*)].

7. Si vedano J. Lewis (ed.), *The End of Cinema as We Know It: American Film in the Nineties*, New York University Press, New York, 2001 e C. Gledhill, L. Williams (eds.), *Reinventing Film Studies*, Arnold, London, 2000.

8. S. Sontag, "The Decay of Cinema", *New York Times*, 25 February 1996, <http://goo.gl/hVpfSK> [ultimo accesso 2-6-2013] [Il cinema, un tempo proclamato come l'arte del ventesimo secolo, sembra essere ora, mentre il secolo da un punto di vista numerico si sta chiudendo, un'arte decadente (*traduzione di chi scrive*)].

riconoscibilità come occhio del novecento⁹, diversificandosi in una serie di prodotti audiovisivi la cui fruizione avviene attraverso un vasto numero di schermi di visione. I film

some of which, are not exactly “films”, can now be projected on screens in significantly revamped theaters, in homes on big, highly resolved TVs with multichannel and multispeaker home entertainment setups, on little screens in minivans, and on home computers¹⁰.

La condizione post-mediale enunciata dalla Krauss ha trovato una declinazione anche in forme meno apocalittico-elitarie. David Rodowick¹¹, ad esempio, complica la distinzione tra media “materiali” indessicali come il cinema, e “immateriali”, cioè digitali. Rifacendosi alla nozione di automatismo di Cavell¹², egli porta avanti l’idea che il medium sia «un orizzonte di possibilità», sensibile sia alla variabilità degli elementi tecnologici che alla reattività di questi elementi ad imprevisti obiettivi estetici. Da questo punto di vista, la natura del mezzo cinematografico permette di modellare la specificità del medium e consente un costante rinnovamento del cinema. Questo avviene attraverso scambi e negoziazioni con i media che più gli sono prossimi, ma mantenendo la sua devozione analogica nei confronti del reale.

L’indagine sull’identità del cinema in epoca post-mediale s’interessa, sotto l’influsso dei cultural studies, anche della figura dello spettatore, sia per quanto riguarda gli ambienti di fruizione, sia per quanto riguarda le forme di esperienza dei prodotti medial¹³. I media digitali attraverso la ridefinizione della situazione spettatoriale rendono obsolete le teorie legate all’apparato. Se le teorie classiche avevano come punto di riferimento il buio di una sala cinematografica e gli sguardi degli spettatori rivolti verso un unico, grande schermo, ora i media digitali offrono un’esperienza e

9. F. Casetti, *L'occhio del Novecento*, Bompiani, Milano, 2005.

10. J. Lewis, *The End of Cinema as We Know It and I Fell...*, in Lewis, 2001, pp. 1-8, cit. p. 2 [alcuni dei quali non sono esattamente “film”, adesso possono essere proiettati sugli schermi di cinema profondamente rinnovati, in case su grandi televisori ad alta risoluzione con impianti domestici multicanali e multicasse, su piccoli schermi in monovolumi, e sui computer di casa. (traduzione di chi scrive)].

11. D.N. Rodowick, *The Virtual Life of Cinema*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 2007 (trad. it.: *Il cinema nell'era del virtuale*, Olivares, Milano, 2008).

12. S. Cavell, *The World Viewed: Reflections on the Ontology of Film*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1979.

13. Si vedano P.D. Marshall (ed.), *New Media Cultures*, Arnold, London, 2004; P. Willemen (ed.), *Hollywood: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, Routledge, London, 2004; T. Schatz (ed.), *Looks and Frictions: Essays in Cultural Studies and Film Theory*, Indiana University Press, Indianapolis, 1994.

un ambiente spettatoriale diversificati, dominati da un'ubiquità di piccoli schermi¹⁴, schermi dinamici che gli spettatori, ora diventati utenti, possono plasmare, forgiando uno spazio e un tempo personali.

In particolare, lo studio dell'esperienza cinematografica¹⁵ s'interroga sulle possibili differenze con quella mediale. Casetti¹⁶ afferma che da anni è in corso un processo di *rilocalizzazione* del cinema al di fuori della sala cinematografica verso altri luoghi ed altri media (lo spazio domestico, gli spazi urbani, la televisione, il computer ecc.) Parallelamente, l'esperienza spettatoriale si è stratificata. Se quella tradizionale è basata sull'*attendance*, lo stare seduti con gli occhi spalancati di fronte allo schermo, quella contemporanea si fonda sulla *performance*, sull'azione. Quest'ultima si modula in varie forme: a livello tecnologico (l'attivazione di un dispositivo tecnologico, ad esempio un dvd per la fruizione di un film); a livello relazionale con la condivisione della propria esperienza cinematografica nel momento stesso in cui la si sta vivendo (ad esempio attraverso sms o tweet); a livello espressivo con lo spettatore che testimonia il proprio punto di vista attraverso un post su un blog o su un social network; ed, infine, a livello testuale con lo spettatore che compie la manipolazione del testo filmico attraverso la creazione di user generated content da diffondere in rete¹⁷. Tuttavia Casetti evidenzia che, per quanto il cinema negli ultimi anni si sia "rilocato" al di fuori della sala cinematografica, non si sia sciolto nell'audiovisivo *tout court*, ma l'esperienza cinematografica mantenga la sua forza e la sua attrattiva. Casetti parla di un vero e proprio bisogno di esperienza cinematografica. Lo spettatore contemporaneo compie una performance che per lo più è segnata dal mero virtuosismo e dalla ricerca di una gratificazione personale: «Spectators do, but their doing often appears to be an

14. Si vedano tra gli altri J. Marchessault, S. Lord (eds.), *Fluid Screens, Expanded Cinema*, University of Toronto Press, Toronto, 2007; A. Friedberg, *The Virtual Window: From Alberti to Microsoft*, MIT Press, Cambridge, Mass., 2006; G. Koch, V. Pantenburg, S. Rothöhler (eds.), *Screen Dynamics: Mapping the Borders of Cinema*, Österreichisches Filmmuseum, Wien, 2012.

15. Gli studi sull'esperienza cinematografica sono troppo vasti per poterne dare qui un resoconto esaustivo. Sugeriamo alcuni lavori che se ne occupano da prospettive diverse. Per un'analisi fenomenologica dell'esperienza si veda V.C. Sobchack, *The Address of the Eye: a Phenomenology of Film Experience*, Princeton University Press, Princeton, 1992; per un punto di vista storico M. Hansen, *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1991; per un punto di vista semiotico R. Eugeni, *Semiotica dei media*, Carocci, Roma, 2010.

16. F. Casetti, "Back to the Motherland: the Film Theatre in the Postmedia Age", *Screen*, LII (2011), 1, pp. 1-12, F. Casetti, "Filmic Experience", *Screen*, L (2009), 1, pp. 56-66, F. Casetti, "L'esperienza filmica e la ri-localizzazione del cinema", *Fata Morgana*, XI (2008), 4, pp. 32-40.

17. Cfr. Casetti, 2011, p. 7.

end in itself»¹⁸. Nella sala cinematografica il film riacquista la sua forza rituale, diventa un evento che, per quanto sia intrecciato a una serie di azioni che vanno oltre la pura attendance, restituisce allo spettatore la consapevolezza del luogo di fruizione e del proprio sé.

Il dibattito accademico contemporaneo, perciò, da varie prospettive e angolazioni si interroga sui cambiamenti del cinema occorsi negli ultimi anni, sulla sua natura, sulla sua specificità, sull'esperienza cinematografica in un'epoca post-mediale. Con le pagine di questo libro ci inseriamo in questo contesto, ma scegliamo di occuparci di un argomento scarsamente trattato e che, in prima battuta, può sembrare avere una scarsa rilevanza nell'ambito della teoria del cinema contemporanea vale a dire l'origine delle immagini in movimento in rete. Oggi il web è un luogo d'incontro e di sovrapposizione d'immagini: quelle tremolanti e grigie di operai che escono da una fabbrica, quelle di una luna di cartone accecata da un missile si incontrano e si incrociano con quelle luminose e sfavillanti di un uomo mascherato che salta tra grattacieli oppure con quelle di giganteschi esseri azzurri dagli occhi verdi. Film muti d'inizio novecento insieme all'ultimo blockbuster hollywoodiano.

Se chiedessimo a un ragazzo di vent'anni cosa sia per lui il cinema in rete, se fosse onesto, la prima cosa che direbbe è scaricare film oppure guardarli in streaming (intendendo con film non esclusivamente opere cinematografiche ma qualsiasi contenuto audiovisivo). Se gli facessimo presente che questo non è stato sempre possibile, che fino a una quindicina di anni fa un filmato online aveva una durata di 30 secondi, una risoluzione di 120x90px¹⁹ e impiegava 5 minuti per caricarsi, probabilmente ci scontremmo con una certa incredulità o, semplicemente, con la difficoltà ad immaginare un tempo in cui internet non fosse il canale di accesso primario per qualsiasi prodotto audiovisivo.

Ma non è sempre stato così. La storia dell'avvicinamento del web alle immagini in movimento è una storia nascosta e poco raccontata e che sta progressivamente dimenticando. Questo libro cerca, senza alcuna pretesa di esaustività, di ricostruire le origini delle immagini in movimento in rete, un argomento che gli studiosi di cinema e del web hanno scarsamente affrontato ma che, a nostro avviso, può fornire degli spunti interessanti al dibattito presente all'interno dell'odierna teoria del cinema. La diffusione dei filmati in rete ha provocato cambiamenti che coinvolgono una se-

18. Ivi, p. 12 [Gli spettatori agiscono, ma il loro agire spesso appare fine a se stesso (*traduzione di chi scrive*)].

19. Per comprendere le condizioni di visione teniamo presente che la definizione standard di YouTube è 320x240, arrivando fino a 1920x1080 nei filmati in alta definizione.

rie di aspetti: produttivi, legati al consumo e all'esperienza, estetici, economici e legali. Un prodotto audiovisivo, che sia un film, una serie tv in onda o già uscita per l'home video, posso fruirlo attraverso il web a pagamento, oppure scaricarlo o guardarlo in streaming gratuitamente attraverso un programma peer-to-peer o qualche sito di hosting, senza preoccuparmi troppo di effrazione del diritto d'autore. Io stesso posso creare il falso trailer di un film che non verrà mai realizzato. Ma quando il web è diventato il contenitore delle immagini in movimento? Prima di rispondere a questa domanda proviamo a vedere se possiamo trovare qualche risposta in una serie di campi disciplinari che, con presupposti diversi, s'interessano della relazione tra audiovisivo e web.

2. Il cinema dimenticato dal cinema

Nell'ambito dei film studies negli ultimi anni ci sono numerosi lavori che si occupano da varie prospettive di indagare l'esplosione delle immagini in movimento in rete²⁰. Manca tuttavia un'indagine che cerchi di studiare il periodo temporale antecedente alla crescita esponenziale dei portali di video sharing. In realtà, l'interesse che i film studies riservano al mondo online è piuttosto recente. Lo testimonia il comportamento della rivista *Cinema Journal*. Per tutti gli anni novanta, e fino al 2004, non ci sono approfondimenti o articoli che s'interessano ai media digitali e a Internet nello specifico. La sola eccezione è costituita da un articolo apparso nel 1995 che illustra come Internet possa venire in aiuto agli studiosi di cinema, proponendo una breve panoramica degli strumenti forniti dalla rete (email, Usenet, forum)²¹.

Qualche segnale d'interesse si trova negli studi che si concentrano sui media digitali, ne individuano le caratteristiche e, nei casi più illuminati, incoraggiano una riflessione sul cambiamento e sull'innovazione che non diventi un'utopica esaltazione della potenzialità del nuovo ma che identifichi gli antecedenti storici dei media contemporanei e si apra ad una rilettura e ad un riesame dei media più vecchi. All'interno di questa corrente di pensiero, la teorizzazione più influente è quella proposta da Lev Manovich in *I linguaggi dei nuovi media*²² che, benché accusata di determinismo tec-

20. Si vedano P. Snickars, P. Vonderau (eds.), *Moving Data: the iPhone and the Future of Media*, Columbia University Press, New York, 2012 e Pethó, 2012.

21. B. Deivert, "Shots in Cyberspace: Film Research on the Internet", *Cinema Journal*, XXXV (1995), 1, pp. 103-124.

22. L. Manovich, *The Language of the New Media*, MIT Press, Cambridge, 2001 (trad. it.: *Il linguaggio dei nuovi media*, MCF Edizioni Olivares, Milano, 2002).

nologico, ha profondamente segnato gli studi sui media digitali tra la fine degli anni novanta e i primi anni del duemila. Essa si basa sul presupposto che esista uno specifico linguaggio dei media digitali che risenta delle influenze di quello cinematografico. Da una parte Manovich utilizza la storia e la teoria del cinema per analizzare le modalità di sviluppo tecnologico e stilistico dei media digitali. Dall'altra mostra in che modo la computerizzazione abbia inciso sul linguaggio cinematografico e abbia fatto nascere nuove forme cinematografiche. Proprio a questo riguardo lo studioso russo parla di «net.cinema, i film realizzati esclusivamente per la distribuzione su Internet»²³. Il tema rimane, però, ristretto a questa affermazione e non ci sono successivi approfondimenti.

Il concetto di cinema che Manovich utilizza appare piuttosto vago, riferendosi talvolta al linguaggio cinematografico, talvolta alla storia del cinema, talvolta proponendo un'equazione tra cinema *tout court* e cinema hollywoodiano. Come sottolinea Klaus Bruhn Jensen²⁴ suscita dubbi la possibilità che il cinema, in qualsiasi accezione venga inteso, possa rispondere a tutte le tipologie di rappresentazione delle interfacce del computer. Inoltre, da un punto di vista teorico, risulta alquanto approssimativo mettere sullo stesso piano del cinema, come veicoli sequenziali di significato, il linguaggio verbale e le interfacce del computer. Questo apparentamento cancella di colpo il dibattito decennale all'interno della teoria del film sull'impossibilità di considerare il cinema un linguaggio²⁵. Sebbene il pensiero di Manovich abbia sollevato dubbi e critiche, tuttavia, ha aperto la strada a un ampio dibattito all'interno dei film studies sulla ridefinizione dell'identità del cinema nell'era contemporanea.

3. L'amnesia del web: il cinema cancellato

Se cambiamo il punto di vista e dalla teoria del film ci spostiamo nel campo dei web studies²⁶, il quadro della situazione cambia poco. Gli studi

23. Ivi, pp. 355-356.

24. K.B. Jensen, "Mixed Media: From Digital Aesthetics Towards General Communication Theory", *Northern Lights*, 5 (2007), pp. 7-24.

25. C. Metz, *Langage et cinéma*, Librairie Larousse, Paris, 1971 (trad. it.: *Semiologia del cinema: saggi sulla significazione nel cinema*, Garzanti, Milano, 1972).

26. Per una panoramica sulle competenze dei web studies si vedano D. Gauntlett, R. Horsley (eds.), *web.studies*, 2nd edition, Arnold, London, 2004 e D. Gauntlett (ed.), *web.studies*, Arnold, London, 2000. Per una specifica ricostruzione delle fasi dei web studies si veda D. Silver, *Looking Backwards, Looking Forwards: Cyberculture Studies 1999-2000*, in Gauntlett, 2000, pp. 19-30. L'autore propone una classificazione che riconosce tre

che affrontano il cinema in rete sono quasi inesistenti e quelli che se ne occupano lo fanno senza una particolare specificità. I primi lavori si collocano tra la fine degli anni novanta e primi anni del ventunesimo secolo e sono interessati a evidenziare come internet rappresenti un nuovo canale di distribuzione di contenuti in grado di ridefinire la filiera distributiva contemporaneamente, e in modo paradossale, per il cinema mainstream e per quello indipendente. Gli studi si concentrano per lo più sul sito web, analizzato come nuovo canale di marketing e di pubblicità. Questi lavori manifestano un certo criticismo nei confronti del cinema hollywoodiano, incapace di cogliere le potenzialità che la rete può offrire al cinema. Le case di produzione sottovalutano i vantaggi promozionali di un sito, considerato un semplice complemento da affiancare alle tradizionali campagne di marketing senza porre in giusto risalto le opportunità che il web può offrire. In molti casi, anzi, il cinema mainstream appare timoroso e preoccupato per i rischi legati a un minor controllo della proprietà intellettuale che la digitalizzazione e le reti informatiche causano. Ci sono però alcune eccezioni, descritte in casi di studio che enfatizzano alcune strategie di marketing che valorizzano e sfruttano le strategie di comunicazione peculiari della rete. Un esempio significativo in questa direzione è *The Blair Witch Project* (Daniel Myrick and Eduardo Sánchez, 1999) che ha costruito la propria strategia di marketing virale²⁷ attraverso il proprio sito web. Quest'ultimo fu ideato per non essere semplicemente un'appendice del film ma un proseguimento dell'universo narrativo della stessa pellicola²⁸.

Questi studi sono segnati da una contraddizione di fondo: da un lato fanno emergere le oggettive difficoltà tecnologiche (problemi di trasmissione

passaggi generazionali: i *popular cyberculture studies*, i *cyberculture studies* e i *critical cyberculture studies*. Il primo momento, nato nei primi anni novanta, è legato per lo più a saggi, articoli di giornale, libri scritti da giornalisti particolarmente coinvolti nelle trame della rete, articoli quasi di colore per raccontare una realtà ancora poco conosciuta. La seconda linea di studi si focalizza su due aspetti: le comunità virtuali e la ricerca sulle identità di rete e ha come teorici di riferimento Howard Rheingold e Sherry Turkle. La terza fase di studi allarga il respiro della ricerca e supera la semplice dicotomia comunità virtuali e identità di rete. Questa terza generazione di studi presenta al suo interno vari fuochi d'interesse che possono essere ricondotti a quattro aree di studio: l'analisi delle interazioni sociali, culturali ed economiche che si realizzano online; i racconti connessi a queste interazioni; l'insieme dei fattori sociali, culturali, politici ed economici che rendono possibile o ostacolano l'accesso singolo e collettivo a queste interazioni; infine i processi di costruzione delle interfacce tecnologiche che rendono possibile l'interazione tra utente e rete.

27. Per una panoramica esaustiva riguardo al marketing virale e alle sue tecniche di applicazione si veda E. Rosen, *The Anatomy of Buzz: How to Create Word-of-Mouth Marketing*, Doubleday-Currency, New York, 2000.

28. Per ulteriori informazioni si veda J.P. Telotte, *The Blair Witch Project: Film and the Internet*, in E. Mathijs, X. Mendick (eds.), *The Cult Film Reader*, Open University Press, New York, 2008, pp. 263-274.

e di compressione) che rendono faticosa la distribuzione di contenuti attraverso la rete. Dall'altro sono percorsi da previsioni, spesso segnate da entusiasmo e utopismo, sulle possibilità offerte dalle innovazioni tecnologiche che permetteranno una rapida distribuzione dei contenuti attraverso la rete e che andranno a sostituire le tradizionali modalità di broadcasting (ad esempio dvd che si collegano al web, set box digitali per le televisioni²⁹).

I lavori più contemporanei presentano un grado maggiore di raffinatezza rispetto a quelli di un decennio fa, proponendo una lettura dei cambiamenti medialità all'interno di un contesto più complesso, fatto di tecnologie, pratiche e istituzioni. La relazione tra il cinema e il web diventa multiforme, con tangenze e continuità con i film studies. Si studiano i cambiamenti nelle pratiche di produzione e di fruizione, con lo spettatore che diventa "user" e produttore di contenuti³⁰.

Tuttavia questi lavori sono fortemente ancorati al presente, privi di un interessamento nei confronti della nascita delle prime esperienze di cinema in rete. Questa carenza emerge se passiamo in rassegna gli studi maggiormente "storici", in particolare quelli interessati al "fenomeno YouTube"³¹. Non vogliamo criticare la scelta dell'oggetto. YouTube rappresenta una valida lente d'ingrandimento attraverso cui studiare il polimorfo e contraddittorio sistema mediale contemporaneo. Ciò nonostante, non si può non sottolinearne l'estrema "gioventù" (è nato nel 2005) e il fatto che non scaturisca dal nulla ma affondi le radici nel mondo dei portali video degli anni novanta, elementi che tutti questi studi non tengono in considerazione.

4. L'arte "scopre" il cinema online

Qualche risposta alla nostra domanda iniziale emerge nell'ampio ed eterogeneo campo di studio che analizza le relazioni e gli incroci tra arte e cultura digitale³². La maggior parte dei contributi su cui ci soffermeremo appartengono a persone che lavorano nel campo dei media digitali e che

29. G. Roberts, *Movie-Making in The New Media Age*, in Gauntlett, Horsley, 2004, pp. 103-113.

30. Si vedano come introduzione F. Casetti, M. Fanchi, *Terre incognite*, Carocci, Roma, 2006; M. Fanchi, *Spettatore*, Il Castoro, Milano, 2005; W. Brooker, D. Jermyn (eds.), *The Audience Studies Reader*, Routledge, London, 2002.

31. Si veda P. Snickars, P. Vonderau (eds.), *The YouTube Reader*, National Library of Sweden, Stockholm 2009, <http://goo.gl/aAdKIG> [ultimo accesso 25-3-13].

32. Come introduzione al campo disciplinare si vedano F. Cameron, S. Kenderdine (eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage: a Critical Discourse*, MIT Press, Cambridge, Mass., 2007 e B. Wands (ed.), *Art of the Digital Age*, Thames & Hudson, New York, 2004.

intrattengono con il mondo accademico rapporti saltuari. In questo ambito fondamentali per una sistematizzazione teorica sono gli scritti di Nora Barry³³, produttrice e curatrice di opere di arte digitale. Nel 1998 Barry lanciò uno dei primi siti che permetteva la visione di filmati sul web The Bit Screen. È stata inoltre curatrice di alcune esposizioni per festival di arte digitale (ad esempio Ars Electronica) e musei (ZKM, Zentrum für Kunst und Medientechnologie). Barry definisce il cinema in rete *webcinema* cioè «cinema created specifically for viewing on the Internet»³⁴. Poiché si tratta di un cinema pensato per un medium interattivo e digitale, caratterizzato da un flusso informativo, «a digital, interactive, upstream-downstream medium»³⁵, presenta delle profonde divergenze rispetto al cinema realizzato per essere fruito in sala o in televisione. La studiosa rileva quattro differenze cruciali. In primo luogo, il webcinema ha come spettatore di riferimento un fruitore solitario, seduto su una sedia che osserva i filmati che compaiono in finestre solitamente molto piccole. Per questo motivo le storie sono brevi, della durata massima di tre minuti. In secondo luogo, generalmente, i film sono realizzati da un'unica persona che scrive la sceneggiatura, dirige, filma e fa il montaggio. In terzo luogo l'estetica dei film è in stretta correlazione con i requisiti tecnologici. Poiché le connessioni alla rete sono per lo più dial-up³⁶, quindi lente e soggette a congestione, le caratteristiche estetico-formali dei filmati rispecchiano le ristrettezze tecnologiche. In ultimo, le possibilità d'interazione permesse dalla rete consentono agli autori di webcinema di sperimentare sul piano della narrazione interattiva. Il lavoro di Barry rivela la sua natura di trattazione ibrida tra teoria e pratica, tra mondo dell'accademia e mondo della produzione concreta di opere per il web.

Le stesse modalità si riscontrano in un altro studio, tra l'altro realizzato in ambito italiano, *Webcinema. L'immagine cibernetica*³⁷ di Luca Barbeni che evidenzia le caratteristiche linguistiche e narrative distintive del webcinema. Il libro si rifà agli studi della Barry, che firma l'introduzione, e delinea le potenzialità narrative del webcinema, coniugando un discorso che

33. N. Barry, *Telling Stories on Screens: A History of Web Cinema*, in J. Shaw, P. Weibel (eds.), *Future Cinema: the Cinematic Imaginary After Film*, Zentrum für Kunst und Medientechnologie, MIT Press, Cambridge, Mass., 2003, pp. 544-551.

34. Ivi, p. 544 [il cinema creato per essere visto specificatamente in internet (*traduzione di chi scrive*)].

35. Ivi, p. 545 [un medium digitale, interattivo upstream-downstream (*traduzione di chi scrive*)].

36. Le connessioni tra computer con modem che sfrutta la banda telefonica a bassa frequenza.

37. L. Barbeni, *Webcinema. L'immagine cibernetica*, Costa&Nolan, Torino, 2006.

lega questo fenomeno allo sperimentalismo della net art. Barbeni identifica le caratteristiche del webcinema rifacendosi da una parte all'analisi di Manovich sulle caratteristiche proprie dell'immagine digitale (rappresentazione numerica, modularità, autonomazione, variabilità, transcoding³⁸) e, dall'altra, lavorando sull'aspetto performativo che le immagini digitali promuovono, rielaborando il discorso sull'immersività di Janet Murray³⁹.

L'autore propone una mappatura del webcinema, elencando una serie di etichette attraverso cui distinguere le diverse tipologie di cinema in rete: webcinema lineare, webcinema game, webcinema ambiente, micro webcinema, webcinema realtime, webcinema chat, webcinema bottom-up. Il webcinema lineare⁴⁰ individua le opere pubblicate su internet che non si discostano dalla linearità delle opere cinematografiche tradizionali. Con webcinema game⁴¹ s'intendono i giochi online segnati dalla sperimentazione linguistica e narrativa e dalla interattività. All'etichetta webcinema ambiente⁴² appartengono i lavori che sfruttano le caratteristiche immersive della rete e ricreano per gli utenti dei luoghi virtuali. Il micro webcinema comprende video randomici⁴³ che utilizzano le potenzialità enciclopediche e accumulative della rete. Il webcinema realtime⁴⁴ abbraccia opere connesse ad eventi (generalmente performance artistiche) trasmessi in tempo reale su internet. Nel webcinema chat⁴⁵ rientrano quei lavori che utilizzano la struttura della chat come forma di espressione e di comunicazione. Infine l'ultima etichetta, il webcinema bottom-up⁴⁶, racchiude lavori realizzati al di fuori dei canali di produzione istituzionali o mainstream come possono essere i videoblog⁴⁷. Il lavoro di Barbeni rispecchia anch'esso la doppia

38. Manovich, 2002, pp. 46-70.

39. J. Murray, *Hamlet on the Holodeck: the Future of Narrative in Cyberspace*, MIT Press, Cambridge, Mass., 1997.

40. È analizzato il caso di *6168.org* sito ideato dall'artista canadese Peter Horvath, ora all'indirizzo www.peterhorvath.net, anno: 1999 [ultimo accesso 2-6-2012].

41. Sono analizzati due casi: *The Tulse Luper Journey*, www.tulseuperjourney.com [ultimo accesso 2-6-2012], progetto multimediale di Peter Greenaway, anno: 2004 e *The Endless Forest*, <http://tale-of-fores.com/TheEndlessForest> [ultimo accesso 2-6-2012], autori: Auriea Harvey e Michaël Samyn, anno: 2005.

42. È analizzato il caso di *Island 8081*, www.8081.com/home [ultimo accesso 2-6-2012], autore: 80/81, anno: 2000.

43. È analizzato il caso di *sign69.com*, www.sign69.com [ultimo accesso 2-6-2012], autore: Philip Wood, anno: 1997.

44. È analizzato il caso di *Wirefire*, www.entropy8zuper.org/wirefire [ultimo accesso 2-6-2012], autore: Entropy8zuper, anno: 2003.

45. *Foreplay*, www.hell.com, autore: 80/81, anno: 2002 [non più disponibile online].

46. Il videoblog della *Notte della taranta*, www.performingmedia.org/vlog [non più disponibile online], autori: Antonio Rollo e Claudio Infante, anno: 2006.

47. In realtà, ormai il videoblogging ha sdoganato le mere pratiche bottom-up ed è diventata una forma comunicativa propria anche dei canali d'informazione tradizionali.

influenza tra teoria e pratica riconoscibile nelle trattazioni di webcinema. Non a caso Barbeni è un giornalista e critico d'arte, ma anche un artista impegnato attivamente nella creazione di opere di arte digitale⁴⁸.

Il cinema in rete che emerge da questi studi è percorso dalla necessità di regole e categorie a cui appartenere, ma contemporaneamente è contrassegnato da una scarsa identificabilità e dal desiderio di evadere ogni rigida classificazione. Proprio quest'ultimo aspetto ci aiuta a evidenziarne le tangenze con l'arte in rete che, come ricorda Tilman Baumgärtel⁴⁹, è «a practically incomprehensible collection of the most varied data – as is the Internet itself»⁵⁰. Probabilmente l'unico principio che la regola è il fatto che, qualsiasi cosa che può essere tradotta in bits e bytes, può essere messa online.

Non è nostra intenzione indugiare in una discussione sui rapporti tra arte e rete, per i quali esiste una letteratura ormai quasi ventennale, segnata da profonde conflittualità e contraddistinta dall'uso di una serie di etichette (net art, web art, cyber art, digital art, software art, virtual art). Nel corso di questo lavoro proporremo esempi di filmati “incerti”, a cui è difficile attribuire una precisa collocazione nel mondo dell'arte o in quello del cinema. Non ci preoccuperemo di cercare una rigida classificazione e li considereremo liberamente opere di net art. Questo termine nasce all'interno di accese discussioni nella mailing list *Nettime*⁵¹ nella seconda metà degli anni novanta e riteniamo che sia quello più idoneo ad identificare sperimentazioni, scambi e incroci tra arte e cinema online durante gli anni novanta.

48. È uno dei membri del gruppo torinese *8081*. Per maggiori informazioni si veda L. Barbeni, *luca8081*, <http://luca.8081.com> [ultimo accesso 2-6-2012].

49. T. Baumgärtel, *Net Art. On the History of Artistic Work with Telecommunications Media*, in P. Weibel, T. Druckrey (eds.), *Net-Condition: Art and Global Media*, MIT Press, Cambridge, Mass., 2001, pp. 152-161.

50. Ivi, p. 153 [sostanzialmente un insieme incomprensibile di dati eterogenei – come è internet stesso (*traduzione di chi scrive*)].

51. Nella mailing list *Nettime*, tra il marzo e il maggio 1997, si è sviluppato un intenso dibattito sulla relazione tra arte e rete: da una parte la rete era vista come un nuovo modello per la distribuzione delle informazioni; dall'altra come un nuovo modello di relazione sociale. È tradizione attribuire la nascita del termine *Net.art* all'artista sloveno Vuk Kotic. Secondo quanto tramandato, quest'ultimo ricevette un'email infetta da un virus informatico, in cui tutte le parole erano mischiate, e nel bel mezzo del testo, le parole “net” e “art” erano accanto l'una all'altra, così nacque l'espressione “net.art”. Per maggiori informazioni sulla net art si vedano F. Popper, *From Technological to Virtual Art*, MIT Press, Cambridge, Mass., 2007; B. Wands, 2004; J. Stallabrass, *Internet Art: the Online Clash of Culture and Commerce*, Tate Publishing, London, 2003; Weibel, Druckrey, 2001.

5. Archeologia del cinema in rete

Il panorama teorico che abbiamo tracciato evidenzia degli approcci molto diversi tra di loro che riproducono la natura ibrida dell'oggetto che analizzano. Gli studi più specifici sono quelli di natura non prettamente accademica ma appartenenti ad artisti, filmmaker, curatori di mostre. Sono studi che cercano di definire e di classificare i filmati realizzati per il web, di mettere in luce tangenze e dissonanze con altri prodotti artistici presenti in rete. Si tratta però di lavori embrionali, coevi al fenomeno, che mancano di una precisa contestualizzazione sia storica che culturale. Inoltre, non sono esenti da un certo entusiasmo "acritico" nei confronti della rete, considerata in grado di "rivoluzionare" l'intero universo cinematografico.

Per quanto riguarda i film studies e i web studies non si trova un interesse specifico sulle origini del cinema in rete. Tra la fine degli anni novanta e i primi anni del ventunesimo secolo in entrambi i campi disciplinari assistiamo ad un'attenzione generica per il cosiddetto "cinema digitale". Gli studi più recenti sono maggiormente sofisticati ma mancano di una collocazione storica. La diffusione del web 2.0 ha condotto gli studiosi ad un'analisi centrata sull'oggi, sull'integrazione dei media, sulla loro convergenza⁵², priva però di una riflessione sul periodo precedente la diffusione della banda larga e dei portali video, quasi ci si fosse catapultati nel presente senza alcuna fase di transizione.

Se la teoria non ci fornisce un valido supporto per rispondere alla nostra domanda, rivolgiamoci al web per cercare un po' di aiuto. Proviamo a fare una semplice indagine in rete. Inseriamo in Google⁵³ una serie di parole chiave: cinema online, movies online, webmovies, webcinema, film movies, digital cinema. Il risultato ottenuto ci offre un variegato panorama di siti che mappano la relazione tra il cinema e internet: portali che consentono la visione di video, la condivisione e l'uploading (YouTube); siti che permettono la visione di film gratuitamente e a pagamento (Hulu⁵⁴); portali sul cinema cioè tutti quei siti che offrono informazioni paratestuali sul mondo del cinema, ad esempio le nuove uscite dei film, informazioni su attori, registi, materiale multimediale come fotografie, clip audio, video, trailer (l'Internet Movie Database⁵⁵); siti di webtv o di canali televisivi (Veoh⁵⁶ e la NBC⁵⁷).

52. Si veda in particolare per quanto riguarda il cinema Pethő, 2012.

53. Si è fatta la ricerca con la versione anglofona di Google.

54. www.hulu.com [ultimo accesso 2-6-2012].

55. www.imdb.com [ultimo accesso 2-6-2012].

56. www.veoh.com [ultimo accesso 2-6-2012].

57. www.nbc.com [ultimo accesso 2-6-2012].