

FOTOGRAMMI

di Gianni Canova

Il post-fordismo del racconto: Alien, Batman e le nuove forme della serialità

Alien, la clonazione

Regia: Jean-Pierre Jeunet
con Sigourney Weaver
e Winona Ryder
Usa, 1997

Le profonde trasformazioni che stanno investendo e modificando in modo radicale il sistema produttivo cominciano a far sentire i loro effetti anche sul piano della produzione di immaginario. Il processo di cambiamento in questo settore, per la verità, è iniziato già da parecchio tempo, ma solo ora si comincia a intuirne tutta la portata innovativa. Si prenda ad esempio una serie cinematografica come quella di *Alien*: gli episodi che la compongono denunciano fin dal titolo un'organizzazione del materiale narrativo molto diversa dal modello "seriale" classico (quello di impronta "fordista") e delineano una sorta di dispositivo post-fordista anche nelle pratiche iterative di produzione, distribuzione e consumo di *entertainment* spettacolare di massa.

La serie comincia nel 1979 con *Alien* di Ridley Scott. Prosegue poi con *Aliens* (1986) di James Cameron, *Alien³* (1992) di David Fincher e *Alien, la clonazione* (1997) di Jean-Pierre Jeunet. *Alien/Aliens/Alien³/Alien, la clonazione*: singolare/plurale/esponenziale/universale. Lontani i tempi in cui l'organizzazione della serie veniva comunicata al pubblico con la semplice apposizione di un numero romano progressivo (*Rocky 1, II, III, Rambo 1, II, III* ecc.) accanto al titolo (o al "mar-

chio di fabbrica"). Roba vecchia, reperti di archeologia: quella numerazione progressiva lasciava supporre uno sviluppo lineare della storia, un rigoroso controllo del tempo e dello spazio narrativo, una precisa relazione logico-cronologica nel passaggio da un episodio all'altro. Era il modello produttivo fordista che plasmava e permeava di sé anche l'organizzazione dello spettacolo.

Ora le cose non stanno più così. La serie *Alien* (ma un discorso analogo si potrebbe fare ad esempio anche per la saga di *Batman*, o per il serial televisivo *X-Files*) si fonda su un meccanismo produttivo in cui la serialità cessa di essere una "catena" e diventa un ipertesto, o una rete. Da un capitolo-episodio all'altro non c'è più, necessariamente, sviluppo diegetico. Ci sono piuttosto salti, buchi, ripetizioni, richiami, analogie. La narrazione si espande come una metastasi: si riproduce a distanza, all'improvviso, senza vincoli di tempo o di spazio. A suggerire l'idea di una serialità per l'appunto flessibile e globale, che ha bisogno di espandersi in ogni direzione, di dilatarsi al massimo e di autoriprodursi incessantemente, in ogni modo e in qualsiasi direzione. Il materiale così organizzato si offre al pubblico (e al consumato) non più con un *appeal* legato all'intreccio, bensì piuttosto come un ipertesto in cui ogni singolo fruitore attua i percorsi e le tattiche di consumo che risultano più confacenti ai suoi bisogni e ai suoi desideri. Non c'è più una storia che va avanti, e che avvicine lo spettatore ponendolo in tensione rispetto all'esito finale della vicenda. C'è piuttosto un *pattern*, o un nucleo situazionale di base (un'eroina-icona, un mostro alieno invasivo, un'astronave alla deriva nello spazio) che viene inces-

santemente riprodotto (o clonato) con l'introduzione di piccole varianti. La neo-serialità gioca insomma sull'eterno ritorno dell'identico, differenziando però ogni singolo prodotto in base agli "optionals" che lo contraddistinguono. Nell'ultimo episodio della serie *Alien*, ad esempio, il conflitto fra l'eroina Ripley (interpretata da una sempre più allucinata Sigourney Weaver) e il mostro alieno che la perseguita dal primo episodio si riproduce pari pari secondo schemi già collaudati nei capitoli precedenti. Nulla di nuovo, insomma, se non una diversa miscela degli ingredienti e una differente distribuzione, appunto, degli "optionals". Alla fine del terzo episodio Ripley si era suicidata per distruggere, con sé, anche il "mostro" alieno che si portava in grembo. Ora, a 200 anni di distanza, viene clonata e riportata in vita da un gruppo di scienziati che sono interessati soprattutto a salvare il DNA del "mostro" per portarlo sulla Terra e sfruttarlo come nuova forma di forza-lavoro. Ad essere serializzato è il *prodotto* (in questo caso il *brand Alien*, con relativo design dell'artista svizzero H.R. Giger), mentre il contesto e il personale tecnico-esecutivo cambiano di volta in volta. Così se ancora pochi anni fa le serie si basavano non solo sulla fedeltà al *brand*, ma anche sulla riproposizione della squadra che l'aveva realizzato (le serie di *Indiana Jones* o di *Ritorno al futuro* sono firmate sempre dallo stesso regista e interpretate dai medesimi attori), ora la neo-serialità prevede un tasso di flessibilità molto più alto: la regia cambia sempre in *Alien*, mentre in *Batman* cambia perfino l'attore che interpreta l'eroe-pipistrello. Una volta assunta la centralità del *brand* (*Alien*, *Batman*, *X-Files*), è possi-

bile declinarla con il massimo di flessibilità nei contesti e negli scenari più disparati. Ma non si tratta di una banale strategia *product oriented*: al contrario, paradossalmente, proprio la fedeltà al prodotto (e al suo logo, alla sua "immagine") finisce per risultare funzionale a una strategia *consumer oriented*. Perché qui sta il punto: i prodotti della neo-serialità si offrono al consumatore con chiavi d'accesso multiple, ognuno può scegliere la propria e fare di sé un soggetto nomade dentro lo scenario proposto. Come in un gioco di ruolo, "partecipare" significa operare delle scelte, costruire delle connessioni, stabilire tragitti, percorsi e strategie. Cioè, in altre parole, produrre soggettività (e identità) proprio nell'atto del consumo. Per questo non ci si deve indignare, ad esempio, del fatto che in Italia le varie puntate di *X-Files* siano state mandate in onda secondo un ordine diverso da quello previsto dalla produzione. Dietro questa apparente "sciatteria" si nasconde una profonda comprensione della natura ipertestuale della neo-serialità: che diventa tanto più interessante quanto più chiama il fruitore a intervenire attivamente, a ricostruire il proprio palinsesto ideale all'interno di un certo numero di possibilità definite. Proprio come di fronte a *Alien, la clonazione*: dove ognuno può godere, di volta in volta e differentemente, tanto delle "variazioni dell'identico" quanto delle "identità di più diversi". Poco importa che non ci sia storia, e che il ritmo latiti e incespichi a più riprese: ritmo e storia sono funzioni ormai trasferite e delegate ai consumatori. Ognuno dei quali avrà la storia e il ritmo che si merita, quelli che è stato capace di contribuire a creare. O a ricreare. ■