



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO

Scuola di Alta formazione Dottorale

Corso di Dottorato in Studi umanistici interculturali

Ciclo XXIX

Settore scientifico disciplinare L-ART/06 – Cinema, fotografia e televisione

***NOT ANOTHER TEEN MOVIE. EVOLUZIONE DI UN GENERE
COMMERCIALE TRA EXPLOITATION E CONVERGENZA***

Supervisore:

Chiar.ma Prof.ssa Francesca Pasquali

Co-supervisore:

Chiar.ma Prof.ssa Barbara Grespi

Tesi di Dottorato

Stefano GUERINI ROCCO

Matricola n. 1031639

Anno Accademico 2015/16

INDICE

INTRODUZIONE

I. UNA QUESTIONE DI DEFINIZIONE

- I.1 Definire il genere
- I.2 Quale approccio? Rappresentare l'adolescenza
- I.3 Quale adolescenza? Un concetto flessibile
- I.4 *Teen movie* «invokes an audience»

II. UN'ORIGINE COMMERCIALE

- II.1 Un genere commerciale
- II.2 Crisi dello *studio system*
- II.3 Hollywood reagisce
- II.4 Teenager: un nuovo pubblico
- II.5 Teenager: un nuovo mercato
- II.6 Il *teen movie* come *exploitation*: il caso AIP

III. CICLI, FILONI, SOTTOGENERI

- III.1 Un genere ripetitivo
- III.2 *Exploitation*, evasioni musicali e metafore orrorifiche
- III.3 Da *teen* a *youth*, da sottocultura a controcultura

IV. SVILUPPI INDUSTRIALI

- IV.1 «The modern era of the super-blockbuster films»
- IV.2 Nuove pratiche di produzione: il *franchise*

- IV.3 Nuovi mercati: tra multiplex e *home video*
- IV.4 Il *teen movie* nella sua fase postclassica
- IV.5 *Teen horror* e *sex comedy*: «the teen trend to come»
- IV.6 Istituzionalizzare il genere
- IV.7 Il *teen movie* come terreno di sinergie

V. CONGLOMERATI, SINERGIE, CONVERGENZE

- V.1 Conglomerate Hollywood
- V.2 *Teen audience*: «Hollywood's most reliable audience»
- V.3 Il cinema della convergenza
- V.4 Convergenza: pratiche di consumo
- V.5 Convergenza: pratiche di produzione

VI. IL *TEEN MOVIE* NELL'EPOCA DELLA CONVERGENZA

- VI.1 Il *teen movie* come terreno di convergenze
- VI.2 Convergenza *teen*: generi tradizionali
- VI.3 Convergenza *teen*: trend emergenti

VII. UN CASO ESEMPLARE

- VII.1 *The Hunger Games*: un racconto distopico
- VII.2 *The Hunger Games*: un *franchise* transmediale
- VII.3 *The Hunger Games*: un *teen movie* convergente
- VII.4 Sopravvivenze

CONCLUSIONI

BIBLIOGRAFIA

INTRODUZIONE

Nel 2001 viene distribuito nelle sale cinematografiche *Not Another Teen Movie* (*Non è un'altra stupida commedia americana*, 2001) che, tradendo i propositi del titolo, si rivela esattamente quello che prometteva di non essere: un catalogo di sguaiata comicità che ripropone, con intenti parodici, i principali stereotipi del genere *teen movie*. Trascurata dalla critica e ignorata anche dal pubblico, la pellicola viene presto dimenticata senza offrire nessun lascito significativo. Tuttavia, il ricorso sistematico alla ripetizione di un sistema consolidato di *tòpoi* e convenzioni attraverso cui si struttura *Not Another Teen Movie*, può risultare utile per capire la natura intrinseca del *teen movie*, genere eclettico ed eterogeneo, privo di una statura scientifica propria eppure capace di conservare una riconoscibilità e un'autonomia peculiare.

Il *teen movie*, infatti, sembra offrirsi piuttosto facilmente a una definizione di senso comune, ma pone alcuni interrogativi non banali a chi voglia approfondirne la specificità. Questa tesi si propone dunque di indagare tali interrogativi tracciando un percorso di analisi del genere *teen movie* che, attraverso il ricorso a strumenti molteplici, permetta di coglierne efficacemente la complessità e la mutevolezza.

La prima parte dell'elaborato presenta dunque una rapida ricognizione della teoria dei generi cinematografici, per riuscire a individuare una serie di quesiti, contraddizioni e problematiche metodologiche che hanno contraddistinto lo studio del *teen movie*. Risulta significativo, in questo senso, constatare come già a partire dall'indicazione di una terminologia comune, gli studiosi non siano riusciti a determinare una soluzione univoca e condivisa per riferirsi al genere, moltiplicando all'interno dei loro scritti definizioni ed espressioni differenti. Tale proliferazione di specificazioni e puntualizzazioni, trova effettivo riscontro nello sviluppo del *teen movie*, suggerendone implicitamente la natura poliedrica e, allo stesso tempo, l'autonomia identitaria.

Nell'impossibilità di sancire confini certi e saldi, dunque, tra gli studiosi si è consolidata l'idea che al *teen movie* siano da ricondurre specificatamente film *con e per* adolescenti, elevando così a fattore discriminante l'età anagrafica tanto dei protagonisti sullo schermo, quanto del pubblico di riferimento. Passando in rassegna la letteratura

scientifico prodotta, infatti, appare evidente come il dibattito sul *teen movie* sia stato polarizzato da tentativi di lettura prioritariamente incentrati sulla rappresentazione dell'adolescenza, col suo carico di implicazioni socio-culturali e di interpretazioni psicologiche. Questo approccio semantico, tuttavia, non permette di cogliere pienamente l'eclettismo e l'inafferrabilità del genere, permeato da un distintivo carattere di flessibilità che si rivela fondamentale per un'analisi efficace ed esaustiva.

L'intento di questa trattazione è dunque quello di colmare le lacune del dibattito critico per stabilire, attraverso un'indagine più approfondita, la centralità dello stretto rapporto tra pratiche di produzione e pratiche di consumo che coinvolge il *teen movie*, fino a determinarne la struttura e lo sviluppo. Si rivela dunque necessario, in questo senso, elaborare nuove metodologie di indagine, che uniscano agli strumenti propri dei *film studies* e della teoria dei generi l'analisi del contesto sociale, economico, tecnologico e mediale all'interno del quale si colloca il *teen movie*. Risulta così fondamentale inserire l'oggetto filmico in esame in un più ampio orizzonte di studio, in quel tessuto reticolare di interazione tra produzione e consumo designato e messo a fuoco dai *media studies*.

Nella parte centrale della trattazione, dunque, si è ritenuto utile impostare, secondo una prospettiva storiografica, un percorso di ricostruzione dell'evoluzione del genere. Nel caso particolare del *teen movie*, infatti, capirne le ragioni dell'origine, investigarne lo sviluppo, circoscriverne le metamorfosi all'interno di un preciso contesto sia socio-culturale sia economico-industriale, risulta cruciale per coglierne la natura intrinseca. In questo senso, rintracciare il momento in cui, per la prima volta, l'industria cinematografica mette in pratica una serie di inedite strategie produttive atte a soddisfare le esigenze di un'emergente categoria sociale, i teenager, risulta particolarmente significativo per iniziare a profilare la specificità squisitamente commerciale del *teen movie*, che si configura come il frutto dell'interazione tra produttori e pubblico. Dalla *exploitation* degli anni Cinquanta fino alle convergenze del nuovo millennio, industria e pubblico, ossia produzione e consumo, si segnalano infatti come agenti fondamentali nel processo di definizione del genere.

Inoltre, attraverso il percorso storiografico proposto, è possibile cogliere anche la duplice natura di genere *statico* e *dinamico* allo stesso tempo tipica del *teen movie*. Da una parte, infatti, il *teen movie* si rivela capace di sopravvivere ai mutamenti socio-culturali di ogni epoca, aggiornandosi costantemente secondo le esigenze commerciali

imposte dal mercato, riuscendo così a corrispondere e soddisfare le richieste del proprio pubblico. Dall'altra, la sua natura ciclica e seriale ne denuncia la spiccata tendenza alla ripetizione, attraverso la quale il *teen movie* riesce a instaurare quel rapporto di familiarità che si rivela un requisito imprescindibile per la sua riconoscibilità come genere unitario e coerente, nonché per la fidelizzazione della *teen audience* di riferimento.

Il *teen movie* si segnala dunque quale genere *ripetitivo*, basato cioè sul ricorso sistematico a un repertorio consolidato di stereotipi, *tòpoi* e convezioni consolidate, come evidenzia, in maniera empirica e probabilmente incidentale, l'esempio del citato *Not Another Teen Movie*. Allo stesso tempo, però, si rivela anche genuinamente fluido, estendibile e aperto: il *teen movie*, più che mai sensibile agli smottamenti e alle esigenze del mercato, si dimostra abile, fin dalla sua origine, nel saper modellare la propria specificità secondo i trend emergenti di ogni epoca, modificando la propria identità peculiare per implementarne le potenzialità commerciali.

Riconsiderare qui il *teen movie* come prodotto dell'interazione tra pubblico e produzione, impone dunque un suo ripensamento, non solo in quanto oggetto filmico in sé, bensì in quanto sistema di pratiche e relazioni che coinvolge più soggetti. In questo senso, il *teen movie*, più di altri generi, si configura come il prodotto d'elezione di quell'industria culturale dell'entertainment che si integra con la società e l'economia della propria epoca, all'interno della quale prodotti, spettacoli, media, consumi e riti culturali si legano inscindibili a una dimensione più specificamente commerciale e industriale. In una dinamica che anticipa le politiche produttive sinergiche e integrate della cultura convergente, il *teen movie* si configura da subito come un prodotto, un bene di consumo, all'interno di una *commodity culture* nella quale alla *teen audience* e al *teen market* a esso connesso è riservata una nuova, inedita preminenza.

In questo contesto, il *teen movie* risponde in maniera particolarmente efficace alle dinamiche del sistema convergente, basato tanto su uno sviluppo sinergico e transmediale, quanto su uno sfruttamento integrato dei propri prodotti. Secondo questa prospettiva, la parte finale della trattazione evidenzia come *teen movie* e *global entertainment franchise* sembrano legati da una relazione di mutua influenza e condizionamento. Il *teen movie*, infatti, intercetta presto le novità introdotte dalla convergenza e dal *transmedia storytelling*, modificando e ibridando le proprie

convenzioni per conformarsi ai paradigmi narrativi emergenti, riuscendo altresì a sfruttare pienamente le potenzialità commerciali offerte dal sistema produttivo convergente. Il *franchise*, allo stesso tempo, si adatta alle esigenze della *teen audience*, forza trainante e preminente del mercato cinematografico, adottando la struttura peculiare del racconto di formazione, tipica del *teen movie*, quale archetipo narrativo predominante per il *franchise* contemporaneo.

Il caso studio di *The Hunger Games* esposto in chiusura, infine, dimostra come il *teen movie*, genere eclettico e versatile, riesca ancora una volta a modificarsi e aggiornarsi per consolidare la propria posizione di rilevanza all'interno del mercato cinematografico, pur mantenendo inalterata, allo stesso tempo, la propria autonomia e riconoscibilità intrinseca. Si delinea così un percorso di trasformazione perpetua che, forse, può indicare nuove strade nello sviluppo del genere stesso.

CAPITOLO PRIMO

UNA QUESTIONE DI DEFINIZIONE

I.1 Definire il genere

Una rapida ricognizione della storia della teoria dei generi cinematografici può essere utile per cogliere una serie di tendenze, interrogativi, contraddizioni e problematiche metodologiche che hanno contraddistinto lo studio dei *teen movies* fino a oggi.

Innanzitutto, come spiega Rick Altman nel suo *Film/Genere*, viene generalmente dato per scontato che i generi esistano effettivamente in quanto tali: è raramente oggetto di discussione il fatto che siano dotati di specifiche caratteristiche che li rendono identificabili e conseguentemente delimitabili senza eccessive ambiguità. In questo senso, si capisce come gli studiosi di cinema abbiano spesso inteso il processo di creazione di un dato genere secondo un processo imitativo a partire da un originale predefinito e universalmente riconosciuto, supponendo che testi simili possano dare vita a significati simili, letture simili e utilizzi simili. I teorici del genere hanno rivolto la loro attenzione prevalentemente a generi già esistenti e riconosciuti, piuttosto che creare proprie categorie interpretative, mentre le aspettative e le reazioni del pubblico sono state oggetto di limitato interesse.¹

Se è possibile ritenere che queste regole generali siano applicabili con una buona approssimazione a tutti i generi cosiddetti classici, dal musical al western, la questione sembra complicarsi quando si cerca di approcciare un genere ibrido ed eclettico come i *teen movies*. Come ha opportunamente evidenziato Timothy Shary nel suo saggio *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, infatti «That films about youth actually compose a genre has only recently been established in film studies».² L'istituzione della categoria del *teen movie* all'interno della teoria dei generi si deve principalmente a un manipolo non corposo ma prolifico di studiosi, tra cui è importante citare la teorica del cinema

¹ ALTMAN, RICK, *Film/Genere*, Londra, The British Film Institute, 1999; trad. it. (consultata) ID., *Film/Genere*, Milano, Vita e Pensiero, 2004, pp. 20-21.

² SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, in BARRY KEITH GRANT (a cura di), *Film Genre Reader III*, Austin, University of Texas Press, 2003, p. 493.

Catherine Driscoll e gli storici David M. Considine, Thomas Doherty e Shary stesso, che si sono confrontati sulla necessità di stabilire un'interpretazione condivisa e non ambigua del genere. Nel saggio sopracitato, Shary prende spunto dalla definizione di *youth film* contenuta nel catalogo *The Moving Image Genre-Form Guide* redatto nel 1997 dalla Motion Picture / Broadcasting / Recorder Sound Division della Library of Congress statunitense. Tale definizione fa riferimento a un corpus di opere che comprende «fictional work portraying aspects of the trajectory through adolescence, including high school years, peer pressure, first love, beach parties, and initial attempts at adulthood, along with strains in the relationship with family».³

Questa embrionale descrizione del *teen movie* come genere autonomo sembra trovare una solida rispondenza nel lavoro pionieristico di David M. Considine e Daniel Lopez, che per primi, a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta, hanno dedicato la loro attenzione allo studio della rappresentazione dell'adolescenza nel cinema statunitense. Nella sua imponente antologia *Films by Genre: 775 Categories, Styles, Trends, and Movements Defined, with a Filmography for Each*, Lopez individua una categoria di opere che non esita a riconoscere come *teen movies* – sebbene lo studioso, a differenza della letteratura scientifica che lo ha succeduto, come si vedrà più avanti, non ponga distinzioni tra le definizioni di *teen movie* e di *youth picture*. In maniera simile alla Library of Congress, l'autore nella sua trattazione si affretta a elencare una serie di sottogeneri che possano aiutare a specificare meglio e a delimitare più opportunamente i confini del genere, a volte in sovrapposizione o ibridazione con altri generi o categorie: *beach films*, *high school films*, *teen-violence films*, *teen comedies* e *teen sex comedies*, solo per citare alcuni esempi.⁴

Appare evidente come la necessità di una tale proliferazione di specificazioni e puntualizzazioni, che trova effettivo riscontro nello sviluppo del genere, suggerisca la natura poliedrica e inafferrabile propria dei *teen movies*. Eppure, allo stesso tempo, il genere nel suo complesso risulta altamente riconoscibile e dotato di un'identità tipica. Come possono il drammatico *Blackboard Jungle* (*Il seme della violenza*, 1955), l'horror *A Nightmare on Elm Street* (*Nightmare – Dal profondo della notte*, 1984) e la

³ TAVES, BRIAN, HOFFMAN, JUDI, LUND, KAREN (a cura di), *The Moving Image Genre-Form Guide*, Washington DC, The Library of Congress, 1998, p. 60.

⁴ LOPEZ, DANIEL, *Films by Genre: 775 Categories, Styles, Trends, and Movements Defined, with a Filmography for Each*, Jefferson, McFarland & Company, 1993, p. 332.

commedia *Mean Girls* (*Id.*, 2004), film così diversi per epoca, stile e registro, essere accomunati sotto la stessa etichetta? Eppure non c'è antologia o pubblicazione monografica che non inserisca questi titoli all'interno della categoria multiforme del *teen movie*. Evidentemente, «Like pornography in Justice Potter Stewart's famous remark, it seems genre is a matter more of unspoken recognition than of dictionary definition: we know a western when we see one».⁵

Nell'impossibilità di sancire confini certi e saldi, tra gli studiosi si è consolidata nel tempo l'idea condivisa che il genere *teen movie* sia costituito da film che sono, parafrasando Emma French, «as 'for' as well 'about' adolescence».⁶ Gli sviluppi teorici degli ultimi anni si sono infatti concentrati su un cinema *con e per* adolescenti, laddove per adolescenti sono da intendersi i giovani di età compresa tra i tredici e i diciannove anni – in inglese il termine *teen* rende più esplicita la definizione.

L'età anagrafica, tanto dei personaggi quanto del pubblico di riferimento, è diventata così l'elemento preponderante per definire e riconoscere un genere eclettico ed eterogeneo, forse ancora privo di una sua statura scientifica, ma allo stesso tempo dotato di una riconoscibilità e un'autonomia intrinseca: «Unlike other genres that are based on subject matter, the youth genre is based on the ages of the films' characters, and thus the thematic concerns of its subgenres can be seen as more directly connected to specific notions of different youth behaviors and styles».⁷

Questo tentativo di rintracciare elementi di uniformità all'interno di un materiale poliedrico e multiforme, risponde del resto a un'esigenza propria della teoria dei generi, come ha evidenziato Rick Altman in *Film/Genre*.

I generi sono piuttosto legati a un particolare soggetto e struttura o a un corpus di film che presentano soggetti e strutture analoghe. Ciò significa che per essere riconosciuti in un genere, i film devono avere sia un soggetto comune (l'America rurale, per esempio), sia una struttura comune, un modo simile di configurare quel soggetto. Anche film aventi un soggetto comune non sono considerati come parte di un genere se non trattano il soggetto in modo simile (ecco perché *hick pix*

⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics: The Juvenilization of American Movies in the 1950s*, Philadelphia, Temple University Press, 2002, p. 11.

⁶ FRENCH, EMMA, *Selling Shakespeare to Hollywood: The Marketing of Filmed Shakespeare Adaptations from 1989 into the New Millennium*, Hatfield, University of Hertfordshire Press, 2006, p. 102.

⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 492.

non è un genere, ma una categoria basata solo su un soggetto generale). Resta vero, per la critica recente, anche il contrario. [...] La tendenza generale dei teorici dei generi e del pubblico è quella di riconoscere un genere solo laddove vi è coincidenza di soggetto e struttura.

Se l'essenza di un genere risiede in una particolare combinazione di soggetto e struttura (o 'semantica' e 'sintassi', i termini a cui ricorro nel mio articolo del 1984 riportato in appendice a questo volume), il genere in sé è solitamente concepito come un corpus di film.⁸

I *teen movies* sembrano dunque contraddistinti da un'apparente omogeneità di soggetti, che li renderebbe in questo modo riconoscibili come un genere unitario e coerente: citando Schatz, un genere «which involves familiar, essentially one-dimensional characters acting out a predictable story pattern within a familiar setting».⁹ Tuttavia, di fronte a questa (supposta) omogeneità di soggetti, i *teen movies* presentano un'altrettanto evidente eterogeneità di strutture, che è anzi una caratteristica peculiare del genere se si considera la sua evoluzione nella storia tra cicli, filoni e sottogeneri tutt'altro che simili. La letteratura scientifica prodotta sul genere sino a oggi sembra però aver marginalizzato, se non del tutto ignorato, questo aspetto, preferendo concentrare la propria attenzione sul tema della rappresentazione dell'adolescenza nel cinema americano contemporaneo. Per dirla con Altman, la storia degli studi sul genere è andata quindi costruendosi secondo un approccio più semantico che sintattico: «but an emphasis on adolescence itself, rather than on questions of film style, and a more sociological than formalist approach to generic conventions, is common in studies of teen film. Teen film is generally thought more interesting for what it says about youth than for any aesthetic innovations, and is represented as closely tied to the historically changing experience of adolescence».¹⁰

Questa visione, sviluppata e condivisa dai principali studiosi di *teen movies*, svela però una tendenza omologante, che rischia di mortificare o sottovalutare altri tentativi di lettura. Paradossalmente, è lo stesso Shary a lamentare una certa ottusità nell'approccio allo studio del genere. Nella sua recensione ai volumi *The Road to Romance and Ruin*:

⁸ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 40.

⁹ SCHATZ, THOMAS, *Hollywood Genre: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, New York, Random House, 1981, p. 6.

¹⁰ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, Oxford-New York, Berg, 2011, p. 2.

Teen Films and Youth Culture di Jon Lewis e *Lost Angeles: Psychoanalysis and Cinema* di Vicky Lebeau, spiega:

The teen film itself will persist and thrive as a genre, and more (and better) methods of studying it are needed. There are at least four options: The theoretical and often generalizing approaches presented by Lewis and Lebeau can be refined and brought into a focus that remains critical but more carefully considers the roles and representations of youth in teen films. Studies such as Lewis's and Lebeau's can remain valuable for the purposes of considering teenagers' experiences in terms of the filmic contexts of cultural studies and psychoanalysis. However the application of such studies has thus far been problematic to an understanding of teen imaging and the teen film genre, if only because their range of cinematic examples has been so limited and their methods seem to require more wrestling with the theoretical backgrounds of their fields than the consideration of (teen) films themselves.

Another option would be more audience oriented, using surveys and demographics. Film studies in general rarely incorporate more quantitative audience research of film trends and social effects (a notable exception is the work of Bruce Austin), but such methods could undoubtedly tell us much about teen (and adult) viewers' perspectives, habits, and attitudes, especially in relation to viewing teen images. The dilemma with this method is that most humanities-trained film scholars are simply uninterested in or unable to conduct the type of research required to study contemporary teen audiences in relation to films about them. This method could also prove to be too arduous: A truly comprehensive study of teen film audiences would necessarily be enormous and complex and susceptible to extensive methodological criticisms.

To study teen films from the perspective of production practices could be interesting as well, considering the insight and guesswork that must be the foundation for adult filmmakers' contemporary images of youth. But such a study method would inevitably shine more light on marketing strategies and the collective conscience of adults than it would on the conditions of contemporary youth. A formal study of teen films' production techniques and styles could reveal much about the generic motifs and patterns that have characterized youth representation in cinema, although this method inevitably places its emphasis on

particular filmic interpretations that may be irrelevant or inaccessible to most film audiences.¹¹

I.2 Quale approccio? Rappresentare l'adolescenza

L'adolescenza e, soprattutto, la rappresentazione dell'adolescenza sono considerate il comune denominatore per circoscrivere e riconoscere i *teen movies*. La storia degli studi sul genere ci insegna che attorno a questi cardini si sono sviluppate e consolidate le principali convenzioni che definiscono un genere complesso, sfaccettato e sfuggente. Cosa si intende, dunque, per rappresentazione dell'adolescenza? Timothy Shary afferma: «I consider the image of American youth population within certain ranges of experience that youth are afforded, such as school, relationship, and delinquency».¹² Parimenti Catherine Driscoll elenca quelle che ritiene essere le principali convenzioni narrative afferenti al genere.

There are certainly narrative conventions that help define teen film: the youthfulness of central characters; content usually centered on young heterosexuality, frequently with a romance plot; intense age-based peer relationships and conflict either within those relationships or with an older generation; the institutional management of adolescence by families, schools, and other institutions; and coming-of-age plots focused on motifs like virginity, graduation, and the makeover.¹³

Dal ricorso frequente di termini come scuola, conflitto generazionale, confronto con le istituzioni e racconto di formazione, è facile intuire che il dibattito sui *teen movies* è stato polarizzato da questioni che riguardano più la rappresentazione dell'adolescenza, con il suo carico di implicazioni socio-culturali e interpretazioni psicologiche, che i *teen movies* stessi come oggetti filmici. «Overall, then, three claims about representation

¹¹ SHARY, TIMOTHY, *The Teen Film and its Methods of Study: A Book Review Essay*, «Journal of Popular Film and Television», Vol. 25, Iss. 1, 1997, pp. 43-44.

¹² SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 492.

¹³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 2.

dominate scholarship on teen film: that is American, that it represents teenage life and concerns, and that it fails to represent teenagers accurately».¹⁴ Questi tre punti sintetizzati efficacemente da Driscoll spiegano bene l'orientamento adottato comunemente nello studio del *teen movie* fino ad oggi, ma ne rivela implicitamente anche i limiti. Secondo la maggior parte di critici e teorici, dunque, i *teen movies* sembrano essere film americani, ovvero di produzione statunitense, che propongono, spesso fallendo, un ritratto il più possibile mimetico degli adolescenti in rapporto al contesto socio-culturale in cui il film è prodotto.

Genre studies cover almost exclusively American youth films. Even though it goes without saying that mainstream films abound, the material selected often also crosses institutional lines between studio productions and independent films as well as artistic lines between auteur films and mainstream, formula films. What mainly unites the collected films is the age of their protagonist and their construction of images of teenage life.¹⁵

L'indagine sul *teen movie* ha prodotto così alcune convenzioni largamente condivise, che sono diventate a loro volta i capisaldi per lo sviluppo del genere stesso. Sono idee ben consolidate, cui si farà ricorso anche in questa sede, certamente utili per delimitare il campo per un confronto comune. Tuttavia, allo stesso tempo, sono concetti che vale la pena problematizzare prima di aderirvi acriticamente, per capire se possono risultare – o risultare ancora – effettivamente efficaci per un'analisi puntuale del genere.

Innanzitutto, è inevitabile notare come l'accento venga posto sull'intrinseca *americanità* del genere. Nei suoi studi *Teen Movie: American Youth on Screen e Generation Multiplex: The Image of Youth in American Cinema since 1980*, Timothy Shary traccia un attento percorso che lega cronologicamente lo sviluppo dei *teen movies* alla rappresentazione dei cambiamenti dell'adolescenza nella società americana. Il punto di vista espresso da Shary non è certo un'eccezione se si considera, per esempio, che anche Thomas Doherty parla di un processo di «juvenilization of American

¹⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 5.

¹⁵ JERSLEV, ANNE, *Youth Films: Transforming Genre, Performing Audiences*, in LIVINGSTONE, SONIA, DROTNER, KRISTEN (a cura di), *International Handbook of Children, Media and Culture*, Londra, Sage Publications, 2008, p. 185.

Movies»,¹⁶ mentre la stessa Driscoll torna a confermare: «this restriction of the idea that teen film represents teenagers to American teenagers is very common in scholarship on teen film. Most of the films I have named thus far were produced in the United States (US), and the genre has been strongly identified with a range of specifically US motifs, like cheerleaders and ‘the prom’». ¹⁷ La vocazione ontologica del *teen movie* sembra dunque coincidere con la rappresentazione mimetica dell’adolescenza, in particolare dell’adolescenza americana. Non è un caso quindi se, come è facile intuire passando in rassegna i titoli citati dalle principali antologie dedicate ai *teen movies*, i film che hanno definito il genere risultano essere prevalentemente se non esclusivamente americani, o meglio statunitensi.

Si è andata così a produrre una sovrapposizione tra genere e soggetto che, nel tempo, ha contribuito a definire i confini e le caratteristiche del *teen movie* stesso. Grazie al potenziale iconografico che gli è proprio, il sistema produttivo hollywoodiano ha istituito i *tòpoi* narrativi e le strutture peculiari dei film sull’adolescenza: dalla ricerca di un mentore all’alienazione dei sobborghi di provincia, dalla scoperta della sessualità al desiderio di fuga, fino alla deriva violenta e criminale. Queste istanze ricorrenti hanno così finito per caratterizzare il *teen movie* come genere, creando un legame di familiarità, per citare Schatz, anche tra pubblici lontani, epoche distanti, autori diversi, produzioni difformi. È sintomatico, in questo senso, l’episodio cui David M. Considine attribuisce l’ispirazione per il suo volume *The Cinema of Adolescence*. Durante il periodo di insegnamento in Australia negli anni Settanta, l’autore racconta di essere rimasto colpito dalle reazioni dei suoi studenti nei confronti dei giovani protagonisti di *Dead End (Strada sbarrata, 1937)* o dell’irrequieto Jim Stark di *Rebel Without a Cause (Gioventù bruciata, 1955)*. Apparentemente, nonostante le differenze socio-culturali e generazionali, questi personaggi parevano essere riusciti a conservare nei decenni la stessa rilevanza empatica e lo stesso grado di fascinazione che avevano suscitato nel pubblico americano nei decenni precedenti. Questo ha portato Considine a osservare che i *teen movies* offrono la possibilità anche a dei «Lebanese students who spoke almost no English»¹⁸ di ritrovare sullo schermo «images of themselves». ¹⁹

¹⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 13.

¹⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 4.

¹⁸ CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, Jefferson, McFarland & Company, 1985, p. V.

¹⁹ *Ibidem*.

Come si avrà modo di approfondire in seguito, si inizia dunque a delineare un carattere trans-nazionale e trans-generazionale proprio del genere, che ha fatto lamentare a Roz Kaveney un processo di colonizzazione²⁰ imposto da Hollywood agli immaginari (anche) delle altre culture, attraverso la creazione di una «folk memory»²¹ americano-centrica. Le ragioni di questa colonizzazione vanno rintracciate nella stretta maglia di rapporti tra l'evoluzione del genere, i cambiamenti nell'industria cinematografica statunitense, la ricerca di nuovi mercati e l'affermazione dei teenager come categoria sociale e soprattutto come fascia di pubblico potenziale cui rivolgere dei prodotti appositamente dedicati. Tuttavia, la ricerca scientifica ha spesso ignorato queste argomentazioni per concentrare la propria attenzione sul *teen movie* come specchio dell'adolescenza contemporanea.

Overall, two approaches prevail: a social scientific and a humanistic. The social science perspective deals with the films as *mirrors of youth* and asks what cultural function films perform. [...] Humanistic youth film studies are primarily interested in *images of youth* and genre studies prevail. Thus, we have studies concerned with social and cultural questions, which discuss whether films about youth reflect the social and psychological problems, identity construction or desires and life styles of actual groups of youths or teenagers in American society. These studies often take an explicit critical stance to the films. [...] Even though they may primarily be interested in genre development and the systemization of films into subgenres, they do pose questions as to how the constructed images of youth reflect and influence the development of real youth.²²

Affascinati dal concetto che «film and modern adolescence emerged at the same time and have consistently influenced each other»,²³ molti studiosi si sono rivolti ai *teen movies* con un approccio quasi esclusivamente semantico. «The most subtle historical approach to teen film will tend to think of the genre in *mimetic* terms, understanding

²⁰ KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, Londra, I.B. Tauris, 2006, p. 85.

²¹ *Ivi*, cit., p. 4.

²² JERSLEV, ANNE, *Youth Films: Transforming Genre, Performing Audiences*, cit., p. 186.

²³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 5.

changes in the genre as reflecting changes to the lives of adolescents in the audience».²⁴ Nei testi di Catherine Driscoll e Thomas Doherty, ad esempio, è frequente il ricorso a strumenti propri della psicologia e della sociologia per definire il rapporto tra adolescenza e grande schermo, con particolare riferimento agli studi di G. Stanley Hall²⁵ e alla categoria di «panico morale» introdotta da Stanley Cohen.²⁶

A study of cinema and youth offers an interesting historical parallel: motion pictures were invented in the 1890s and “youth” as an area of academic research emerged less than twenty years later in 1904, when social psychologist G. Stanley Hall wrote his pathbreaking *Adolescence: Its Psychology and its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*, which may be credited as the beginning of youth studies. That the proliferation of cinema and the founding of youth studies coincide within the same historical generation may not be indicative of a cause-and-effect relationship; however, the relationship between cinema and youth is significant. The twentieth century produced a series of “moral panics” around young people and social behavior, and the cinema – both as gathering place and as a site of simulation – has been a perennial source of those panics.²⁷

Questo approccio promuove però la tendenza a un dibattito sul genere che si concentra principalmente su come i *teen movies* riescano a produrre una immagine mimetica dell'adolescenza e, secondariamente, su quanto questa immagine riesca effettivamente a entrare in relazione con la realtà stessa cui si ispira. In questo senso, i testi accademici dedicati allo studio del *teen movie* esprimono spesso un atteggiamento paternalista nell'analisi del rapporto tra giovani e media. Non è un caso che le opere di Shary, Considine e Kaveney, per fare alcuni esempi, tendano esplicitamente «to judge films in the genre as good or bad in terms of a responsibility to represent adolescence in ways that would be *good for* adolescents. This tendency to moral judgment reflects a

²⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 65.

²⁵ HALL, G. STANLEY, *Adolescence: Its Psychology and its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*, 2 Vols., New York, Appleton, 1904.

²⁶ COHEN, STANLEY, *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Londra, MacGibbon and Kee, 1972.

²⁷ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex: The Image of Youth in American Cinema since 1980*, Austin, University of Texas Press, 2014, (I ed. *ibid.* 2002), pp. 20-21.

tendency in the genre itself to take a moral tone that understands adolescence as both object of training and subject of crisis».²⁸ Altri autori, come Lewis e Doherty, interrogano invece il tema della rappresentazione dell'adolescenza ponendolo in relazione alla *youth culture* e ai meccanismi di produzione e commercializzazione tipici della cultura massmediale: «to the extent that the solid ground of cinema can be said at all to “express”, “reflect”, or “represent” the cloudy realm of ideology, the narrative of the teenpic typically advances the values of the creator, not the consumer culture».²⁹ Tutti gli studi sembrano comunque convergere su un punto condiviso:

Besides being aesthetic artifacts and produced for specific commercial purposes, films are also bearers and co-producers of cultural meaning and may tell about that struggle for identity among young people and the changing social conditions of being young.

Representations of youth, as well as their historical differences, tell us something about the conditions and tensions through which the real social category of youth is constructed.³⁰

Questo approccio metodologico puntualizza giustamente che è indispensabile analizzare i *teen movies* in relazione al contesto socio-culturale che li ha prodotti, anche perché è importante ricordare sempre che la «chiarezza teorica della critica dei generi cinematografici è naturalmente messa continuamente in discussione dalle dimensioni storiche della produzione e della ricezione cinematografica».³¹ Allo stesso tempo, però, è necessario non sottovalutare il fatto che:

Hollywood si misura con il fenomeno giovanile nel più classico dei modi. Pesca nella realtà sociale elementi diversi e non sempre omogenei, quindi li riporta sullo schermo dopo averli rielaborati e condensati in un'immagine mitica di grande suggestione. Un procedimento in cui le ambizioni realistiche non vanno rintracciate nella fedeltà a modelli veri, ma nella capacità di suggerire

²⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 4.

²⁹ LEWIS, JON, *Hollywood V. Hard Core: How the struggle over censorship created the modern film industry*, New York, NYU Press, 2002, p. 73.

³⁰ JERSLEV, ANNE, *Youth Films: Transforming Genre, Performing Audiences*, cit., p. 186.

³¹ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 29.

un'immagine carismatica realizzata attraverso il collage di diversi fattori, quelli sì presi dalla cronaca sociale.³²

Non a caso, nel corso della sua trattazione, Driscoll non può che parlare di un tentativo fallito di rappresentazione mimetica dell'adolescenza, mentre Considine è costretto a constatare come «American film industry has been spectacularly unsuccessful in realistically depicting adolescence»,³³ «always producing an image that is out of proportion to physical reality».³⁴ Una lettura semantica del *teen movie* si rivela quindi fallace, o quantomeno limitativa, per una piena comprensione del genere.

I.3 Quale adolescenza? Un concetto flessibile

Davvero l'attitudine a una rappresentazione mimetica dell'adolescenza è centrale nel processo di definizione e riconoscimento di un *teen movie*? E quale adolescenza? Quali meccanismi sottendono la sua rappresentazione? È indispensabile interrogare il concetto di adolescenza a cui viene fatto appello per provare a comprendere lucidamente il fenomeno dei *teen movies* nelle sue sfaccettature, al di là di definizioni enciclopediche e convenzioni.

Sollevare degli interrogativi riguardo questo genere solo «apparently transparent»,³⁵ però, può generare più confusione di quanto ci si possa aspettare. Non è un caso che, già a partire dalla terminologia, gli studiosi del genere abbiano adottato soluzioni differenti: non è raro che uno stesso autore sia ricorso all'utilizzo di termini diversi nel corso delle sue pubblicazioni, mentre è altrettanto facile trovare all'interno dello stesso studio due o più espressioni usate in alternanza come sinonimi. Dando una rapida scorsa alla preminente bibliografia sul genere, è possibile imbattersi in una girandola di definizioni, più o meno calzanti, più o meno desuete, tra le quali vale la pena annoverare *cinema of*

³² COLOMBO, ANDREA, *Pazza idea. Ascesa e declino del conflitto generazionale*, in ILARDI, MASSIMO (a cura di), *Ragazzi senza tempo. Immagini, musica, conflitti delle culture giovanili*, Genova, Costa & Nolan, 1993, p. 83.

³³ CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, cit., p. 9.

³⁴ *Ivi*, cit., p. 276.

³⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 3.

adolescence (Considine, 1985), *high-school films* (Wood, 1986), *teenpics* (Doherty, 2002; Neale, 2000; Lewis, 2002; Shary, 2002), *youth films* o anche *youth movies* (Lopez, 1993; Neale, 2000; Shary, 2002) e infine *teen films*, alternativamente a *teen movies* e *teen cinema* (Lewis, 1992; Lopez, 1993; Martin, 1994; Bernstein, 1997; Shary, 2002, 2005; Kaveney, 2006; Driscoll, 2011).³⁶

Di fronte a una tale varietà di alternative, si pone la necessità di compiere una scelta. Pur nella consapevolezza dei limiti e delle criticità di ogni definizione, si è deciso qui di adottare quella di *teen movie* perché, in primo luogo, è la più diffusa e accreditata tra gli studiosi, ma soprattutto, perché è anche la più riconoscibile e familiare tra gli spettatori. Inoltre, il termine *teen*, nel suo rievocare una fascia d'età a cavallo tra l'infanzia e l'età adulta, sintetizza bene la sensazione di passaggio, di transizione, di ricerca e di indefinitezza che attraversa e caratterizza il genere *teen movie* in tutte le sue diramazioni e sfaccettature: «in one way or another, most teen stories are about what cultural theorists call the liminal experience: that intense, suspended moment between yesterday and tomorrow, between childhood and adulthood, between being a nobody and a somebody, when everything is in question, and anything is possible».³⁷ Per questo motivo, però, è fondamentale specificare che, in questa sede, il termine *teen* è da intendersi con una certa flessibilità di estensione: più indicativo di uno “stato dell'anima” che circoscritto rigidamente a una precisa forbice anagrafica.

³⁶ Sebbene non siano tutti ugualmente rilevanti ai fini della trattazione, i testi cui si fa cenno qui costituiscono un buon riferimento bibliografico per approfondire lo studio del *teen movie*: BERNSTEIN, JONATHAN, *Pretty in Pink: The Golden Age of Teenage Movies*, New York, St. Martin's Griffin, 1997; CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, Jefferson, McFarland & Company, 1985; DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics: The Juvenilization of American Movies in the 1950s*, Philadelphia, Temple University Press, 2002; DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, Oxford-New York, Berg, 2011; KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, Londra, I.B. Tauris, 2006; LEWIS, JON, *The Road to Romance and Ruin: Teen Films and Youth Culture*, Londra-New York, Routledge, 1992; LEWIS, JON, *Hollywood V. Hard Core: How the struggle over censorship created the modern film industry*, New York, NYU Press, 2002; LOPEZ, DANIEL, *Films by Genre: 775 Categories, Styles, Trends, and Movements Defined, with a Filmography for Each*, Jefferson, McFarland & Company, 1993; MARTIN, ADRIAN, *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, in ID., *Phantasms: The Dreams and Desires at the Heart of our Popular Culture*, Ringwood, McPhee Gribble, 1994; NEALE, STEVE, *Genre and Hollywood*, Londra-New York, Routledge, 2000; SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex: The Image of Youth in American Cinema since 1980*, Austin, University of Texas Press, 2014, (1 ed. *ibid.* 2002); SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, Londra-New York, Wallflower, 2005; WOOD, DENIS, *No Place for a Kid: Critical Commentary on The Last Starfighter*, «Journal of Popular Film and Television», 14, N. 1, Spring 1986.

³⁷ MARTIN, ADRIAN, *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, in ID., *Phantasms: The Dreams and Desires at the Heart of our Popular Culture*, Ringwood, McPhee Gribble, 1994, p. 68.

‘Teen’ describes an historical extension of, and a limit on, a period of social dependence after puberty. The contradiction between maturity and immaturity that ‘teen’ thus describes is central to teen film. But if the genre label is useful, teen film is not defined by representing teenagers. It is actually as difficult to establish the boundaries of ‘teen film’ as it is to specify when ‘adolescence’ begins or ends, and this difficulty is entirely appropriate.³⁸

Nel suo saggio *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, Adrian Martin sottolinea sagacemente : «the teen in teen film is itself a very elastic, bill-of-fare word; it refers not to biological age, but a type, a mode of behaviour, a way of being [...] The teen in teen movie means something more like youth».³⁹ E cercando di dare corpo a questo «something more like youth», Martin fa ricorso a quelle che il critico Robert Benayoun ha definito le «normal qualities of youth: naïveté, idealism, humour, hatred of tradition, erotomania, and a sense of injustice».⁴⁰

Ne consegue che l’adolescenza, intesa strettamente come età anagrafica relativa tanto ai personaggi dei film quanto al pubblico di riferimento cui questi film sono rivolti, non può più essere considerata un criterio discriminante per la definizione di un *teen movie*. Il breve elenco sopracitato lascia infatti intuire che «there is a sensibility to teen film which Benayoun’s list goes some way towards capturing. And this sensibility also explains why neither its subject matter nor its appeal is confined to teenagers».⁴¹ Del resto, bisogna tenere conto che:

Not every film with this range of conventional content about teenagers is a teen film (not documentaries, for example) and some films not literally about teenagers are (including most ‘college’ films, for examples). Both ‘youth’ and ‘adolescence’ might be more appropriate names for what centres teen films than ‘teen’. While ‘teen’ names a set of tendencies and expectations rather than an identity mapping onto the years thirteen to nineteen, the concept ‘teenager’ is to

³⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., pp. 2-3.

³⁹ MARTIN, ADRIAN, *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, cit., pp. 66-67.

⁴⁰ *Ivi*, cit., p. 67.

⁴¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 2.

narrow to define a genre that is preoccupied with the difficulty as well as the importance of borders.⁴²

Facendo riferimento alle categorie filosofiche di «devenir» e «assemblage»⁴³ sviluppate da Gilles Deleuze e Félix Guattari e a quella di «performativity»⁴⁴ coniata da Judith Butler, Catherine Driscoll sintetizza cosa è – o può essere – inteso oggi come *teen movie* quando viene fatto riferimento al genere:

The gradual generationalization of popular culture across the twentieth century has produced teen film as an audiovisual language for representing youth, so that any film reference to youth brings with it the capacity to ‘become’ or ‘perform’ teen film. Not only references to well-known teen film motifs, like high-school corridors and j.d. styling, or references to the core thematic of teen film (the question of maturity, the rite of passage, coming-of-age), but also participation in youth culture can mean a film about adolescence is using or doing teen film. Approached in this way, to name something teen film is always to show how it uses the idea of teen film, and of the teen film audience.⁴⁵

Questo carattere di flessibilità risulta quindi essere un elemento imprescindibile per un’analisi corretta del *teen movie*. È una flessibilità che permette di eliminare una volta per tutte l’equivoco secondo cui *teen* faccia strettamente riferimento a una specifica età anagrafica: «we shouldn’t confuse the chronological specificity of teenage years with the broader idea of ‘adolescence’ centring teen film».⁴⁶ Ma è soprattutto una flessibilità che rispecchia il carattere fluido e composito del genere: «by the traditional measures of genre affiliation, teenpics are as elusive as any postmodernist motion picture amalgam».⁴⁷ Come ha sottolineato anche Steve Neale, infatti, i *teen movies* hanno sviluppato fin dalla loro nascita la capacità di assorbire altri generi consolidati, come il

⁴² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 2.

⁴³ Il riferimento è in particolare a DELEUZE, GILLES, GUATTARI, FÉLIX, *Mille Plateaux*, Parigi, Minuit, 1980.

⁴⁴ Della ricca produzione della filosofa, si vedano BUTLER, JUDITH, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Londra-New York, Routledge, 1990 e BUTLER, JUDITH, *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*, Londra-New York, Routledge, 1993.

⁴⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 140.

⁴⁶ *Ivi*, cit., p. 30

⁴⁷ *Ivi*, cit., p. 11.

musical, l'horror, la commedia e il melodramma, senza per questo perdere una propria riconoscibilità intrinseca.

Significativamente, ripercorrendo in un'ottica storiografica l'elenco stilato da Benayoun, è facile intuire le assonanze tra la categoria "ampliata" di *teen* e l'evoluzione del genere nelle sue molteplici diramazioni, dal *juvenile delinquent drama* alla *sex comedy*. Per questo, per quanto riguarda questa ricerca, si è ritenuto più interessante cercare di analizzare «the development, not the definition, of genres».⁴⁸ Nel caso particolare del *teen movie*, capire le ragioni della nascita del genere, investigarne lo sviluppo attraverso un'analisi delle pratiche di produzione e di consumo, circoscriverne l'evoluzione all'interno di un preciso contesto sia socio-culturale sia economico-industriale, è cruciale per coglierne l'essenza.

I.4 *Teen movie* «invokes an audience»

Nel suo studio *Genre and Hollywood*, Steve Neale riconosce che il *teen movie* costituisce «a genre which has for years been important to Hollywood, but rarely, it seems, to genre critics, theorist and historians».⁴⁹ Le sue parole non solo confermano quel sentimento di mancato riconoscimento del genere già espresso da Timothy Shary in apertura del capitolo, ma introducono nel discorso sul genere un nuovo soggetto rimasto troppo a lungo ignorato o trascurato. Scrivendo che i *teen movies* sono «important to Hollywood», Neale suggerisce l'importanza dell'industria, ossia delle pratiche di produzione, nel processo di definizione di un genere – e in particolare di un genere che, come si avrà modo di approfondire in seguito, nasce per ragioni squisitamente commerciali. Fino ad ora, invece, «i teorici dei generi cinematografici hanno sistematicamente presupposto una corrispondenza semi-miracolosa tra i fini dell'industria e la risposta del pubblico – semi-miracolosa in quanto i meccanismi della

⁴⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 11.

⁴⁹ NEALE, STEVE, *Genre and Hollywood*, Londra-New York, Routledge, 2000, p. 125.

relazione tra industria e pubblico sono stati descritti solo in maniera molto approssimativa».⁵⁰

Industria, ossia produzione, e pubblico, ossia consumo, si segnalano dunque come agenti fondamentali nel processo di definizione di un genere. Non è un caso che, a partire dagli anni Ottanta, gli studi abbiano iniziato a tenere sempre più in considerazione la figura dello spettatore in quanto «soggetto sociale dotato di competenze percettive, cognitive e affettive socialmente determinate e capace di operazioni e tattiche consapevolmente finalizzate».⁵¹ Riconsiderati come «prodotti dell'interazione tra pubblico e produzione»,⁵² i generi esigono dunque un ripensamento, non più in quanto oggetti filmici in sé, bensì in quanto sistema di pratiche e relazioni che coinvolgono più soggetti.

I generi vengono elaborati, agiscono e si sedimentano all'interno delle conoscenze culturali di una certa comunità sociale a partire dalle mosse delle istituzioni produttive (le *majors* e le loro strategie di marketing); passando per l'ampio e variegato campo dei paratesti cinematografici (articoli, rifacimenti, fotoromanzi ecc.); filtrati attraverso gli orizzonti di attese e i relativi meccanismi interpretativi degli spettatori o nella costituzione di comunità trasversali da parte degli stessi spettatori; transitando nei testi o nelle relazioni intertestuali, mediante il ritorno di patterns figurativi, tematici, narrativi e stilistici.⁵³

Ne consegue dunque che i generi sono «il risultato delle circostanze materiali della stessa produzione cinematografica a fini commerciali»⁵⁴ che vede quindi pubblico e industria come agenti reciproci. Da un lato, infatti, un genere viene prestabilito e composto dai soggetti cui è in capo la produzione cinematografica. Dall'altro, è solo la successiva risposta collettiva del pubblico a sancirne la statura ontologica, riconoscendo in un certo corpus di opere alcuni elementi condivisi di conformità e familiarità.

⁵⁰ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 27.

⁵¹ CASETTI, FRANCESCO, EUGENI, RUGGERO, *Altman e l'ornitorinco. Costruire e negoziare i generi cinematografici*, in ALTMAN, RICK, *Film/Genere*, Milano, Vita e Pensiero, 2004, p. X.

⁵² SCHATZ, THOMAS, *Hollywood Genre: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, cit., p. 16.

⁵³ CASETTI, FRANCESCO, EUGENI, RUGGERO, *Altman e l'ornitorinco*, cit., p. X.

⁵⁴ SCHATZ, THOMAS, *Hollywood Genre: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, cit., p. 16.

L'interazione tra produzione e consumo è ancora più importante per definire il *teen movie*, un genere che «have been multi-generic right from the start and include a range of other genres, like drama, musicals, horror films and social-problem films. This understanding of youth films as a sort of a general label or umbrella label for building upon other genres is recurrent in the research literature».⁵⁵ Ancora una volta, l'approccio semantico adottato da tanti studiosi del genere, come citato, rivela i suoi limiti e le sue mancanze: appare evidente ormai che la sola analisi tematica della rappresentazione dell'adolescenza non può essere sufficiente per definire il *teen movie* come genere. L'ausilio di strumenti sintattici e mediali si rivela conseguentemente indispensabile per un corretto approccio al genere.

Rick Altman might say *Carrie* was semantically but not syntactically teen film. But as the reach from *Rebel Without a Cause* (1955) to *Halloween* (1978) to *She's All That* (1999) suggests, the syntactical shape of teen film is very broad indeed. The presumption that teen film excludes artfulness or stylistic originality defines the genre not by its content but by what is presumed to be its mode of address; by a particular relation to the audience.⁵⁶

Sembra dunque palese che il genere *teen movie* «invokes an audience which understands adolescence in particular ways».⁵⁷ Del resto, come già detto, una delle convenzioni più stabili e condivise dagli studiosi, a prescindere dagli evidenti limiti, è quella che i *teen movies* siano film *con e per* adolescenti: «the idea that teen film is made to be watched by the ideal teenager of a particular time and place is taken for granted by most scholarship on teen film».⁵⁸

Questo non significa però necessariamente che il pubblico dei *teen movies* corrisponda a un preciso e omogeneo campione demografico. Non bisogna commettere l'errore, infatti, di intendere in maniera troppo restrittiva la categoria di *teen audience*, in nome di quella flessibilità intrinseca al genere cui si è fatto riferimento sopra. Prendendo in esame i risultati di una ricerca pubblicata nel 2000 dalla Motion Picture Association of America (MPAA), per esempio, Emma French ha evidenziato come la cosiddetta

⁵⁵ JERSLEV, ANNE, *Youth Films: Transforming Genre, Performing Audiences*, cit., p. 184.

⁵⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 102.

⁵⁷ *Ivi*, cit., p. 101.

⁵⁸ *Ivi*, cit., p. 3.

categoria *teen audience* non si possa ritenere affatto confinata ai soli teenager. Lo studio della MPAA, infatti, estendeva il campione di spettatori potenziali in esame a soggetti di età compresa tra i dodici e i ventiquattro anni. Ne consegue che, citando French, un'analisi accurata del rapporto tra *teen movie* e *teen audience* «cannot be adequately explained in empirical terms, according to how many teens attend certain films»⁵⁹ e neppure da «a theory of the ideal spectator inscribed in the text».⁶⁰ La stessa contraddizione trova del resto rispondenza anche nel sistema di classificazione e di rating dei *teen movies*, come si avrà modo di approfondire in seguito.

Alla luce di quanto sostenuto fino a ora, dunque, si possono provare a trarre le prime conclusioni riguardo le condizioni necessarie alla definizione di un *teen movie*. Innanzitutto, il *teen movie* si afferma come un genere che, come gli altri generi, rispecchia determinate «structure of address»,⁶¹ fa riferimento a un dato «moral universe»,⁶² comporta una serie di «truth effects»,⁶³ ma conserva allo stesso tempo caratteristiche di indefinibilità ed eclettismo che ne identificano la natura.

Passando in rassegna la letteratura scientifica prodotta sul genere, un'analisi compiuta del *teen movie* non sembra possa prescindere dalla «modern idea of adolescence as personal and social crisis»⁶⁴ e soprattutto dalla «traslation of modern adolescence into institutions for the representation, analysis, and management of adolescence».⁶⁵ Ma allo stesso tempo una lettura semantica incentrata prevalentemente sulla rappresentazione dell'adolescenza non può essere esaustiva ed efficace per un'analisi approfondita del genere. Risulta dunque necessario prendere in esame lo stretto rapporto tra pratiche di produzione e pratiche di consumo che coinvolge i *teen movies*, fino a determinarne lo sviluppo e la struttura: «that system for managing film production, distribution and consumption always relied on a set of debates about age, maturity, citizenship, literacy, and pedagogy that are not only an important context for teen film but shape its content».⁶⁶ Questo conduce direttamente alla presenza di un pubblico mirato e a «the

⁵⁹ FRENCH, EMMA, *Selling Shakespeare to Hollywood*, cit., p. 107.

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ FROW, JON, *Genre: The New Critical Idiom*, Londra-New York, Routledge, 2006 p. 9.

⁶² *Ibidem*.

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 12.

⁶⁵ *Ivi*, cit., p. 13.

⁶⁶ *Ivi*, cit., p. 12.

emergence of targeted film marketing». ⁶⁷ Chiosa Catherine Driscoll in conclusione al suo *Teen Film: A Critical introduction*:

This chapter asks if teen film can be defined by its audience – not in the sense of reflecting particular values and expectations but in the sense of referring to a specific marketplace. [...] I've already argued that the relationship between teen film and its audience is not a demographic one. Instead, I want to suggest that teen film is partly defined by generic liminality. Teen film appropriates the conventions of whatever genre might provide a new mix of components for a familiar story about adolescence. And while teen film encompasses the pool of tropes and themes I have discussed in previous chapters it has no defined style. Its liminality is not confined to narrative, then, but is entwined with modes of consumption prioritized for youth culture. What this encourages in teen film might be called 'intertextuality' or, with more emphasis on marketing, 'transmedia'. ⁶⁸

Questo riferimento alle proprietà di intertestualità e alla transmedialità del *teen movie* sarà centrale per il resto della trattazione, nel corso della quale ci si avvarrà degli strumenti propri dei *media studies* per analizzare lo sviluppo del genere *teen movie* nell'epoca del cinema della convergenza. Del resto, «compito della teoria non è quello di (ri)costruire un sistema ordinato e coerente dei generi, quanto piuttosto quello di individuare i luoghi sociali e le dinamiche che permettono di elaborare le percezioni collettive della 'genericità' dei testi». ⁶⁹

⁶⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 13.

⁶⁸ *Ivi*, cit., p. 135.

⁶⁹ CASETTI, FRANCESCO, EUGENI, RUGGERO, *Altman e l'ornitorinco*, cit., p. XVII.

CAPITOLO SECONDO

UN'ORIGINE COMMERCIALE

II.1 Un genere commerciale

Alla luce di quanto esposto nel capitolo precedente, è possibile leggere con la giusta distanza critica ciò che scrive Stephen Tropiano nella prefazione al volume *Generation Multiplex* di Timothy Shary:

What makes the Hollywood teen film so unique and differentiates it from other genres is that its target audience – teenagers – is also its primary subject. Teenagers make up a significant percentage of the ticket-buying audience, so there will always be a market for youth-oriented comedies and dramas – films that tell their stories, address their problems and issues, and express their joys and angst.¹

Tropiano pone efficacemente l'accento sulla relazione peculiare e inscindibile tra il genere e il suo pubblico: una relazione che, come si vedrà più avanti, gioca un ruolo cruciale nella definizione della nascita e del successivo sviluppo del *teen movie*. La sua affermazione, in sostanza largamente condivisibile, presenta però due criticità che è bene puntualizzare per evitare qualsiasi rischio di approssimazione.

Innanzitutto, Tropiano sembra risolutamente porsi in continuità con la letteratura accademica che, per convenzione, ha identificato i *teen movies* come film *con e per* adolescenti. Del resto, l'autore stesso ha provveduto a rinverdire in prima persona quella tradizione con il suo *Rebels & Chicks: A History of the Hollywood Teen Film*.² È necessario però sottolineare che, come già specificato precedentemente, non è corretto

¹ TROPIANO, STEPHEN, *Foreword*, in SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. IX.

² TROPIANO, STEPHEN, *Rebels and Chicks: A History of the Hollywood Teen Movie*, New York, Back Stage Books, 2006.

ridurre la cosiddetta «target audience»³ del *teen movie* alla sola categoria dei teenager. Come sottolinea Catherine Driscoll:

The pleasures of teen film partly lie in recrossing the fantastic line between childhood and adulthood. This is a key component of teen film's dialogue with an 'adult' audience. Teen film often speaks not only of but to an audience that defines itself – sometimes in a hostile way, sometimes suspiciously, sometimes romantically, and sometimes nostalgically – as now past adolescence.⁴

Non a caso, Troiano stesso sembra cadere parzialmente in contraddizione quando fa riferimento a un «market for youth-oriented comedies and dramas», appellandosi cioè alla più elastica e onnicomprensiva categoria di *youth* piuttosto che a quella di *teen*.

In secondo luogo, ma prioritariamente rispetto al discorso che sarà affrontato in questa sede, lo studioso si mostra sicuro di affermare che «teenagers make up a significant percentage of the ticket-buying audience», tanto da arrivare a sostenere che «there will always be» un mercato fertile e remunerativo per i *teen movies*. È importante rilevare però che questa affermazione può risultare attendibile in relazione alla situazione del mercato contemporaneo, con riferimento particolare a quello statunitense, ma non lo è in assoluto. Il pubblico adolescente, infatti, non è sempre stato il punto di riferimento elettivo della produzione cinematografica hollywoodiana. Il processo che ha portato l'industria a riconoscere il potenziale, non solo commerciale, della *teenage audience* è stato lungo ed elaborato: ha coinvolto infatti la crisi strutturale del vecchio *studio system*, l'emanazione di due storiche sentenze giuridiche, l'identificazione sociale dei teenager come categoria a sé e il conseguente riconoscimento del suo valore commerciale intrinseco.

Questo lungo processo è stato ricostruito capillarmente da Thomas Doherty nel suo *Teenagers and Teenpics*, che costituisce un solido punto di riferimento per la trattazione di questo capitolo. In una spiccata prospettiva storiografica, Doherty risale all'origine dei *teen movies* per analizzare quello che ha definito un processo di «juvenilization of American movies».⁵ Prendendo in esame un contesto socio-economico in cui

³ TROIANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., p. IX.

⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 108.

⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p.34.

«moviemaking has always been dependent on commercial validation»,⁶ l'autore individua negli anni Cinquanta il momento in cui, per la prima volta, l'industria hollywoodiana mette in pratica una serie di inedite strategie produttive atte a soddisfare le esigenze di un'emergente categoria sociale, i teenager. Quello che preme sottolineare, dunque, è l'origine specificatamente commerciale del genere *teen movie*, che si configura come il frutto dell'interazione tra produttori e pubblico – cioè industria e mercato. Se si può ritenere, convenzionalmente, che «teen film is an invention of the 1950s»,⁷ non è perché, come sostiene Shary, in quegli anni «the films that did appear set the stage of the revolution that would happen by the mid-1950s». Al contrario, è perché in quel periodo l'industria cinematografica statunitense riconosce la presenza dei teenager come nuova, prominente forza del mercato: «teen film emerges when the film industry actively solicits a youth market through manipulations of genre».⁹

Non si intende certamente negare qui il valore storico e iconico di pellicole come *Rebel Without a Cause* (*Gioventù bruciata*, 1955) o *Blackboard Jungle* (*Il seme della violenza*, 1955), giustamente riconosciuto da Shary, Driscoll e dalla maggior parte degli studiosi. Tuttavia è importante sottolineare come il genere *teen movie* si sia affermato soprattutto grazie a quei titoli minori o più spesso *B movies*, come i film di *exploitation* prodotti dalla AIP, che a partire dagli anni Cinquanta hanno saturato il mercato cinematografico per rispondere alle esigenze del crescente *teen market*. In un rispecchiamento che anticipa le politiche produttive del cinema della convergenza, i *teen movies* si configurano da subito come dei prodotti, dei beni di consumo, all'interno di una «commodity culture»¹⁰ nella quale ai teenager è riservata una nuova, inedita preminenza. «Virtually all movies begin as commodities made for a marketplace – not just commodities, but at least commodities».¹¹

In ultima istanza, è interessante notare come l'analisi dell'origine commerciale del genere *teen movie* ne smentisca in parte la definizione condivisa di film *con* e *per* adolescenti. L'enfasi sulle esigenze del pubblico, e sul *teen market* in particolare, pone

⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 13.

⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 27.

⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, Londra-New York, Wallflower, 2005, p. 17.

⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 13.

¹⁰ *Ivi*, cit., p. 28.

¹¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 13.

in una nuova prospettiva il genere: «the essential component being the audience, not subject matter».¹² Nonostante le convenzioni accreditate da larga parte della letteratura accademica sul genere, sembra evidente dunque che i *teen movies* nascono in prima istanza come film *per* adolescenti, ma non necessariamente *con* adolescenti.

II.2 Crisi dello *studio system*

Il Secondo dopoguerra statunitense è spesso descritto come un periodo economicamente florido e di forte rilancio dei consumi, attraversato da rivoluzioni sociali di significativa portata. Ogni antologia o storia del cinema non può esimersi dal citare l'istituzione della cortina di ferro di churchilliana memoria, le politiche di contenimento messe in atto dal Presidente Truman e la costituzione del Comitato per le attività antiamericane (HUAC – House Un-American Activities Committee) allo scopo di ricercare e perseguire presunte infiltrazioni comuniste a Hollywood.¹³

Quello che però risulta più rilevante, da un punto di vista più propriamente sociologico, è la fotografia di un peculiare cambiamento demografico che trasforma radicalmente la società statunitense dell'epoca, cui consegue un fondamentale mutamento dei costumi e consumi culturali.

Gli Stati Uniti uscirono dalla seconda guerra mondiale in condizioni di prosperità: l'industria bellica aveva consentito a chi vi lavorava stipendi discreti, ma le occasioni di spendere erano state poche. Al loro ritorno molti militari si sposarono o ritrovarono le mogli, preparandosi a fare figli e acquistare beni di consumo. Il tasso di natalità, già cresciuto durante la guerra, ebbe un'impennata,

¹² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 30.

¹³ Per approfondimenti storiografici sull'assetto industriale hollywoodiano dello *studio system* del periodo si vedano, tra i molti volumi disponibili: BORDWELL, DAVID, STAIGER, JANET, THOMPSON, KRISTIN, *The Classical Hollywood Cinema*, Londra, Routledge, 1985; CHAPMAN, JAMES, *Cinemas of the World: Film and Society from 1895 to the Present*, Londra, Reaktion Book, 2003; SCHATZ, THOMAS, *The Genius of the System: Hollywood Filmmaking in the Studio Era*, Londra, Faber and Faber, 1998 (1988); SINISCALCHI, CLAUDIO, *La Hollywood classica. L'impero costruito sull'etica americana (1915-1945)*, Roma, Edizioni Studium, 2009.

tanto che la nuova generazione sarebbe stata ricordata come quella del “baby boom”.¹⁴

L’industria cinematografica hollywoodiana sembra, in un primo momento, beneficiare di questa felice congiuntura: «By 1945, weekly attendance was at a steady 95 million; domestic gross receipts for the industry as a whole had risen from \$ 1,002,560,000 in 1941 to \$ 1,500,000,000 in 1945, with comparable gains in net profits for most major studios». ¹⁵ Al punto che gli incassi del mercato domestico del 1946 sono registrati come «i più alti nella storia del cinema americano». ¹⁶

Nello stesso periodo, tuttavia, Hollywood si trova costretta ad affrontare alcune sfide – di carattere giuridico-economico e soprattutto socio-culturale – che finiscono per trasformarne radicalmente e inesorabilmente la struttura e l’assetto produttivo. Sul primo versante, sono celebri le sentenze della Corte Suprema passate alla storia col nome di *Miracle Decision* (1952) e, soprattutto, di *Paramount Case* (1948).¹⁷ Quest’ultima sentenza cambia drasticamente il volto dell’industria cinematografica statunitense, decretando il tramonto del cosiddetto *studio system*.

For most of the 1930s and 1940s, the motion picture industry was dominated by a handful of companies, the so-called Big Eight. Five “majors” (MGM, Warner Bros., Paramount, Twentieth Century-Fox, and RKO) and three “minors” (Universal, Columbia, and United Artists) accounted for well over 80 percent of the movies exhibited across America. Most of the balance was taken up by less solvent “Poverty Row” companies – Monogram and Republic Pictures being the best known and most enduring – which specialized in inexpensive B pictures.¹⁸

Un simile controllo oligarchico del mercato interno si era reso possibile, nel corso dei decenni precedenti, grazie alla tipica concentrazione verticalistica dello *studio system*, secondo la quale produzione, distribuzione ed esercizio erano in capo quasi

¹⁴ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, New York, McGraw-Hill, 1994; trad. it. (consultata) ID., *Storia del cinema e dei film*, Milano, Editrice Il Castoro, p. 443.

¹⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 16.

¹⁶ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 446.

¹⁷ Il riferimento specifico è alla sentenza *United States v. Paramount Pictures, Inc.*, 334 U.S. 131, 166 (1948) e alla sentenza *Burstyn v. Wilson*, 343 U.S. 495 (1952).

¹⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 14.

esclusivamente agli *studios* principali. Le Big Eight, infatti, gestivano direttamente una fitta rete di sale in tutto il Paese e distribuivano i propri film secondo la pratica del *block booking*, ossia concedendo a noleggio ai gestori indipendenti pacchetti composti di prodotti di grandi produzioni e di *B movies*, saturando così il mercato con le proprie pellicole e limitando l'accesso a qualsiasi società concorrenziale. Con il decreto del 1948, che chiude una causa avviata ben dieci anni prima dal Ministero della Giustizia, la Corte Suprema applica il Sherman Anti-Trust Act all'industria cinematografica e condanna le Big Eight.

Nel 1948, dopo una complessa serie di decisioni, appelli e manovre legali, la Corte Suprema degli Stati Uniti dichiarò le otto società colpevoli di condotta monopolistica e ordinò alle major di rinunciare alle sale. La Corte diffidò inoltre le società imputate dall'insistere nella politica delle vendite a pacchetti e in altre condotte che fossero di ostacolo agli esercenti indipendenti. Per evitare ulteriori processi, le case di produzione si diedero una serie di regole giungendo ad alcuni compromessi con la Corte e, nell'arco del decennio successivo, ne ottemperarono tutti gli ordini. Le "cinque grandi" rimasero attive nella produzione e distribuzione ma rinunciarono alle sale.¹⁹

Le nuove politiche industriali imposte dalla sentenza Paramount Case comportano una radicale ristrutturazione dell'assetto produttivo hollywoodiano e, soprattutto, una sostanziale destrutturazione dello *studio system*: «This period of oligarchic control, known as "classical Hollywood cinema" to most film scholars, dates from the early 1920s, when the major studios consolidated their power, until the decline of the system in the 1950s».²⁰ Le *majors*, impegnate a fronteggiare contemporaneamente anche una drastica contrazione del mercato interno («i 98 milioni di spettatori settimanali del 1946 calarono inesorabilmente ai 47 milioni del 1957»),²¹ escono fortemente indebolite dal Paramount Case, costrette a cedere sempre maggiori quote di mercato alle società indipendenti. Inoltre, «la difficoltà di difendere i film minori, senza le sale di proprietà e senza la possibilità di praticare, perlomeno in modo esplicito, la vendita a pacchetto,

¹⁹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p.447.

²⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 15.

²¹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 446.

decretò di fatto la progressiva dismissione del prodotto “di linea” a basso costo (i *B-movie*)». ²² Non è un caso che la RKO, dopo un travagliato cambio di gestione, è costretta a cessare la propria attività nel 1957.

Al contrario, il mercato indipendente conosce un momento di inedita fertilità, al punto che «fra il 1946 e il 1956 il numero annuale di film indipendenti fu più che raddoppiato» ²³ e «all’inizio del 1959, circa il 70% della produzione era costituita da film indipendenti». ²⁴ Non solo le società produttrici, ma anche gli esercenti indipendenti, potendo accedere a una più vasta gamma di pellicole, diventano poli attrattivi per il pubblico, sebbene vada considerato che le *majors* e le *minors* continuano a esercitare un forte controllo della distribuzione. «I produttori indipendenti non potevano permettersi di avviare grandi circuiti di distribuzione che avrebbero richiesto una fitta rete di uffici locali e una quantità di spese fisse: di fatto, tutte le società indipendenti dovevano distribuire i loro prodotti attraverso le grandi case di distribuzione». ²⁵

In questo clima favorevole all’affermazione degli indipendenti si inserisce anche la *Miracle Decision* del 1952, che «brought certain First Amendment protections to films, thereby opening the door for depicting a wider range of moral issues on-screen». ²⁶ La sentenza permette dunque di aggirare e, in buona sostanza, superare i limiti e le (auto)censure imposte alle produzioni hollywoodiane dal *Production Code Administration (PCA)*, anche noto come *Codice Hays*. Il codice di autoregolamentazione nasce in risposta al boicottaggio dei film minacciato dalla *Legion of Decency* e rimane ufficialmente in vigore dal 1930 (con una significativa stretta nel 1934) al 1967, quando viene sostituito definitivamente dal più moderno *MPAA Film Rating System*.

These Supreme Court decisions effectively began to dismantle the once dominant Hollywood studio system, and a wider variety of stories and performers found their way to the screen. Film series became less common, actors began taking on

²² DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling. Le forme del racconto nel cinema e nelle serie TV*, Roma, Carocci Editore, 2016, p. 85.

²³ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 447.

²⁴ *Ivi*, cit., p. 453.

²⁵ *Ivi*, cit., pp. 447-448.

²⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., pp. 498-499.

shorter contracts, and the influence of moguls became less powerful as market forces drove the box office.²⁷

Contestualmente Hollywood è testimone di alcuni significativi mutamenti nello stile di vita della popolazione statunitense e della rapida diffusione di nuove forme di intrattenimento. In pochi anni si innesca nella società americana una vera e propria rivoluzione che coinvolge l'industria culturale nel suo complesso, mutando sensibilmente il suo intricato sistema di relazioni tra pratiche di produzione e pratiche di consumo.²⁸ Nel Secondo dopoguerra si assiste infatti all'impetuoso aumento delle nascite (il *baby-boom*) e alla migrazione nei *suburb* della *middle class*. La nuova disponibilità economica e il nuovo benessere diffuso spingono la popolazione americana ad allontanarsi dai centri metropolitani e a investire nell'edilizia suburbana. Questo mutato assetto geo-sociale allontana il pubblico dalle sale cinematografiche, che negli anni Dieci e Venti erano state opportunamente costruite nelle zone centrali delle città per essere facilmente raggiungibili, grazie al trasporto pubblico, da un'utenza prettamente urbana. L'esodo di massa verso i sobborghi e le periferie rende più ostica la partecipazione a uno spettacolo in sala: negli anni Cinquanta difficilmente una famiglia, target di riferimento delle produzioni della Hollywood classica, si dimostra disposta ad affrontare uno spostamento in auto per assistere a una proiezione.

The great exodus to the suburbs permanently altered the leisure habits of Hollywood's once-faithful audience, as millions of couples settled down to raise families and purchase expensive new consumer goods. For such couples, the cost in time, money, and trouble of an excursion to a downtown theatre was a dubious investment, particularly with a convenient alternative available in the living room.²⁹

Infatti, nello stesso periodo, prende avvio «la fenomenale penetrazione della TV: se nel 1950 era del 9% delle case, nel 1954 superò il 50%, arrivò all'86% a fine decennio e

²⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 18.

²⁸ Per un approfondimento sull'evoluzione dell'industria culturale statunitense si veda FASCE, FERDINANDO, *Le anime del commercio. Pubblicità e consumi nel secolo americano*, Roma, Carocci, 2012.

²⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 19.

superò il 90% nei primi anni Sessanta». ³⁰ In un lasso di tempo breve, il nuovo medium si radica così profondamente nei consumi e costumi culturali della popolazione da segnare l'inesorabile declino dell'egemonia dei film all'interno dell'industria americana dell'intrattenimento. Basti pensare che «in 1947, the total revenue of the TV networks and their affiliated stations was \$ 1.9 million; by 1957, it had skyrocketed to \$ 943.2 million». ³¹ Conseguentemente l'industria cinematografica non può che registrare un'altrettanto sensibile e decisiva flessione degli incassi: «la vita nelle zone suburbane e il divertimento via etere [...] concorsero nel decennio 1947-57 a un crollo del 74% dei profitti dell'industria cinematografica». ³²

Scorned at the beginning as derivative, subordinate form of entertainment, television achieved ascendancy over the movies with such dazzling speed that it had already upended the cultural hierarchy by the time Hollywood began to respond in earnest to its challenge. ³³

II.3 Hollywood reagisce

Nella loro *Storia del cinema e dei film*, David Bordwell e Kristin Thompson descrivono con gusto evocativo la nuova routine culturale della *middle class* americana degli anni Cinquanta:

Quando le coppie si decidevano ad andare al cinema, tendevano a essere più selettive degli spettatori di una volta. Piuttosto che frequentare con regolarità una sala vicina, tendevano a scegliere un film “importante” – basato su qualche famosa opera letteraria, interpretato da divi celebri o particolarmente ricco nelle scenografie e nei costumi. Per venire incontro a queste nuove esigenze, le grandi

³⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 85.

³¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 19.

³² BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 448.

³³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 19-20.

case di produzione ridussero drasticamente il numero di film distribuiti, e si sforzarono di proporre attrazioni grandiose.³⁴

Come esposto sopra, in seguito al trasferimento nei *suburbs* e alle nuove forme di intrattenimento, «people stopped going to movies as often, and attendance plummeted, dropping by over 50 per cent from 1949 to 1959».³⁵ Di fronte a un simile tracollo gli *studios*, già indeboliti dalle sentenze della Corte Suprema, provano a mettere in atto nuove strategie industriali che consentano ai film di sopravvivere alla concorrenza televisiva. «There were two ways movie could outflank television: (1) do what television could not do in the way of spectacle (form) or (2) do what television could not do in the way of controversial images or narrative (content)».³⁶

In realtà, assorbito lo shock iniziale, l'industria cinematografica si dimostra ben presto capace di adattarsi alle peculiarità del mezzo televisivo e di trarne nuove occasioni di profitto. Con il pragmatismo che le è proprio, Hollywood riesce a capitalizzare il potenziale del tanto temuto «electronic monster»,³⁷ traducendo in azioni il motto del leggendario produttore Darryl F. Zanuck: «Television has been a big blow to us. Let's take it and turn it to our advantage».³⁸

Una prima fonte di giovamento economico è rappresentata dalla vendita dei diritti di riproduzione televisiva dei film. I neonati *network* necessitano infatti di una enorme quantità di materiale da poter trasmettere. All'inizio degli anni Cinquanta circa un terzo della programmazione televisiva consiste in vecchi *B movies* prodotti da piccole case di Poverty Row, come la Monogram e la Republic. Ma già nel 1955 anche gli *studios* maggiori iniziano a vendere i diritti televisivi dei loro titoli, che diventano in questo modo una parte significativa dell'incasso preventivato di un film. «When RKO and Warner Bros. sold their motion picture liberties to television, the rest of the industry paused only long enough to scream "Traitor!" before following suit».³⁹ Del resto, nel 1956 è lo stesso Spyros P. Skouras, presidente della 20th Century Fox, ad ammettere

³⁴ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 448.

³⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 17

³⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 20.

³⁷ JONES, CHARLIE, *Merchant-Exhibitor Collaboration for Better Times for Both on Main Street*, «Motion Picture Herald», October 11, 1958, p. 29.

³⁸ [S.N.], *Zanuck: Zip, Zig, and Zag*, «Variety», April 13, 1955, p. 3.

³⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 27.

che senza i 30 milioni di dollari provenienti dalla vendita dei diritti televisivi, il suo *studio* «would have ended the year in the red».⁴⁰ Inoltre, con la forte contrazione della produzione cinematografica, gli *studios* iniziano ad affittare i propri teatri di posa a produzioni indipendenti impegnate nella creazione di serie televisive.

Nel 1949 la Columbia convertì il suo reparto cortometraggi alla produzione televisiva: tra i suoi prodotti va ricordata la fortunata serie “Father Knows Best” (1954-1962). Quando nel 1953 i network passarono dagli sceneggiati in diretta ai telefilm girati su pellicola, la richiesta di materiale si intensificò e i produttori indipendenti furono pronti a soddisfarla con serie come “I Love Lucy”, creata dalla società Desilu (che rilevò gli studi RKO quando la casa interruppe la produzione nel 1957).

[...] Nel complesso, dopo qualche anno di incertezze, le società di Hollywood intese come entità corporative non furono affatto danneggiate dalla concorrenza televisiva ma, semplicemente, vi si adattarono estendendo la loro attività per coprire le esigenze di entrambi i mercati. Il declino fu però inevitabile per la parte dell'industria dedicata al cinema: negli anni Trenta le major distribuivano quasi 500 pellicole l'anno, mentre all'inizio degli anni Sessanta la media era inferiore a 150. Gli incassi continuarono a calare fino al 1963, quando la televisione giunse a saturare il mercato.⁴¹

La televisione rimane dunque una minaccia soprattutto per gli esercenti e i gestori di sala: «the cozy symbiosis between television and the studios may have been a boon for the production end of the business, but for the exhibition the alliance was a devastating betrayal».⁴² Non potendo scongiurare la migrazione dei contenuti spettacolari dal grande al piccolo schermo (su tutti, i cinegiornali e i cortometraggi di animazione proiettati prima del film), gli esercenti vedono crollare drasticamente i propri incassi proporzionalmente alla crescita del mercato televisivo. La soluzione messa in atto per contrastare questa tendenza è quella di proporre offerte di intrattenimento eccezionali e

⁴⁰ HIFT, FRED, *Adjustment to TV is Biggest Issue*, «Variety», January 9, 1957, p. 66.

⁴¹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 462.

⁴² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 28.

magniloquenti che la televisione non può ancora presentare, secondo la filosofia sopra esposta del «make 'em big or make 'em provocative».⁴³

Da una parte, dunque, «this strategy attempted to outflank television with “mature” or “adult” content»,⁴⁴ sfruttando anche le nuove libertà garantite dalla Miracle Decision e le progressive mitigazioni del Production Code. Dall'altra rimarca la necessità sempre crescente di attrarre il pubblico grazie all'*appeal* straordinario – nel vero senso di straordinario, fuori dall'ordinario televisivo – di pellicole dall'elevato contenuto spettacolare. Sintetizza Federico Di Chio:

Ecco allora la maggior durata delle pellicole (che arrivò a 3 ore) e il diffuso impiego del colore, la cui penetrazione dal 1949 al 1955 crebbe vertiginosamente (dal 15% al 61%), per poi diventare standard nel corso degli anni Sessanta. Importante fu anche l'adozione del formato esteso dello schermo. Molti i brevetti e gli esperimenti tentati (tra cui il *Cinerama*, che prevedeva ben tre proiettori sincronizzati!). Alla fine prevalsero il *CinemaScope* e il *VitaVision*. Il primo esordì nel 1953 con *La tunica* e già dopo un anno venne adottato da un film su quattro. Si basava su ottiche anamorfiche e su una pellicola più larga del normale (con ratio 2,35:1). Il *VitaVision* arrivò nel 1954: lavorava con fotogrammi più grandi e quadrati (perlopiù con ratio 1.85:1) e pellicole a scorrimento orizzontale. Si diffusero anche il formato 70 mm, che moltiplicava per sei la definizione dell'immagine; il suono stereofonico e addirittura il 3D (1953), che però dopo poco venne dismesso.⁴⁵

Gli smottamenti e le nuove sfide del mercato interno finiscono così per influenzare profondamente le logiche produttive dell'industria hollywoodiana: gli *studios* dismettono la produzione di linea di *B movies*, che divengono così terreno fertile per la crescita delle società indipendenti. Le *majors* investono invece sempre più massicciamente nelle innovazioni tecniche per la produzione di pochi, grandi *blockbuster* spettacolari.

⁴³ ARNEEL, GENE, *Pix' Big and Bold Bid for Gold*, «Variety», August 8, 1956, p. 3.

⁴⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 25.

⁴⁵ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 86.

The technical changes in motion picture form encouraged a shift in the kind of motion pictures the big studios financed. To a greater degree than ever before, the industry channeled vast sums of money into fewer and fewer projects. The divorce decree alone had mandated some of this: without captive venues, marginal films of limited appeal were more difficult to book than the high-powered blockbusters, whose grand scale and big stars could be counted on to generate business. Moreover, the growing internationalization of the motion picture business provided compelling economic reasons for a change in production strategy. In 1953, box office returns from foreign markets surpassed domestic business for the first time, accounting for some 60 percent of total receipts. The action-packed, simply plotted blockbuster was the form that most easily and profitably crossed national borders.⁴⁶

Tuttavia, l'*appeal* di queste pellicole, i miglioramenti tecnologici, l'apertura ai mercati internazionali e lo sfruttamento di nuove formule distributive come i *roadshow*, non possono contrastare, né tantomeno risolvere, l'emorragia di spettatori del mercato domestico. «Nel 1946 il pubblico dei cinema negli Stati Uniti era di circa 90 milioni. Entro il 1950 era sceso a 60 milioni. Nel 1960 la cifra era di 40 milioni. Un minimo di 17 milioni fu raggiunto nei primi anni Settanta»⁴⁷: la prosperità del Dopoguerra sembra ormai definitivamente tramontata.

Per questo Hollywood si trova costretta a interrogarsi, per la prima volta, sul proprio pubblico: individuare la presenza di settori specifici della popolazione, riconoscerne il rispettivo valore potenziale, progettare di conseguenza prodotti e offerte diversificate. «Hollywood responded by offering people what they could not get from television: wider screens, blood color, 3-D (a short-lived fad), and more mature content. When these selling points did not sell, the studios began appealing to the one group that was still going out to movies in high numbers: teenagers».⁴⁸

⁴⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 24.

⁴⁷ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, Londra, I.B. Tauris & Co., 2002; trad. it. (consultata) ID., *La Nuova Hollywood*, Torino, Einaudi, 2004, p. 31.

⁴⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 17.

II.4 Teenager: un nuovo pubblico

Prima degli anni Cinquanta, la maggioranza delle produzioni degli *studios* è rivolta a un pubblico familiare:⁴⁹ «movies were the mass medium of choice for the vast, multigenerational audience that motion picture industry officials invariably envisaged as “the public”». ⁵⁰ Non stupiscono in questo scenario le dichiarazioni di Will H. Hays, presidente della Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA) dal 1922 al 1945, che nel 1933 definisce il cinema «art of the millions [...] speaking the language of all men of all ages». ⁵¹

In the 1930s and 1940s, that all-embracing ideal mirrored Hollywood’s pluralistic audience. By and large moviegoing *was* a familial, almost ritualistic activity, with children, adolescents, young couples, housewives, breadwinners, and elderly partaking together of the liveliest of the arts.

The rise of television and the collapse of the old studio system destroyed that kind of universality. Since the 1950s, moviemakers have been forced to narrow their focus and attract the one group with the requisite income, leisure, and gregariousness to sustain a theatrical business. ⁵²

In questo mutato quadro sociale e commerciale, i produttori non possono dunque più sostenere che «the commercial success of the screen is based on its appeal to the general public – men, women, and children». ⁵³ Al contrario, per scongiurare l’emorragia di spettatori che, come illustrato sopra, colpisce la produzione cinematografica e penalizza in particolar modo gli esercenti, si fa sempre più pressante la necessità di diversificare l’offerta pensata appositamente per fasce di pubblico differenti.

A questo scopo, dunque, già nel 1946 la Motion Picture Association of America crea uno speciale dipartimento opportunamente dedicato allo studio dell’*audience* cinematografica, mentre l’anno seguente è la American Academy of Political and Social

⁴⁹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 457.

⁵⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 1.

⁵¹ HAYS, WILL H., *Annual Report on the Motion Picture Industry*, New York, Motion Picture Producers and Distributors of America, 1933, p. 1.

⁵² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 2.

⁵³ HAYS, WILL H., *Annual Report on the Motion Picture Industry*, cit., p. 1.

Science a riservare uno dei suoi *Annals* allo stesso argomento. Con inedita vitalità, gli studi di settore iniziano così ad affermarsi e a condizionare sempre più profondamente le strategie produttive dell'industria cinematografica statunitense: «audience studies became newly important to Hollywood in the 1950s as it tried to adjust to declining audiences».⁵⁴ Queste nuove ricerche documentano una sorprendente impreparazione del vecchio *studio system* nel riconoscere e interrogare le esigenze del proprio pubblico di riferimento. «Part of the trouble was that until the 1950s, Hollywood had only the dimmest idea of who its audience was: the only statistical information the industry really heeded was the daily box office report».⁵⁵ Puntualizza sagacemente nel 1957 Martin Quigley Jr., storico direttore del *Motion Picture Herald*:

In the 'good old days' of dimming memory no one in the industry – be he producer, distributor, or exhibitor – took interest in the question Who Goes to the Movies. The answer was plain – Everyone who was not too young, too old, too sick, or living in the remotest backwoods.⁵⁶

Gli studi evidenziano fermamente invece quanto «age [is] the most important personal factor by which the movie audience is characterized»⁵⁷ e soprattutto suggeriscono che «the decline of movie attendance with increasing age is sharp».⁵⁸ Nel suo *Hollywood Looks at Its Audience*, datato 1950, Leo A. Handel rilegge i dati più significativi raccolti dai primi, pionieristici studi condotti sull'*audience* e arriva a parlare per la prima volta di un effetto di «juvenilization of the movie audience».⁵⁹ Questa definizione sembra fare eco, in particolare, alla ricerca condotta nel 1947 dal sociologo Paul F. Lazarsfeld per la American Academy of Political and Social Science, nella quale viene tracciato un profilo puntuale e aggiornato dei cosiddetti *opinion leader* del mercato cinematografico dell'epoca:

⁵⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 28.

⁵⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 49.

⁵⁶ QUIGLEY JR., MARTIN, *Who Goes to the Movies... and Who Doesn't*, «Motion Picture Herald», August 10, 1957, p. 21.

⁵⁷ LAZARFELD, PAUL F., *Audience Research in the Movie Field*, «Annals of the American Academy of Political and Social Science», 254, November 1947, p. 162.

⁵⁸ *Ibidem*.

⁵⁹ HANDEL, LEO A., *Hollywood Looks at Its Audience*, Urbana, University of Illinois Press, 1950, p. 29.

In an overwhelming number of cases they are young people, many of them below twenty five years of age. This is a very remarkable result. Our general notion is that the young learn from the old. In the movie field, advice and acceptance definitely flows in the opposite direction.⁶⁰

Fin dai primi riscontri, dunque, tutti gli studi sono concordi nel sottolineare con risolutezza l'emergere di una fascia di pubblico giovanile, inedita fino a quel momento, e nel riconoscerne altresì lo spiccato valore commerciale: «teenagers – in both cinema and society – became a powerful new demographic».⁶¹ In questo senso, le ricerche sui teenager come *audience* si pongono in lineare continuità con le ricerche sociologiche del momento, che cominciano a riconoscere la categoria sociale dei teenager come una categoria *altra*. «Gradually the age between childhood and adulthood came to be codified, debated, celebrated, and, perhaps more significantly, elongated».⁶²

Prendendo in prestito termini propri dell'antropologia e dell'etnografia, gli studiosi iniziano a definire i teenager degli anni Cinquanta come un gruppo, una casta, una tribù, una sottocultura:⁶³ «1950s teenagers *were* strange creatures, set apart from previous generations of American young people in numbers, affluence, and self-consciousness. There were more of them; they had more money; and they were aware of themselves as teenagers».⁶⁴ Spiega Thomas Doherty nel suo *Teenagers and Teenpics*:

Dollars and demographics are two necessary measures of the first teenagers' originality, but the decisive element is generational cohesion: an acute sense of themselves as a special, like-minded community bound together by age and rank. [...] What lent 1950s teenagers a sense of group identity both peculiarly intense and historically new was that their generational status, their social position *as teenagers*, was carefully nurtured and vigorously reinforced by the adult institutions around them.

In the marketplace and the media, at home and at school, the teenager was counted as a special creature requiring special handling. [...] For the first time,

⁶⁰ LAZARSFELD, PAUL F., *Audience Research in the Movie Field*, cit., p. 167.

⁶¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 16.

⁶² SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 498.

⁶³ Si faccia riferimento in particolare al trattato di sociologia LANDIS, PAUL H., *Understanding Teenagers*, New York, Appleton-Century-Crofts, 1955.

⁶⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 34.

the essentially private psychological and physical development of the American adolescent was accorded a dramatically public recognition. At once socially special and specially socialized, 1950s teenagers experienced the same thing together – through their assigned place in the burgeoning consumer economy, in the increasing uniformity of public school education throughout the states, and in national media that doted on their idiosyncrasies.⁶⁵

L'attestazione sociale e antropologica dei teenager è da considerarsi quindi un passaggio essenziale affinché l'adolescenza possa finalmente diventare «a fact and phase recognized by the motion picture industry».⁶⁶ Non è un caso che, proprio a partire dal Secondo Dopoguerra, gli Stati Uniti siano l'unico Paese in cui il termine teenager entra e si afferma nel vocabolario di uso corrente:

The U.S. is the only country having a word for members of this age group, and is the only country considering this age group as a separate entity whose influence, fads, and fashions are worthy of discussion apart from the adult world. Before circa 1935 U.S. teen-agers considered themselves as, and were considered, young adults and not a special group.⁶⁷

A partire dagli anni Cinquanta si va così configurando una «increasingly commodity culture in which adolescence was an important conceptual category».⁶⁸

II.5 Teenager: un nuovo mercato

Negli anni Cinquanta, dunque, i teenager vengono riconfigurati come un «crucial age group for American commercial marketing»: ⁶⁹ spendono, hanno una propria intrinseca riconoscibilità sociale e sono addirittura in grado di condizionare gli andamenti del

⁶⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 35-36.

⁶⁶ CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, cit., p. 42.

⁶⁷ WENWORTH, HAROLD, FLEXNER, STUART BERG (a cura di), *Dictionary of American Slang*, II ed., New York, Thomas Y. Crowell, 1975, pp. 538-539.

⁶⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 28.

⁶⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 497.

mercato. Scrive Jon Savage: «the spread of American-style consumerism, the rise of sociology as an academic discipline and market research as a self-fulfilling prophecy, and sheer demographics turned adolescents into Teenagers».⁷⁰

La società statunitense non si mostra da subito benevola nei confronti dell'attenzione e dello spazio conquistati dai teenager. Il dibattito pubblico viene infatti polarizzato dalla rappresentazione dell'adolescenza come un "problema sociale", con particolare insistenza al fenomeno della delinquenza giovanile. La cosiddetta «shook-up generation»⁷¹ finisce così per catalizzare tutti gli atteggiamenti di "panico morale" che serpeggiano nella società statunitense degli anni Cinquanta.⁷² A controbilanciare questa visione interviene presto però la *business community*, che riconosce nei teenager una straordinaria opportunità di affari.

Whatever the consequences for American civilization, the "invention" of the adolescent was an immediate boon to the nation's emerging consumer-based economy. In the nineteenth century, young people had fueled the Industrial Revolution with their labor; in the twentieth century, they would fulfill a more enviable economic function as consumers whose leisure vicariously validated their parents' affluence. [...] At midcentury the business of satisfying youth's need for leisure and art would reshape American culture.⁷³

A partire dagli anni Cinquanta, dunque, sono immessi sul mercato una serie sempre più massiccia di prodotti *teen-oriented*, «such as popular music, dance, and cartoons».⁷⁴ Dalla musica alla moda, dai libri alle sigarette, dai programmi televisivi alle automobili, non c'è nicchia di mercato che non cerchi di appagare le esigenze dei teenager, né campagna pubblicitaria che possa ignorare l'*appeal* del *teen market*.⁷⁵ «In the 1950s, market research firms began to document a peculiar trend in consumerism, one that in

⁷⁰ SAVAGE, JON, *Teenage: The Creation of Youth Culture*, Londra, Viking, 2007, p. 18.

⁷¹ SALISBURY, HARRISON E., *The Shook-Up Generation*, New York, Harper and Brothers, 1958.

⁷² Per approfondire lo studio delle reazioni al problema della delinquenza giovanile si veda GILBERT, JAMES, *A Cycle of Outrage: America's Reaction to the Juvenile Delinquent in the 1950s*, New York, Oxford University Press, 1986.

⁷³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 41.

⁷⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 25.

⁷⁵ Per un'analisi comprensiva della nascita e dell'evoluzione del *teen market* negli anni Cinquanta si veda in particolare CATEORA, PHILIP R., *An Analysis of the Teenage Market*, Austin, Texas Bureau of Business Research, 1963.

the 1960s would become a commonplace of American life: teenagers were often the opinion leaders for the rest of the culture». ⁷⁶ Nel corso del decennio, anche gli editoriali dei giornali cambiano segno e cominciano ad accreditare le virtù del «dreamy teenage market». ⁷⁷ Nel 1959 la rivista *Life* fa il punto sul valore commerciale del mercato per adolescenti: «the American teenagers have emerged as a big-time consumer in the U.S. economy [...] Counting only what is spent to satisfy their special teen-age demands, the youngsters and their parents will shell out about \$ 10 billion this year, a billion more than the total sales of GM». ⁷⁸ Le nuove politiche industriali e pubblicitarie convalidano definitivamente il potere dei teenager all'interno del mercato e della società statunitensi, tanto che «Henceforth teenagers would have a major, sometimes dominant, voice in determining the nation's cultural diet». ⁷⁹

All'interno dell'industria culturale, però, Hollywood reagisce tardi e non adeguatamente alla presenza impattante del *teen market*. «The branch of the entertainment industry that stood to gain most from exploiting the teen audience was the one longest in coming around: motion picture». ⁸⁰ Nel 1958, quando il *teen market* si è ormai già affermato nella maggior parte dei settori commerciali, l'economista Arno H. Johnson, vicepresidente dell'importante agenzia pubblicitaria J. Walter Thompson, stima le potenzialità del mercato dei teenager in relazione agli andamenti dell'industria cinematografica. Johnson evidenzia come, pur in mancanza di politiche industriali apposite, gli introiti derivati dal «thirteen-to-twenty-one-year-old-market» ⁸¹ siano aumentati dai 19.6 milioni di dollari del 1952 ai 22.4 milioni del 1958. Arriva poi a stimare le previsioni di crescita a 30 milioni di gettito entro il 1965.

The growth of the 'teen market' is bound to make itself felt in many areas, but nowhere is it of greater significance than in the film field, both in terms of audience potential and as a guide to motion picture content. Not only are these the future homemakers, but they represent the 'restless' element of the population,

⁷⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 42.

⁷⁷ [S.N.], *The Dreamy Teen-Age Market: 'It's Neat to Spend'*, «Newsweek», September 16, 1957, p. 94.

⁷⁸ [S.N.], *A New \$ 10-Billion Power: the U.S. Teen-Age Consumer*, «Life», August 31, 1959, p. 78.

⁷⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 43.

⁸⁰ *Ivi*, cit., p. 48.

⁸¹ JOHNSON, ARNO H., *Film Future: GI Baby Boom*, «Variety», March 5, 1968, p. 78.

the people who don't want to stay home and watch TV and who are still immune to any sophisticated disdain of run-of-the-mill screen offerings.⁸²

Sorprendentemente, però, l'industria hollywoodiana manifesta in principio una spiccata refrattarietà nei confronti di questo nuovo trend. Molti *studios*, infatti, si dimostrano «reluctant to surrender cultural dominance»⁸³ e continuano a ignorare gli indicatori del mercato fino alla seconda metà degli anni Cinquanta, arrivando paradossalmente ad acuire così i fattori della crisi economica di cui si è parlato sopra. «Despite box office reports and statistical data, many in the industry continued to work against their own economic interests by making movies for an audience that really didn't go to the movies that much: married adults with children».⁸⁴ L'idea del cinema come forma di intrattenimento familiare, così ben consolidata durante l'epoca florida della Hollywood classica e dello *studio system*, è ancora lontana da tramontare. Nonostante moniti come quello di Johnson, infatti, all'inizio degli anni Cinquanta prevale ancora la posizione nostalgica e anacronistica espressa dal leggendario produttore Samuel Goldwyn: «I believe in making pictures a man can take his whole family to see».⁸⁵

La crisi però affatica il settore al punto che gli esercenti, i più colpiti, sono costretti a cercare fonti di attrazione alternative a quelle proposte dai grandi *studios* per riportare gli spettatori in sala. «L'output degli *Studios* si ridusse di oltre il 60% nei soli anni Cinquanta, e l'industria iniziò a non fare più conto su un mercato di massa (produzione in serie e consumo abituale e diffuso)».⁸⁶

Ai più deboli tra i produttori indipendenti restava il compito di colmare il vuoto dovuto alla drastica riduzione della produzione a basso costo da parte delle major: nel 1954, il 70% delle sale americane offriva ancora il doppio spettacolo e aveva bisogno di materiale a basso costo ma capace di attrarre l'attenzione. La domanda fu coperta da società indipendenti specializzate in film di *exploitation*, produzioni minime che – nell'impossibilità di avvalersi di divi o autori affermati – si

⁸² JOHNSON, ARNO H., *Film Future: GI Baby Boom*, «Variety», March 5, 1968, p. 78.

⁸³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 50.

⁸⁴ *Ivi*, cit., p. 51.

⁸⁵ GOLDWYN, SAMUEL, *Avoids Gats and Gams*, «Variety», January 4, 1958, p. 1.

⁸⁶ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., pp. 85-86.

basavano su argomenti attuali o sensazionalistici che potessero essere *exploited*, vale a dire sfruttati commercialmente.⁸⁷

In questo contesto, i teenager diventano dunque una categoria sociale impossibile da ignorare, troppo ghiotta per non sfruttarne il potenziale lucrativo.

Teenagers began buying (or at least driving) cars too, which gave them new senses of independence and mobility. Now teens no longer had to stay within the confines of their hometown and conglomerate around a single hangout. With a car, kids could travel to other towns, meet teens outside of their high school, and find some privacy along lovers' lanes. The drive-in theatre also became a more prominent site for youth, where they could show off their cars, enjoy a show, and perhaps engage in the 'petting' that was becoming more common in movies.⁸⁸

Gli esercenti si uniscono così a quei ricercatori, giornalisti specializzati e addetti del settore che, già dai primi studi sull'*audience* datati 1946, chiedono all'industria un cambiamento delle politiche produttive che identifichi e includa il nuovo settore demografico dei teenager. Cita un report dell'Institute of Industry Opinion datato 1956: «The need for picture appealing to the 15 to 25 age group was listed as most important by all classes of exhibitors».⁸⁹ Fanno eco anche i giornali del settore come il *Motion Picture Herald* («The most important single area for the present and future well-being of the motion picture industry is the youth of the country. In particular, this means those in the teens up through the mid-twenties»)⁹⁰ e *Variety* («The juvenile market is growing steadily and the 'teen-age' audience looms as more of a b.o. factor than ever»)⁹¹ Un altro articolo apparso su *Variety* sempre nel 1956 esprime bene la nuova sensibilità diffusa all'epoca: «in recent months exhibitors have clamored for film fare that would appeal to teenage costumers whom they regard as their best audience. [...] According to a circuit booker [...] The lack of business, he noted, has forced the circuits to play "the

⁸⁷ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 454.

⁸⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 17.

⁸⁹ IVERS, JOHN D., *Aim at Youth and Reduce Violence, Panelists Insist*, «Motion Picture Herald», Semptember 8, 1956, p. 12.

⁹⁰ QUIGLEY JR., MARTIN, *You Must Be Served*, «Motion Picture Herald», June 23, 1956, p. 12.

⁹¹ HOLLINGER, HY, 'Lost Audience': *Grass vs. Class*, «Variety», December 5, 1956, p. 86.

type of picture that attract peculiar audience”». ⁹² La domanda degli esercenti porta così l’industria cinematografica a riconoscere finalmente, sebbene con ritardo, che «by the mid-1905s, the strongest market force at the movies was the teenager». ⁹³

II.6 Il *teen movie* come *exploitation*: il caso AIP

La riduzione del numero dei film prodotti dalle *majors* e la crescita del pubblico adolescente permette dunque alle compagnie indipendenti di inserirsi nel mercato con film a basso budget basati su generi o soggetti altamente commercializzabili: i cosiddetti film di *exploitation*.

I film di *exploitation* esistevano fin dalla prima guerra mondiale, ma negli anni Cinquanta guadagnarono visibilità e gli esercenti, ora liberi di noleggiare materiale da chiunque desiderassero, scoprirono che certi prodotti a basso budget offrivano spesso un profitto più sostanzioso dei colossi degli studios, che pretendevano cospicue percentuali sugli incassi. ⁹⁴

Nel Secondo dopoguerra va progressivamente definendosi l’identità di film di *exploitation*, come testimoniano due articoli pubblicati da *Variety* rispettivamente nel 1946 e nel 1956. Il primo parla semplicemente di «films with some timely or currently controversial subject which can be exploited, capitalized on, in publicity and advertising». ⁹⁵ Nel secondo, invece, è contenuta una definizione assai più precisa e articolata, oltre a un esplicito riferimento alla tipologia di pubblico di queste pellicole: «These are low-budget films based on controversial and timely subject that made newspaper headlines. In the main these pictures appeal to ‘uncontrolled’ juveniles and ‘undesirables’». ⁹⁶ Nota puntualmente Thomas Doherty:

⁹² HOLLINGER, HY, *Teenage Biz vs. Repair Bills*, «Variety», December 19, 1956, p. 20.

⁹³ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 18.

⁹⁴ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 454.

⁹⁵ WILLIAMS, WHITNEY, *‘Exploitation Pictures’ Paid Off Big for Majors, Also Indie Producers*, «Variety», January 9, 1946, p. 36.

⁹⁶ HOLLINGER, HY, *Teenage Biz vs. Repair Bills*, cit., p. 20.

Together, these three elements – controversial content, bare-bones budget, and demographic targeting – remain characteristic of any exploitation movie, whether the scandalous material is aimed at “adults” (“sexploitation”), African Americans (“blaxploitation”), or gorehounds (“axploitation”). But because the demographic target under the most intense and incessant fire remained “juveniles” – teenagers – the exploitation film became associated mainly with its most familiar version: the teenpic.⁹⁷

Come già esposto in apertura di capitolo, i *teen movies* si configurano quindi inequivocabilmente come il prodotto dell’interazione tra l’industria cinematografica e il crescente mercato adolescente negli anni Cinquanta. Non a caso, «no one used the label ‘teen film’ before the 1950s ‘teenpics’». ⁹⁸ «As Hollywood continued to struggle with declining audiences [...] the strategy of making films for teens, especially male teens, became dominant». ⁹⁹ Viene infatti immessa sul mercato una quantità sempre crescente di pellicole indirizzate al pubblico adolescente, spesso – ma non esclusivamente – riguardanti «temi tipici dell’agenda giovanile di quegli anni, dai più seri (il conflitto generazionale, il disagio sociale e il fenomeno delle gang, la sessualità) ai più fatui (l’emergente musica rock, motori e surf)». ¹⁰⁰

Since 1960, teenpics have been an industry staple, if not the dominant production strategy for Hollywood cinema. One questionable economically and disreputable aesthetically, they have grown in budget, frequency, and even respectability as teenagers have grown in fortune, numbers, and influence. ¹⁰¹

In definitiva, «in 1955, Hollywood had initiated its courtship of the teenage audience with great reluctance; by the 1960, it had become a devoted suitor». ¹⁰² Chi per prima ha saputo riconoscere questa tendenza e intercettare i gusti del nuovo pubblico è la American International Pictures (AIP) di James H. Nicholson e Samuel Z. Arkoff.

⁹⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 9.

⁹⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 12.

⁹⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 27.

¹⁰⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 93.

¹⁰¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 189.

¹⁰² *Ivi*, cit., p. 188.

«From the beginning the up-start company recognized the value of the teenage audience, but what made AIP unique was its anticipation of the future *supremacy* of that audience». ¹⁰³ Nel suo *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, Alan Betrock illustra il sillogismo della “Peter Pan Syndrome” sviluppato dalla AIP e posto alla base di tutte le sue produzioni:

1. A younger child will watch anything an older child will watch.
2. An older child will not watch anything a younger child will watch.
3. A girl will watch anything a boy will watch.
4. A boy will not watch anything a girl will watch.
5. Therefore, to catch your greatest audience, you zero in on a 19-year-old male. ¹⁰⁴

La AIP inizia così a produrre massicciamente film destinati «a quelli che Sam Arkoff, capo della società, definiva “quegli adolescenti masticagomme e ingollahamburger che vogliono solo togliersi dai piedi dei genitori un venerdì o un sabato sera”». ¹⁰⁵

La cultura di quei ragazzi era fatta di *strips*, di *Twilight Zone*, di isteria cinquantistica (dei genitori), di commedie anni '30 viste (o riviste) sul piccolo schermo, di risibili pruriti sessuali conditi di *Peyton Place*, di *Scandalo al sole*, di Sandra Dee e di una curiosità verso il rapporto Kinsey paragonabile a quella che da noi, in altri tempi, aveva agitato ed eccitato altre generazioni alla lettura del Mantegazza. ¹⁰⁶

«L'AIP faceva prodotti a basso costo e si era specializzata dalla metà degli anni Cinquanta nello “sfruttamento” di successi commerciali a buon mercato come film di motociclette, dell'orrore, da spiaggia e altri che si rivolgevano al crescente pubblico giovanile». ¹⁰⁷ Girate in poche settimane con registi e attori spesso alle prime armi, le

¹⁰³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 125.

¹⁰⁴ BETROCK, ALAN, *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, New York, St. Martin's, 1986, p. 103.

¹⁰⁵ *Ibidem*.

¹⁰⁶ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, Roma-Bari, Laterza, 1987, p. 256.

¹⁰⁷ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 17.

pellicole targate AIP fanno efficacemente leva sui gusti dei ragazzi, concentrandosi prevalentemente su temi come la criminalità giovanile (*Hot Rod Girl*, 1956; *Motorcycle Gang*, 1957; *High School Hellcats*, 1958), la fantascienza (*It Conquered the World*, 1956; *Invasion of the Saucer Men*, 1957; *The Phantom Planet*, 1961), l'avventura (*Naked Paradise*, 1957; *She Gods of Shark Reef*, 1958; *Journey to the Lost City*, 1960), la musica (*Rock All Night*, 1957; *Beach Party*, 1963; *Bikini Beach*, 1964), l'erotismo (*Sorority Girl*, 1957; *The Diary of a High School Bride*, 1961; *Under Age*, 1964) e soprattutto l'horror (*I Was a Teenage Werewolf*, 1957; *The Undead*, 1957; *Pit and the Pendulum*, 1961).

All'interno della AIP, trova un posto di rilievo il cineasta Roger Corman, che proprio grazie al prolifico ciclo di pellicole orrorifiche ispirate ai racconti di Edgar Allan Poe inaugurato con *House of Usher (I vivi e i morti)*, (1960) trova la sua consacrazione. Regista solido e scaltro produttore, Corman capisce presto «that teenagers made up the only market that could sustain the modern motion picture business».¹⁰⁸ Per questo già nel 1955 comincia a investire sulla fantascienza (*Day the World Ended*, 1955), per poi puntare sul genere horror, del quale sarebbe diventato incontrastato rappresentante nel decennio successivo.

Corman fu il primo a capire un fatto fondamentale: il ricambio generazionale nel pubblico fra i '50 e i '60. Egli fu cioè il primo a comprendere che la Hollywood dei bei tempi era finita [...] Un nuovo modo di fare narrazione visiva stava nascendo con l'avvento della televisione; le vecchie generazioni di spettatori trovavano più comodo fruire beatamente fra i muri di casa propria gli spettacoli scelti per loro in un fitto palinsesto, mentre le nuove attendevano ancora un cinema che si facesse interprete non tanto delle loro ansie e dei loro problemi, quanto del loro immaginario, dell'inventario vergine legato alla loro cultura fatta di fumetti e strepitose fantasie, di miti scolastici e musicali.¹⁰⁹

Con le sue regie Corman definisce i canoni del nuovo cinema giovanilistico, diventando, «per un certo verso, il padre del giovane pubblico cinematografico

¹⁰⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 125.

¹⁰⁹ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., pp. 255-256.

americano». ¹¹⁰ Soprattutto, attraverso i suoi film, divisi per cicli e sottogeneri, è possibile cogliere alcune caratteristiche che sono proprie anche dei *teen movies* contemporanei: oltre alle già indagate potenzialità commerciali, anche l'inclinazione a trascendere i confini dei generi classici pur mantenendo sempre la propria identità e riconoscibilità agli occhi del pubblico, e soprattutto la spiccata tendenza alla serializzazione produttiva.

Si iniziano così a profilare certe peculiarità che influenzeranno l'evoluzione del genere *teen movie* nei decenni successivi, che non a caso si istituzionalizza attraverso la riproposizione di cicli, filoni e sottogeneri capaci di sopravvivere alle mode e alle epoche.

AIP can only be given so much credit for establishing specific subgenres of teen films. [...] Whether cycles or subgenres, the different approach to teen film in this era would establish the paradigm that future filmmakers and marketers use in promoting teen films to changing young audiences. Some of these approaches have simply evolved into others, and some have all but vanished, only to appear in the occasional odd installment. Yet one possibility seems true: if any studio does test an old (or new) subgenre and the teenage audience makes it a hit, more films like it will follow for some time. ¹¹¹

Dopo i successi degli anni Cinquanta e Sessanta, la AIP «moved away from the genre in the 1970s, at a time when American teen films in general went into noticeable decline», ¹¹² per poi chiudere ufficialmente la propria attività nel 1979 e confluire nella casa di produzione Filmways Company. Il suo contributo è stato però fondamentale per la nascita e lo sviluppo del genere *teen movie* come lo conosciamo ancora oggi. «For over twenty years, AIP gauged the tastes of successive generations of American teenagers, accumulating filmography that documents the shifting trends, values, and lingo of its audience of the moment». ¹¹³

¹¹⁰ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 257.

¹¹¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., pp. 29-30.

¹¹² *Ivi*, cit., p. 29.

¹¹³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 125.

CAPITOLO TERZO

CICLI, FILONI, SOTTOGENERI

III.1 Un genere ripetitivo

In *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, Alan Betrock prova a tracciare sinteticamente le modalità produttive messe in atto dalla AIP nella definizione dei diversi cicli e sottogeneri di *teen movie*:

A cycle could run for about three years at most. In the first year, a topic of public interest sweeps the country and in the first few films sneak out to test the waters. If these are successful, the second year the market is established and there's big bucks to be made. By the third year, the public is tiring of the subject and story lines and only latecomers and fust-buck entrepreneurs come in and try to pick up the few remaining dollars.¹

L'analisi di Betrock, nella sua semplicità, appare limitativa e presenta senz'altro alcuni tratti di incauta approssimazione: come si avrà modo di vedere più avanti, le dinamiche sopra descritte non sono così rigidamente applicabili ai numerosi e differenti sottogeneri del *teen movie* realizzati dalla AIP, né tantomeno a quelli sviluppatasi a partire da questi prototipi. Allo stesso tempo, però, lo studioso pone efficacemente l'accento sulla natura ciclica, ripetitiva e serializzata del *teen movie*: è una caratteristica cruciale per comprendere l'origine e le successive evoluzioni di un genere che, come sottolinea Catherine Driscoll, si basa su una «dominant strategy for teen film: repetition».² Questo approccio, del resto, si pone in lineare continuità con i principali studi di teoria dei generi, come ricorda Rick Altman nel suo *Film/Genere*:

¹ BETROCK, ALAN, *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, cit., p. 33.

² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 83.

Considerata la tendenza della critica a individuare il genere in base a soggetti e strutture condivise, è chiaro che i film di uno stesso genere devono presentare una serie di attributi basilari comuni. Tuttavia, è curioso notare come in realtà la rassomiglianza vada ben oltre: i critici hanno sottolineato che i film dei vari generi hollywoodiani hanno in comune alcune caratteristiche essenziali.³

Altman continua la sua trattazione sottolineando poi la natura *ripetitiva* insita in ogni genere riconosciuto, poiché i film appartenenti a uno stesso genere tendono a ricorrere sempre alle medesime dinamiche e a utilizzare sempre il medesimo materiale, sia per gli aspetti intratestuali che per quelli intertestuali. Ne consegue che in questo contesto la rilevanza di un film non dipende tanto dal suo carattere di originalità o unicità, bensì dall'effetto *cumulativo* delle situazioni, dei temi e delle icone ivi ripetute. Si può dunque affermare che film di generi sono resi *prevedibili* dalla loro intrinseca natura di ripetitività e accumulazione.⁴

Questa *prevedibilità* si rivela essere una peculiarità fondante dei *teen movies*, soprattutto se considerata in relazione al concetto di *familiarità* proposto da Thomas Schatz e già citato nel primo capitolo. La natura ripetitiva dei film di genere «obscures the extent to which even most complex and least formulaic of texts is shaped and organized by its relations to generic structures».⁵ Ma per il *teen movie* – genere eclettico, mutevole ed eterogeneo come pochi altri, che si appropria delle «conventions of whatever genre might provide a new mix of components for a familiar story about adolescence»⁶ – la ripetitività, la prevedibilità e la familiarità sono requisiti indispensabili per la sua *riconoscibilità* come genere unitario e coerente. «The central idea of adolescence on which it depends must be relevant to an already recognized category of experience. Teen film works largely by telling us things we already know about characters and situations that we are presumed to instantly recognize».⁷ In buona sostanza, in relazione ai *teen movies*, il piacere dello spettatore «deriva più dalle riconferme che dalle novità».⁸

³ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 41.

⁴ *Ivi*, cit., pp. 41-42.

⁵ FROW, JON, *Genre: The New Critical Idiom*, cit., pp. 1-2.

⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 135.

⁷ *Ivi*, cit., p. 83.

⁸ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 42.

Nonostante la marcata tendenza all'autoreferenzialità, i film di genere mantengono un forte legame con la cultura che li ha prodotti. Mentre altri film dipendono grandemente dalle loro qualità referenziali per instaurare legami con il mondo reale, i film di genere solitamente ricorrono a un utilizzo *simbolico* delle immagini, dei suoni e delle situazioni principali. [...] Spesso tacciati di semplificare eccessivamente la storia e i rapporti umani, i film di genere traggono vantaggio dalla semplicità, perché proprio la concentrazione che consegue dalla semplificazione permette a cowboy, gangster, ballerini, detective e mostri di assumere un valore simbolico in modo facile e sistematico.⁹

Da questo punto di vista, il *teen movie* può essere analizzato come un genere costruito attraverso il ricorso a componenti riutilizzabili, ovvero composto da elementi di generi diversi, variamente articolati e combinati, secondo la lettura suggerita da Guglielmo Pescatore nel suo saggio *I generi come forme seriali*.¹⁰ Lo studioso rilegge il modello di genere proposto da Altman alla luce delle categorie di *serialità*, *ripetizione* e *dilatazione* cui fa riferimento Francesco Casetti nel volume *L'immagine al plurale*.¹¹ Ne nasce una nuova analisi della natura di un ciclo, che va a integrare e arricchire quella di Betrock riportata in apertura di capitolo:

Se proviamo ad applicare al modello di Altman i criteri che abbiamo trattenuto relativi alla questione della serialità, ci troviamo con una sequenza del tipo *ripetizione, serie, nuova ripetizione*. Abbiamo infatti un genere di partenza che si struttura attraverso la ripetizione delle caratteristiche di un genere, una successiva specificazione del genere, secondo le modalità dell'aggettivazione (nell'esempio la commedia musicale) che dà luogo a qualcosa che potremmo definire come un ciclo, ossia una struttura seriale, e da ultimo, attraverso una successiva dilatazione, ossia la riutilizzazione dei caratteri della serie da parte di una

⁹ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., pp. 43-44.

¹⁰ PESCATORE GUGLIALMO, *I generi come forme seriali*, in ANTONINI, ANNA (a cura di), *Il film e i suoi multipli*, Atti del IX Convegno Internazionale degli Studi sul Cinema (Udine, 20-23 marzo 2002), Udine, Forum, 2003, p. 54.

¹¹ CASETTI, FRANCESCO (a cura di), *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*, Venezia, Marsilio, 1984.

produzione più ampia, la definizione di una nuova forma di genere, ossia ancora una forma di ripetizione.¹²

L'analisi di Pescatore introduce così una componente fondamentale per lo studio dell'evoluzione del *teen movie* come genere, perché sottolinea come «la serialità sembra componente necessaria alla costituzione di un genere».¹³ Lo sviluppo attraverso cicli, filoni e sottogeneri suggerisce infatti che il *teen movie* comporti tanto elementi di *ripetizione*, come già specificato sopra, quanto elementi di *serialità*, laddove per ripetizione si intende il riutilizzo di elementi conosciuti e familiari, mentre con serialità si indica una successione lineare di oggetti o testi che compongono nel loro insieme una collana.

Il genere *teen movie* si configura dunque come un sistema allo stesso tempo *statico* e *dinamico*, per adoperare le categorie introdotte da Thomas Schatz nel suo influente saggio *Film Genre and the Genre of Film* del 1981. *Statico* perché «it is a familiar formula of interrelated narrative and cinematic components».¹⁴ «In other words, there are certain elements that films within a genre typically share. In the case of Hollywood teen films, the formula includes themes (e.g., coming-of-age, overcoming adversity), characters (e.g., the jock, the nerd, parents, teachers), and settings (e.g., high school, the home)».¹⁵ *Dinamico*, invece, perché definito e continuamente ridefinito da «changes in cultural attitudes, new influential genre films, the economics of the industry».¹⁶ Queste dinamiche generali risultano particolarmente puntuali se applicate in relazione al *teen movie*, un genere che «must undergo some changes over time»:¹⁷ «in pinpointing the year of release for any given teenpic, the slang, fashion, and music soundtrack of the moment are more accurate than carbon dating».¹⁸ In questo processo incidono in larga misura, ovviamente, i cambiamenti socio-politici e le rivoluzioni di costume in atto in ogni periodo storico. Tuttavia non bisogna sottovalutare il peso delle pratiche produttive di Hollywood, che si rivelano cruciali a maggior ragione nella definizione di un genere

¹² PESCATORE GUGLIALMO, *I generi come forme seriali*, cit., p. 54.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ SCHATZ, THOMAS, *Film Genre and the Genre Film*, in BRAUDY, LEO, COHEN, MARSHALL, *Film and Criticism*, New York, Oxford University Press, 2009, p. 564.

¹⁵ TROPANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., pp. IX-X.

¹⁶ SCHATZ, THOMAS, *Film Genre and the Genre Film*, cit., p. 564.

¹⁷ TROPANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., p. IX.

¹⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 190.

che, come spiegato nel secondo capitolo, nasce squisitamente per esigenze commerciali. Al punto che l'industria è considerata da Stephen Neale e altri scrittori come l'unico agente creatore e sostenitore dei generi.¹⁹

Secondo questo quadro, l'industria cinematografica, rispondendo ai desideri del pubblico, crea generi ben definiti che durano nel tempo grazie alla loro capacità di soddisfare i bisogni umani fondamentali. Pur cambiando in maniera prevedibile nel corso della loro esistenza, i generi mantengono una certa omogeneità sia nei decenni che nel passaggio dalla produzione alla proiezione e al consumo da parte del pubblico.²⁰

Per questo, dunque, Catherine Driscoll afferma che «for teen movie repetition is not only about production and distribution but also style, form and content».²¹

III.2 *Exploitation*, evasioni musicali e metafore orrifiche

Come approfondito nel capitolo precedente, l'esperienza AIP e «the success of Katzman's teenpics led the industry into the earnest exploitation of the teenage moviegoer».²² Sulla scorta della lezione di Arno H. Johnson, infatti, il presidente della MPAA Jack Valenti commissiona all'analista Daniel Yankelovich una nuova ricerca per valutare le ripercussioni commerciali sul mercato «when the first waves of the great 1946-57 baby boom came of "teenage age" in the 1960s».²³

According to Yankelovich, teenagers still filled out the lines at the box office windows and older folks still stayed home. The sixteen-to-twenty-four age group made up the 48 percent of box office admissions; 54 percent of that group were "frequent moviegoers," a number that rose to 78 percent when only the sixteen-

¹⁹ ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, cit., p. 47.

²⁰ *Ivi*, cit., p. 48.

²¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 83.

²² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 53.

²³ *Ivi*, cit., p. 188.

to twenty-year-olds were considered. A zealous moviegoing cadre designated as “hard-core frequenters” represented 76 percent of the actual paid admissions, a group that was “markedly unrepresentative of the total population.” As the report concluded, “Being young and single is the overriding demographic pre-condition for being a frequent and enthusiastic moviegoer”.²⁴

L’industria hollywoodiana decide quindi di continuare a investire sul *teen market* con un’offerta di produzioni sempre più codificate ed eterogenee allo stesso tempo, che si rifanno ai prototipi di successo introdotti nel mercato a metà degli anni Cinquanta. «Lifting off with the new decade and a new generation, the teenpic entered a series of postclassical phases rereading, revamping, and reinventing the generic blueprints of the original teenpics of the 1950s». ²⁵ Le pellicole degli anni Cinquanta rimangono infatti un punto di riferimento culturale e commerciale imprescindibile per le produzioni successive, grazie soprattutto al potere mitologico che il sistema iconografico da esse proposto riesce ad assumere nell’immaginario collettivo.

The famous 1950s j.d. films have a highly recognizable iconic afterlife. Jim’s style in *Rebel Without a Cause* and Johnny’s in *The Wild One* have become synonymous with the teen rebel. Stylistic cues from these looks are used to signify ‘delinquent’, sensitive, misunderstood, of just ‘cool’. And they bring with them their less easily named counterparts of the troubled teenage girl, the beach girl, and even the schoolgirl horde. The meaning of the 1950s teenager is anchored in cinema history; a certainty about what the experience and difficulties of adolescence *look like*.²⁶

Catherine Driscoll approfondisce però la riflessione sul potere iconico dei film degli anni Cinquanta proponendo una interessante prospettiva relativa alla loro singolare e inedita posizione nel mercato cinematografico e, conseguentemente, al loro peculiare valore commerciale.

²⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 188.

²⁵ *Ivi*, cit., p. 190.

²⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., pp. 43-44.

The iconic power of the 1950s teenager has not faded with the aging of these nostalgic parents. It remains installed in film history as both more specific (to adolescence) and more general (to all adolescents) than its predecessors. And it has not been displaced by subsequent generations of teen film because its monumentalization as the moment where film first named the teenage market.²⁷

I *teen movies* dei primi anni Sessanta si strutturano quindi secondo il modello ancora molto incisivo delle produzioni degli anni Cinquanta, sebbene «just as each successive teenage generation is a kind of subculture, creating “symbolic forms” with its own “patterns of meaning,” each in turn contributes its own unique permutation to the original, persistent teenpic cycles».²⁸

La prima netta tendenza che contraddistingue le produzioni del periodo a cavallo tra gli anni Cinquanta e Sessanta sono i film musicali «as a natural outgrowth of the rock-music-scene».²⁹

The rock movie mixed ‘real life’ bands in performance and a scant dramatic plot centred on celebration of the musical form, but these conventions were quickly adapted to more polished narrative forms, including musicals centred on recording stars like Elvis Presley, Pat Boone, and Cliff Richard.³⁰

Sulla scorta del popolarissimo *Rock Around the Clock* (*Senza tregua il rock n roll*, 1956), prodotto da Sam Katzman, in pochi anni il mercato viene saturato da pellicole di stampo imitativo «with teen characters defending the music and dancing as a form of expression against combative parents or other moral guardians».³¹ Tra i molti titoli prodotti è possibile ricordare *Love Me Tender* (*Fratelli rivali*, 1956), *Shake, Rattle, and Rock!* (*Processo al rock and roll*, 1956), *Rock, Pretty Baby* (*Gli indiavolati*, 1956), *Rock All Night* (*Rock tutta la notte*, 1957), *Rock Baby, Rock It* (*Id.*, 1957), *Sing Boy Sing* (*L’idolo della canzone*, 1958), *Go, Johnny, Go!* (*Dai! Johnny, dai*, 1959) e *Wild Guitar* (*Id.*, 1962). Questo ciclo di pellicole assume una rilevanza strategica nello sviluppo dei

²⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 44.

²⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 189-190.

²⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 30.

³⁰ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 38.

³¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 31.

teen movies soprattutto in relazione all'evidente accreditamento di un *teen market* specifico da parte dell'industria cinematografica. «It was a great vehicle for the ever-expanding and cross-pollinating entertainment market, which could use rock movies to promote singers and bands, and of course to sell record albums».³² Non a caso Thomas Doherty accredita *Rock Around the Clock* come «the first hugely successful film marketed to teenagers to the pointed exclusion of their elders».³³ Soprattutto, i cosiddetti *rock movies* dimostrano infatti che, per la prima volta, le strategie produttive degli *studios* hollywoodiani riconoscono definitivamente «the teen movie demographic as distinct and, more so, lucrative».³⁴ Ma mentre la musica rock si afferma con sempre maggiore rilevanza nei consumi e nei costumi culturali degli adolescenti statunitensi, Timothy Shary ratifica l'esaurimento del ciclo già entro i primi anni Sessanta.

In realtà, come è proprio di un genere così mutevole, «teen film rapidly changed its generic mix»³⁵ e la componente musicale viene assorbita da un nuovo filone in rapida ascesa nei primi anni Sessanta: quello dei *teen beach movies*, noti anche come *beach party movies* per la loro spiccata vocazione alla spensieratezza e alla gaiezza esasperata. «The teen beach movie essentially picked up where the rock movies left off, with an emphasis on music and the opportunity for more sexual stimulation».³⁶ Questa tendenza rispecchia bene il diffuso sentimento sociale del periodo: durante la sua breve presidenza, infatti, John Kennedy riesce a «impersonare l'emblema di un'età dell'oro nella quale ogni americano era ben felice di riconoscersi, dimenticando persino specifici e concreti problemi attuali del paese».³⁷

The musical genre was particularly good at intersecting contradictory ideas about adolescence because it could mix, for example, the rebellious connotations of rock-and-roll with romantic euphoric musical possibilities, providing a selection of styles or tastes without committing to any of them because it was all 'performance'.³⁸

³² SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 30.

³³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 57.

³⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 30.

³⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 38.

³⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 31.

³⁷ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 227.

³⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 41.

Precursori di questo filone possono essere citati il romantico *Where the Boys Are* (*La spiaggia del desiderio*, 1960) e soprattutto il brioso *Gidget* (*I cavalloni*, 1959), che risulta di particolare interesse per almeno due motivi.

Da una parte, infatti, la protagonista interpretata dalla *teen star* Sandra Dee, presenta una serie di caratteristiche che rimarranno rilevanti e distintive per la maggior parte dei personaggi femminili dei *teen movies* dei decenni successivi. Questa frizzante ragazzina acqua e sapone alle soglie dell'adolescenza, «the tomboy who discovers her femininity, the geek whose prettiness is revealed by a makeover, the outsider girl whose sporting rather than sophisticated attitude wins the boy's heart»,³⁹ costituirà un canone per molte delle *girl-centred narratives* successive. Dall'altra parte, focalizzando l'attenzione sul suo sviluppo produttivo, *Gidget* permette di intravedere in filigrana un carattere che diventerà sempre più sistematicamente tipico del genere *teen movie*: la tendenza a una produzione seriale. Erede di alcune saghe incentrate su personaggi adolescenti già a partire dagli anni trenta, «such as the Andy Hardy series starring Mickey Rooney, or the old-before-their-time *Dead End Kids*»,⁴⁰ *Gidget* dà infatti vita a un vero e proprio *franchise* embrionale, capace di aggiornarsi e modificarsi nel corso dei decenni pur mantenendo integra la propria riconoscibilità identitaria, e composto da due sequel cinematografici, tre film televisivi per il network ABC, due lunghe serialità prodotte in *syndication*, due musical teatrali, una collana di cinque romanzi e due *novelization* basate sulla sceneggiatura dei sequel cinematografici.

One thing *Gidget* and the pop-star vehicle have in common is 'the franchise'. *Gidget* was mass-produced ideal adolescent commodity, which flexibly took very different forms reflecting the changing lives of adolescent girls in the 1960s. *Gidget Goes Hawaiian* (1962) centres on quite a different *Gidget* (Deborah Whalley) with a very different family that is just as central to the plotline as *Gidget* herself. *Gidget Goes to Rome* (1963) has another new *Gidget* (Cindy Carol), this time travelling without parents and far from the beach, exploring a desire for European sophistication. This trilogy was succeeded by very different short-lived television series in the mid-60s and mid-80s, split by two equally

³⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 39.

⁴⁰ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 498.

distinct made-for-television movies. Each iteration featured an updated Gidget and updated gender challenges.⁴¹

Ancora una volta la AIP si dimostra pronta a intercettare in maniera sistematica e puntuale i gusti del pubblico, capitalizzando la nascente moda dei *teen beach movies* e realizzando una serie di pellicole «about clean-cut kids who just wanted to have fun».⁴² Seguendo l'esempio di *Gidget*, la AIP capisce presto quanto «the clean teen was bound to commercial tie-ins and to the production of film franchises».⁴³ Significativo in questo senso è il ciclo che vede protagonista la coppia formata dalle *teen star* Frankie Avalon e Annette Funicello.

Avalon e Funicello were actually in their early 20s when they starred in *Beach Party* (1963), the first in AIP's beach cycle, but their characters' specific ages in the films were left ambiguous to draw a wider crowd at the box office. And draw crowds they did: the teen beach films were AIP's biggest hit since the rock movies started in 1956.⁴⁴

Dopo l'*exploit* dell'esordio *Beach Party* (*Vacanze sulla spiaggia*, 1963), il ciclo targato AIP si infoltisce con *Muscle Beach Party* (*Id.*, 1964), *Bikini Beach* (*Id.*, 1964), *Beach Blanket Bingo* (*Una sirena sulla spiaggia*, 1965) e *How to Stuff a Wild Bikini* (*Id.*, 1965), mentre gli altri *studios* si affrettano a produrre pellicole similari dalle alterne fortune: la Twentieth Century-Fox con *Surf Party* (*Id.*, 1964), la Columbia con *Ride the Wild Surf* (*Id.*, 1964), la Paramount con *Beach Ball* (*Id.*, 1965), la Universal con *Out of Sight* (*007 ½ Agente per forza contro gli assassini dello yè yè*, 1966) e molti altri ancora. Alle analogie e affinità dei titoli, corrisponde una spiccata omogeneità nella costruzione delle singole trame, nell'adozione di standardizzate strutture narrative e nel ricorso di *tópoi* determinati.

⁴¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 41.

⁴² BETROCK, ALAN, *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, cit., p. 100.

⁴³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 41.

⁴⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., pp. 31-32.

As the rock film, AIP knew that the plots in these films had to be kept on the surface, with an emphasis on fun and frolic, not discussions of teen troubles or conflict. These kids did not go to school (since it was summer), did not have jobs (who needs money?), and did not react to the slowly building national crisis after the Kennedy assassination and the war in the southeast Asia. The beach films offered – to borrow the title of a Beach Boys album – an endless summer.⁴⁵

Ai *teen movies* che celebrano l'adolescenza come una parentesi di evasione e leggerezza («youth as a party», sintetizza Driscoll),⁴⁶ fanno però da contraltare una serie di «dark youth exploitation films»⁴⁷ che, in puro stile *exploitation*, si approcciano alla rappresentazione dell'adolescenza come un problema sociale e, ancora una volta, un catalizzatore di *moral panic*. «To this days, the movie industry still has a reductive tendency to polarize teens in terms of their moods, morals, and ideas, thereby making their experiences more extremely dramatic while denying the more neutral aspects of teens' complex daily lives».⁴⁸ «To the majority of Americans, confronted with news of gang wars, Elvis, and drag racing, there were only two kinds of kid: the good ones and the bad ones».⁴⁹ Lamenta Shary nel suo *Generation Multiplex*:

Now that Hollywood was finally making films about the difficulty of being young, a reactionary movement began, as usual in the film industry, in binary form: films were made that avoided or toned down the dilemmas of youth for the sake of celebrating its carefree aspects, of films were made to further exploit and enflame the dangers of teen delinquency and decadence. In other words, good kids were divided from bad kids.⁵⁰

Se dunque durante i primi anni Sessanta si afferma un sentimento di vivacità e inconsistente frivolezza grazie alla proliferazione dei film musicali e dei *teen beach movies*, allo stesso tempo si impone un gruppo di *teen melodramas* imperniati sul

⁴⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., pp. 32-33.

⁴⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 38.

⁴⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 500.

⁴⁸ *Ivi*, cit., pp. 500-501.

⁴⁹ STAEHLING, RICHARD, *From Rock Around the Clock to The Trip: The Truth about Teen Movies*, in (a cura di) MCCARTHY, TODD, FLYNN, CHARLES, *Kings of the Bs: Working without the Hollywood System*, New York, Dutton, 1975, p. 230.

⁵⁰ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 6.

racconto, molto diffuso a livello mediatico ma molto polarizzato, della *juvenile delinquency* contemporanea.

Ancora una volta, è un prototipo degli anni Cinquanta a definire il modello di riferimento. Nota Catherine Driscoll, infatti, che il leggendario *Rebel Without a Cause* contiene in embrione quei macro-temi che caratterizzano tutti i *teen movies* delle epoche successive e che costituiscono, di fatto, un essenziale elemento di continuità capace di legare i diversi filoni e sottogeneri in un genere unitario e coerente: «youth as a social problem, the institutionalization of the teenager, and youth as a celebration of present pleasure and future potential».⁵¹

The teen melodrama was at last becoming more relevant as it became less repressed, taking on further adolescent conflicts: racism in *Take a Giant Step* (1959); sexism in *Billie* (1965); interracial dating in *This Rebel Breed* (1960) and *West Side Story* (1961); sex education in *The Explosive Generation* (1961); mental health in *Splendor in the Grass* (1961) and *David and Lisa* (1962); sexual problems in *Peyton Place* (1957), *A Summer Place* (1959) and *Lolita* (1962); and problems with family in *All Fall Down* (1962), *Take Her She's Mine* (1963) and *Under Age* (1964).⁵²

Nella sua eterogeneità il *teen melodrama* può risultare tuttavia una categoria ambigua. Lo stesso elenco proposto qui da Shary può destare alcune perplessità, perché comprende al suo interno, allo stesso livello, sia titoli che sembrano propriamente ascrivibili al *teen movie* e ai suoi sottogeneri, sia film che invece hanno semplicemente tematizzato alcune problematiche adolescenziali, ma che hanno una rilevanza relativa in relazione alle pratiche di consumo del *teen market* di riferimento – basti citare quale esempio lampante le restrizioni distributive legate alla battaglia censoria contro *Lolita* (*Id.*, 1962).⁵³

⁵¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 29.

⁵² SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 36.

⁵³ La vicenda è minuziosamente ricostruita in MARCUCCI, SARA, *Lolita: analisi di un'ossessione*, Roma, Bulzoni, 1999 e in BILTEREYST, DANIEL, *A Constructive Form of Censorship: Disciplining Kubrick's Lolita*, in LJUJIC, TATIANA, KRAMER, PETER, DANIELS, RICHARD (a cura di), *Stanley Kubrick: New Perspective*, Londra, Black Dog Publishing, 2014.

Un sottogenere che invece riesce a rapportarsi efficacemente alle problematiche giovanile, spesso trasfigurandole in metafore e allegorie, senza mai perdere la propria importanza strategica all'interno del *teen market* è il *teen horror*: «the appeal of horror to adolescents is particularly profound since so many issues with bodily changes, alienation and anger arise during the teen years».⁵⁴ Le origini del sottogenere sono da rintracciare nell'esempio del già citato *I Was a Teenage Werewolf* prodotto dalla AIP. Grazie alla sua abile integrazione di elementi di fantascienza e di *juvenile delinquency* all'interno di una struttura orrorifica, il film riesce a dipingere «an image of adolescents as the aliens among us».⁵⁵ Al punto che nell'analisi proposta nel suo *Teenage and Teenpics*, Thomas Doherty suggerisce una analogia tra adolescenza e mostruosità quale caratteristica fondante del *teen horror* nelle sue diverse ramificazioni: «the sudden swellings and shrinking of adolescence, the inhabitation of a body with a mind of its own, beset all sorts of screen creatures».⁵⁶

L'importanza di questo sottogenere si evidenzia in misura ancora maggiore nella sua incisività nel mercato adolescente statunitense. Non a caso «*I was a Teenage Werewolf* was a huge hit for AIP, grossing twenty times its production costs».⁵⁷ Grazie alle pellicole degli anni Sessanta, e ancora di più a quelle della ripresa dei tardi Settanta, prende forma così quello che rimane anche attualmente uno dei più significativi, longevi e prolifici sottogeneri di *teen movie*: «the teen horror subgenre would be one of the most voluminous and popular within the entire teen genre».⁵⁸

Unlike rock and beach films, the horror films moved through a variety of scenarios. There were monsters who attacked teens (*Earth vs. the Spider* (1958), *The Blob* (1958)); teens who attacked people (*Teenage Monster* (1958), *Teenagers from Outer Space* (1959), *Teenage Zombies* (1960)); people who attacked teens (*Bloodlust* (1961), *I Saw What You Did* (1965)); and just plain psychotic teens (*The Crawling Hand* (1963), *The Sadist* (1963), *Teenage Strangler* (1964) and the pleonastic *Incredibly Strange Creatures Who Stopped Living and Became*

⁵⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 33.

⁵⁵ JANCOVICH, MARK, *Rational Fears: American Horror in the 1950s*, Manchester, Manchester University Press, 1996, p. 213.

⁵⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 146.

⁵⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 34

⁵⁸ *Ivi*, cit., p. 33.

Crazy Mixed-Up Zombies (1964)). As would be the case when the teen horror film returned in the late 1970s, parodies even emerged, such as *The Ghost of Dragstrip Hollow* (1959), but teen horror by the mid-1960s faded as teens faced much more real horrors during the Vietnam War period.⁵⁹

Negli anni a cavallo tra la fine dei Sessanta e l'inizio del decennio successivo si registra infatti un radicale cambiamento di sensibilità nei confronti di quella che Doherty ha definito la «teenage experience».⁶⁰ Come si vedrà più avanti, i drammatici avvenimenti storici, le rivoluzioni socio-culturali e gli smottamenti del mercato mettono fortemente in discussione la categoria stessa di *teen*.

By the early '70s, after the implementation of the Motion Picture Association of America's rating system (in 1968) and the national suffrage of eighteen-year-olds (in 1971), not to mention the young ages at which boys were being enlisted to fight in Vietnam, American youth began to have a different sense of their identity than that which had been provided for them in so many happier, hipper '60s films.⁶¹

III.3 Da *teen* a *youth*, da sottocultura a controcultura

La fine degli anni Sessanta inaugura un periodo, che va successivamente acuendosi nel corso degli anni Settanta, segnato da una preoccupante recessione economica, cui si accompagnano gravi tensioni politiche e forti spinte riformatrici sul piano culturale e sociale.

Il movimento dei diritti civili, rivolte razziali: il *black power*. La controcultura, gli hippy, le droghe: il «potere dei figli dei fiori». I giovani, la musica e la moda pop. Le proteste contro la guerra in Vietnam. La radicalizzazione studentesca e la «Nuova Sinistra». Una nuova ondata di femminismo e le richieste di

⁵⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., pp. 34-35.

⁶⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 190.

⁶¹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 6.

riconoscimento dei diritti degli omosessuali. Speranze politiche, sogni e incubi. Kennedy, l'assassinio di Kennedy. Un altro Kennedy: un altro assassinio. Martin Luther King: assassinio. My Lai, la Cambogia e l'uccisione di studenti all'università del Kent State. Scontri nelle strade di Chicago. Nixon. Lo scandalo Watergate. L'umiliante ritiro dal Vietnam. La crisi petrolifera e un arretramento del potere economico americano a livello globale. Stabilire dei collegamenti tra i film di Hollywood e i tempi in cui escono non è un'operazione così semplice come spesso potrebbe sembrare. A volte, tuttavia, non è possibile sbagliarsi; i tempi si impongono con forza alla nostra coscienza, invadendo in modo inconfondibile il terreno dell'intrattenimento popolare come il cinema hollywoodiano. La fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta hanno proprio queste caratteristiche.⁶²

Sono anni, infatti, in cui avvenimenti di grande drammaticità scuotono nel profondo la società americana, influenzandone significativamente l'immaginario culturale: il modello dell'America come luogo di libertà e democrazia viene irrimediabilmente intaccato. Naturalmente e inevitabilmente, gli smottamenti del periodo non tardano a ripercuotersi anche sulla principale industria culturale statunitense: Hollywood. Non stupisce dunque l'effetto cumulativo che tutte queste crisi, condensate in un periodo di tempo relativamente limitato, hanno sui principi e sui valori più solidi della società americana e, conseguentemente, sulla loro rappresentazione mediatica.⁶³

Venne conclamata la fine di quelle che Lyotard (1980) chiama «grandi narrazioni», cioè i discorsi che legittimano le istituzioni e le forme di distribuzione del potere, come la politica (o quel modo di fare politica, sia interna che estera), la famiglia (o un certo modo tradizionale di essere famiglia, fondato su una divisione dei ruoli ormai poco accettata e su una diversa concezione della sessualità), la religione ecc.⁶⁴

Contestualmente a questa crisi sociale e culturale «gli anni Settanta videro la più grave crisi economica e simbolica della storia degli Stati Uniti dai tempi della Depressione. La

⁶² KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., pp. 18-19.

⁶³ Per una più completa panoramica sul periodo si veda, oltre ai testi citati, CHAFE, WILLIAM, *The Unfinished Journey: America Since World War II*, Oxford, Oxford University Press, 1991.

⁶⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 107.

produttività economica si ridusse molto; si aprì una lunga fase di stagflazione; la disoccupazione crebbe e calò anche la competitività internazionale dell’America».⁶⁵ Una significativa recessione tocca anche l’industria cinematografica hollywoodiana, al punto che «tra il 1969 e il 1972 le principali compagnie persero 500 milioni di dollari».⁶⁶ «Nel 1946 il pubblico dei cinema negli Stati Uniti era di circa 90 milioni. Entro il 1950 era sceso a 60 milioni. Nel 1960 la cifra era di 40 milioni. Un minimo di 17 milioni fu raggiunto nei primi anni Settanta»:⁶⁷ la prosperità del primo dopoguerra è da ritenersi definitivamente tramontata. Soprattutto in questo periodo di forte rinnovamento gli *studios*, già alle prese con un complicato riassetto del sistema distributivo nazionale e con la concorrenza di nuovi media, sembrano trovare particolari difficoltà a intercettare i nuovi gusti del pubblico.

Ben-Hur (*Id.*, di William Wyler, 1959), *Tutti insieme appassionatamente* (*The Sound of Music*, di Robert Wise, 1965), *Il Dottor Zivago* e altre megaproduzioni degli anni Sessanta batterono ogni precedente record d’incassi. I produttori investirono voracemente grandi somme in vari blockbuster, ma flop costosi come *Il favoloso Dottor Dolittle* (*Doctor Dolittle*, di Richard Fleischer, 1967) e *Un giorno... di prima mattina* (*Star!*, di Robert Wise, 1968) dimostrarono che questa strategia poteva provocare gravissimi disastri finanziari. Allo stesso tempo, le principali compagnie dovettero far fronte alla concorrenza di “instant majors” come i canali televisivi ABC e CBS che cominciarono a produrre film per le sale, mentre la frequenza al cinema si stabilizzava intorno al miliardo di spettatori all’anno.⁶⁸

Anche se, nel caos degli avvenimenti sopra descritti, una risposta lucida da parte dell’industria cinematografica statunitense risulta ostica, Hollywood intuisce la necessità di un profondo riassetto interno per fronteggiare con strumenti adeguati ed efficaci la nuova crisi economica.

⁶⁵ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., pp. 106-107.

⁶⁶ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 798.

⁶⁷ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 31.

⁶⁸ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 798.

Mentre il clima sociale e culturale cambiava, anche l'industria cinematografica si trasformò. Anzitutto, a metà degli anni Settanta ebbe inizio un processo di profonda riorganizzazione degli *Studios*, molti dei quali erano caduti in grave crisi (solo per fare un nome, la Fox era praticamente fallita per colpa dei costosissimi flop di *Cleopatra* e *Il favoloso dottor Doolittle*). A ciò si aggiunse l'incorporazione di alcuni di essi entro grandi conglomerate multi-business, tese alla diversificazione degli investimenti e attratte dall'opportunità di rivalutare delle *library* che si era manifestata con le prime consistenti vendite televisive. A valle di questi processi avvenne un deciso ricambio generazionale dei quadri dirigenziali: i nuovi padroni chiamarono professionisti giovani, che venivano dalla TV o da altre esperienze, i quali espressero ben presto la volontà di separarsi dagli aspetti realizzativi e produttivi per concentrarsi su quelli finanziari e distributivi, nonché sul presidio del *filmed entertainment* televisivo, in grandissimo sviluppo.⁶⁹

Sul volgere degli anni Sessanta si assiste inoltre a un rapido ricambio generazionale del pubblico: «si ridusse ulteriormente la componente familiare e femminile, già da più di un decennio drenata dalla TV, e crebbe ancora di più il segmento giovane-maschile, di classe media e con una buona scolarità, con particolare rilievo dei giovanissimi, che erano peraltro la porzione più rilevante nella popolazione americana del periodo (i figli del *baby-boom* nel 1970 avevano tra 13 e 24 anni)». ⁷⁰ I grandi *studios* si trovano dunque costretti ad andare alla ricerca di nuove risorse e nuove vie per attrarre il pubblico. Hollywood torna così a interessarsi in maniera preponderante al pubblico giovanile, che effettivamente gioca un ruolo fondamentale nel determinare i maggiori successi commerciali (spesso inaspettati) dell'epoca.

The year 1967 marked a turning point for the American cinema with three landmark movies, *Cool Hand Luke* (Stuart Rosenberg), *The Graduate* (Mike Nichols), and *Bonnie and Clyde* (Arthur Penn), each of which presented central characters who were identifiable to their audience as antiheroes. Their box-office success appeared to be based on the enormous appeal of each for audiences composed primarily of late adolescents and young adults. For this audience, the

⁶⁹ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., pp. 107-108.

⁷⁰ *Ivi*, cit., p. 111.

identification with the antiheroes was assumed to be rooted in a widely shared sense of alienation from middle-class American society, the values of America's older generations, and the nation's economic, social, and political "establishment".⁷¹

È importante sottolineare però come la *teen audience* dei tardi anni Sessanta sia fortemente mutata rispetto a quella cui Hollywood aveva fatto appello a partire dalla seconda metà degli anni Cinquanta.

The remarkable fact about the youth movement of the 1960s was the movement of "youth" away from a term denoting chronological age or developmental phase and toward an ever more ephemeral experimental realm. As the prerogatives of the teenager expanded, the requirements for entry loosened. The 1960s generation of adolescents admitted to subcultural status millions who could not technically meet the age qualification. Date of birth became a rough but not required criterion for membership; "youth" became concept, not chronology. To keep up with the times, by around the mid-1960s, the term teenage culture was supplanted by the more expansive youth culture.⁷²

In questo periodo, dunque, in nome della flessibilità già evocata nel primo capitolo, si registra una serie di slittamenti o variazioni di significato che trasformano il *teen movie* in quello che Seth Cagin e Philip Dray definiscono lo *youth-cult film*: «Hollywood productions specifically designed to address the counterculture».⁷³ Infatti, mentre la definizione di *teen culture* cede il campo al più ampio concetto di *youth culture*, la percezione sociale dell'adolescenza come una specifica *sottocultura* si piega alle nuove istanze della nascente *controcultura* giovanile. Come esposto nel capitolo precedente, negli anni Cinquanta i teenager statunitensi vengono riconosciuti per la prima volta come una «new American caste»,⁷⁴ accomunata «through their assigned place in the burgeoning consumer economy, in the increasing uniformity of public school education

⁷¹ MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, Berkeley-Los Angeles-Londra, University of California Press, 2000, in «History of the American Cinema», vol. 8, p. 182.

⁷² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 190.

⁷³ CAGIN, SETH, DRAY, PHILIP, *Hollywood Films of the Seventies: Sex, Drugs, Violence, Rock'n'Roll and Politics*, New York, Harper & Row, 1984, p. 76.

⁷⁴ MACDONALD, DWIGHT, *A Caste, a Culture, a Market*, «The New Yorker», November 22, 1958, p. 57.

throughout the states, and in national media that doted on their idiosyncracies».⁷⁵ Ma alla luce delle rivoluzioni socio-culturali dai tardi anni Sessanta questa *sottocultura* viene sempre più distintamente identificata come una *controcultura*, nella accezione proposta dal sociologo J. Milton Yinger nel 1970: «the normative system of a group contains, as a primary element, a theme of conflict with the values of the total society».⁷⁶

As a coinage of the 1960s, “counterculture” is, characteristically, a more amorphous concept. It usually refers to the demographic bulge of legend, the Woodstock-weaned “youth culture” ostensibly united by age, style, and sensibility. Although both subcultures are by definition oppositional, members of the 1960s version were presumed to have a participatory awareness their 1950s forerunners lacked, a heightened sense of themselves as an alternative to the dominant (Establishment) culture that made for a more self-conscious and calculated assumption of antagonistic values.⁷⁷

Il nuovo pubblico *teen*, più allargato ed eterogeneo, «colto, attrezzato [...] destinatario di una scrittura filmica di segno nuovo rispetto al mainstream hollywoodiano»,⁷⁸ cerca un luogo di espressione delle proprie istanze libertarie, dei sentimenti di disagio e degli slanci utopistici. Lo trova nella «cultura popolare, con i suoi luoghi – spazi sociali a gestione comunitaria, gruppi creativi, laboratori teatrali, case editrici indipendenti, nuove riviste politiche, fogli, radio libere, cineclub – [...] specialmente nella musica (pop, folk e rock), nei *comics*, con la “fase libertaria” della *Silver Age*, e nel cinema».⁷⁹ Nel tentativo di «lure young viewers»⁸⁰ e di «conquistare un pubblico universitario»,⁸¹ Hollywood si dimostra pronta a capitalizzare, in perfetto stile di *exploitation*, sui temi e sulle istanze nel nuovo movimento giovanile. «As always, the film industry tried to take

⁷⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 36.

⁷⁶ YINGER, JOHN MILTON, *Contraculture and Subculture*, in ARNOLD, DAVID O. (a cura di), *The Sociology of Subcultures*, Berkeley, Glendessary Press, 1970, p. 126.

⁷⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 37.

⁷⁸ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 111.

⁷⁹ *Ivi*, cit., p. 106.

⁸⁰ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 38.

⁸¹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., pp. 809-810.

advantage of whatever elements of youth culture they could find».⁸² Non è un caso che, come nota Timothy Shary, i film di quest'epoca «were not about adolescents but rather young adults, just leaving high school or in college».⁸³ Questa peculiarità spinge Alan Betrock a sollevare alcuni interrogativi sull'effettiva appartenenza di questi film al genere *teen movie*, «because for one the actors were not portraying teenagers, and for another the films did not really examine an aspect of teenage culture».⁸⁴ Le osservazioni di Betrock non tengono però conto del fatto che queste pellicole, sebbene non raffiguranti personaggi adolescenti, sono rivolte principalmente a un pubblico adolescente: la loro «relevance to teen films is that many teens went to see them, and they appealed to teen fantasies of law-breaking liberation».⁸⁵ Ancora una volta, come nel caso delle prime pellicole targate AIP, le pratiche di produzione e di consumo dettate dall'industria hollywoodiana pongono in discussione il più volte citato paradigma teorico secondo cui i *teen movies* sarebbero film *con e per* adolescenti. «But though the terminology had changed, the marketing techniques and demographic targeting of the motion picture industry remained right on course»:⁸⁶ grazie al successo di film come *The Graduate* (*Il laureato*, 1967), *Bonnie and Clyde* (*Gangster Story*, 1967) e soprattutto *Easy Rider* (*Id.*, 1969), come analizzato più avanti, «movies had once again become a medium with crossover appeal – but one now geared unequivocally and unapologetically to the young».⁸⁷

In questo senso, un caso esemplare è rappresentato da *The Graduate* di Mike Nichols. La pellicola diventa un vero e proprio manifesto contro «the Los Angelization of the world in which things take over a person's life»,⁸⁸ riuscendo a porsi in sintonia con il clima di ribellione dell'epoca e a riflettere la sensibilità radicale e antimaterialistica diffusa tra i giovani e gli adolescenti americani. Soprattutto, il film riesce a farsi portavoce di quel generale senso di alienazione nutrito da una sempre più larga parte delle nuove generazioni nei confronti dell'intero sistema valoriale promosso dalle generazioni precedenti.

⁸² SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 26.

⁸³ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 501.

⁸⁴ BETROCK, ALAN, *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, cit., p. 128.

⁸⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 39.

⁸⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 191.

⁸⁷ *Ibidem*.

⁸⁸ SOREL, EDWARD, *The Graduate*, «Esquire», May 5, 1980, p. 184.

Non a caso, i ragazzi statunitensi affollano le sale cinematografiche e decretano per la pellicola un successo tanto eclatante quanto inaspettato.

Produced for just over \$3 million, *The Graduate* broke house record for attendance in nearly 90 percent of the movie theatres where it played. Its success saved Joseph E. Levine's struggling production company Avco-Embassy from bankruptcy. As *Variety* proclaimed, "*The Graduate* spanned the generation gap, and Joe Levine has the profits to prove it." Nonetheless, at least one audience survey indicated that *The Graduate* did not so much span the generational divide – with the 72 percent of the viewers being under the age of twenty-four, and 24 percent in the age group twenty-four to thirty, leaving only 4 percent over the thirty years of age – as it focused on the widening differences in generational tastes.⁸⁹

Nello stesso anno, il fortunato caso de *The Graduate* viene replicato da *Bonnie and Clyde* di Arthur Penn. «That sense of alienation embraced, at least metaphorically, the kind of estrangement from society and the embrace of lawlessness embodied in 1967's other great landmark movie, *Bonnie and Clyde*».⁹⁰ L'episodio di *Gangster Story* può sembrare ancora più emblematico perché sono proprio gli ottimi riscontri al botteghino a costringere la Warner Bros. ad ampliarne la distribuzione per far fronte alla crescente richiesta del pubblico – inizialmente, infatti, il film viene relegato nel cosiddetto *popcorn circuit*, che comprende solo i cinema di piccoli e medi centri del Sud e del Midwest degli Stati Uniti, escludendo le grandi città. Ancora una volta, il successo della pellicola è direttamente collegato ai temi della controcultura e alla affezione del pubblico giovanile. Infatti, nonostante il film sia ambientato nell'America rurale della Grande Depressione, il regista piega lo stile e la narrazione per restituire «un'impressione di irrequietezza, irritabilità e una palpabile sensazione di appetito sessuale e desiderio»⁹¹ molto in linea con gli umori e il sentire nuovo della *teen audience* di riferimento di fine anni Sessanta.

⁸⁹ MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, cit., p. 184.

⁹⁰ *Ibidem*.

⁹¹ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 16.

Set in the early 1930s, *Bonnie and Clyde* alluded only peripherally to the failures of capitalism, dealing instead with the Great Depression in a highly stylized manner while managing to suggest vague connections to contemporary disquietude and protest in American society in the late 1960s. [...] The problem that the film's director, Arthur Penn, thought he was addressing was large – the question of repression and violence in American society. He compared the depression-era Southwest of his movie to the entire United States in the late 1960s, which he caricatured as “a church-going, highly moralistic, highly puritanical society, which has integrated and made a part of itself a kind of violence against other human beings, which, viewed from the outside, seems absolutely intolerable.”⁹²

Vista l'enorme quantità di biglietti venduti nel 1967 da *The Graduate* e *Bonnie and Clyde*, due dei maggiori incassi della stagione, i produttori decidono risolutamente di investire su «una serie di film giovanili (*youthpix*) che affrontavano temi non trattati dalla televisione»⁹³ per far fronte all'incalzante crisi del settore.

I film giovanili trattavano temi come la ribellione universitaria (*Fragole e sangue*, *The Strawberry Statement*, di Stuart Hagmann, 1970), la controcultura (*Alice's Restaurant*, *Id.*, di Arthur Penn, 1969), ma comprendevano anche film nostalgici (*L'ultimo spettacolo*, *The Last Picture Show*, di Peter Bogdanovich, 1971) e commedia anarchiche (*MASH*, *M*A*S*H**, di Robert Altman, 1970; *Harold e Maude*, *Harold and Maude*, di Hal Ashby, 1971). Quando *Yellow Submarine* (*Id.*, di George Dunning, 1968) ottenne un successo strepitoso grazie ai disegni animati “psichedelici” che illustravano le canzoni dei Beatles, i produttori si resero conto che anche il cinema d'animazione poteva conquistare il pubblico universitario. Ralph Bakshi realizzò *Fritz il gatto* (*Fritz the Cat*, 1972), il primo cartoon a essere classificato con una “X”, adatto quindi a un pubblico abituato all'etica della droga e del libero amore dei fumetti underground.⁹⁴

Questa nuova permissività è legata essenzialmente alle innovazioni introdotte nel sistema di censura hollywoodiano: «1968 would be significant for the movie market at

⁹² MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, cit., p. 186.

⁹³ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., 799.

⁹⁴ *Ibidem*.

large, since it was the first year of the new Motion Picture Association of America's ratings system, which was installed after the old Production Code has essentially evaporated».⁹⁵

The MPAA scale began with four terms: G (general), M (mature), R (restricted to people over sixteen), and X as a warning for explicit content, a label that could be self-applied but restricted to people over sixteen. These rating were adjusted in 1970, 1971, and 1972 to settle on G, PG (for parental guidance recommended), R (now designating over seventeen) and X (now also a limit at seventeen). PG-13 was not added until 1984 and the principal early change was the removal of 'M'.⁹⁶

Durante il corso degli anni Cinquanta e Sessanta, infatti, «il potere dell'Hays Office sui contenuti dei film si era ridotto notevolmente e intorno alla metà degli anni Sessanta molti film famosi furono distribuiti senza il visto del PCA (Production Code Administration)».⁹⁷ L'adozione del nuovo *rating system*, da una parte consente alla MPAA di riprendere il controllo sulla concessione dei visti alle pellicole prodotte da Hollywood e, dall'altra parte, permette all'industria di mostrarsi più attenta a certi temi cari alla nuova sensibilità culturale e sociale diffusa negli Stati Uniti, per esempio rappresentando in maniera più esplicita, quindi più accattivante, sesso e violenza. Gli ottimi riscontri di pellicole come *Who's Afraid of Virginia Woolf?* (*Chi ha paura di Virginia Woolf?*, 1966), *Midnight Cowboy* (*Un uomo da marciapiede*, 1969) e *Bob & Carol & Ted & Alice* (*Id.*, 1969) confermano l'intuizione dei produttori: «every significant change in this well documented history can be shown to have commercial imperatives as well as imperatives driven by moral debate in the public sphere».⁹⁸

L'introduzione di questo nuovo sistema di classificazione che «segmented the adolescent audience into different types of adolescents similarly both allowed and inspired new types of teen film directed to more specific audiences».⁹⁹ Soprattutto, evidenzia Driscoll, «film classification system simultaneously define a marketplace as

⁹⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 37.

⁹⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 128.

⁹⁷ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 798.

⁹⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 128.

⁹⁹ *Ivi*, cit., p. 127.

naturally existing and monitor a narrative about citizenship that explain why and how the legal and social minority of adolescents should be maintained».¹⁰⁰

«Movie studios wanted to capitalise on the late 1960s spirit of discontent, and they launched a series of films that explored, at least on the surface, the political frustration of youth».¹⁰¹ Nella sua puntigliosa analisi contenuta in *Teen Movies: American Youth on Screen*, Timothy Shary individua in alcune pellicole, prevalentemente «focused on college-aged characters»,¹⁰² gli elementi di attrazione del pubblico giovanile: dalla ribellione eversiva di *The Wild Angels (I selvaggi, 1966)*, alle istanze di protesta di *The Strawberry Statement (Fragole e sangue, 1970)* o *Getting Straight (L'impossibilità di essere normale, 1970)*, fino alla «passing promise of emancipation through narcotics»¹⁰³ di *drug film* come *The Trip (Il serpente di fuoco, 1968)*, *Wild in the Streets (Quattordici o guerra, 1968)* o *The Hooked Generation (Id., 1968)*.

Soprattutto, come sottolinea David Considine nel suo *The Cinema of Adolescence*, in questi anni Hollywood passa da una sostanziale negazione della *teenage sexuality* a una «more realistic image of both gender and sex»: ¹⁰⁴ «The sexual liberation that found its way to college campuses in the 1960s found its way to teen films soon therefore».¹⁰⁵ Titoli come *Last Summer (I brevi giorni selvaggi, 1969)*, *Jeremy (Id., 1973)* e *Ode to Billy Joe (Ode a Billy Joe, 1976)* testimoniano un cambiamento di sensibilità e una inedita «curious fascination»¹⁰⁶ nei confronti della rappresentazione del sesso tra adolescenti. Il tono fatalista, severo e «strikingly forthright»¹⁰⁷ della maggior parte dei film di questo filone lascia però intravedere un certo conservatorismo duro da sconfiggere: «in many ways, these films were telling youth of the 1970s that, despite the so-called sexual devolution, the adolescent nation was still not ready for love or sex».¹⁰⁸

Through the 1960s, Hollywood followed and forged the generation of the moment with variations on the teenpic species of the preceding decade. The clean

¹⁰⁰ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 134.

¹⁰¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 38.

¹⁰² *Ivi*, cit., p. 41.

¹⁰³ *Ivi*, cit., p. 40.

¹⁰⁴ CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, cit., p. 258.

¹⁰⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 41.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

¹⁰⁷ *Ivi*, cit., p. 43.

¹⁰⁸ *Ivi*, cit., p. 44.

teens took up surfing in AIP's pert and popular *Beach Party* series (1963-65). The rock'n'roll teenpic came of age as both musical comedy (*A Hard Day's Night*) and documentary (*Woodstock*). Rebellious youth was progressively criminal (*The Wild Angels*, 1966), alienated (*The Graduate*, 1967), and political (*Wild in the Streets*, 1968), qualities that, when put together and played to a rock music soundtrack, culminated in *Easy Rider* (1969), a teenpic amalgam as influential in its time as *Rock Around the Clock* had been in 1956.¹⁰⁹

In questo senso, il film più rappresentativo del periodo è *Easy Rider* (*Id.*, 1969) di Dennis Hopper, che Thomas Doherty descrive come «an over-the-hill teenpic featuring actors adolescent in attitude only».¹¹⁰ «The film is an amalgam of virtually every teenpic type that thrived in the 1950s: vice, motorcycles, rock'n'roll, delinquency and even – in Jack Nicholson's marijuana-induced monologue on the extraterrestrial Venusians – weirdies».¹¹¹

The combination of the alienation theme and outsider characters, along with visual vignettes that were emblematic of America immediately following the social and cultural unrest that had peaked with the assassination of Martin Luther King, Jr., and Robert Kennedy and the events of the Democratic National Convention in Chicago in 1968, merged in a challenging movie that elevated what might have been dismissed as a “biker flick” into a landmark movie of the late 1960s. with production costs just under \$300,000 through principal photography, *Easy Rider* became both a critical and a box-office success in 1969. Produced by Peter Fonda (the son of Henry and the brother of Jane) in conjunction with Bert Schneider (the son of longtime Columbia Picture Board Chairman Abe Schneider), and directed by Dennis Hopper (who debuted on the screen in 1955 at age nineteen), the film's making and distribution was a collaborative effort of these children of the Hollywood establishment that challenged the establishment's fundamental concept of how to make successful movies, and what to make them about.¹¹²

¹⁰⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 190-191.

¹¹⁰ *Ivi*, cit., p. 192.

¹¹¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 192.

¹¹² MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, cit., p. 187.

«*Easy Rider* segnò il punto in cui questo tipo di cinematografia entrò a far parte degli interessi di Hollywood»: ¹¹³ «if the teenpic formula for the 1950s offered moviemakers much gain for little risk, *Easy Rider* held out the promise of astronomical gain for infinitesimal risk». ¹¹⁴ Riesce così a emergere una nuova generazione di registi che, mostrando una sensibilità inedita per l'attualità socio-politica dell'America e una netta propensione alla sperimentazione stilistica, riescono a intercettare i gusti di quelle fasce demografiche – i giovani, gli studenti, le minoranze – che stanno mettendo fortemente in discussione il proprio ruolo all'interno del sistema nazionale, rivendicando una partecipazione attiva alla vita della collettività. La celebrazione della controcultura costituisce dunque «l'origine primaria dell'attrazione che esercitò sul pubblico di giovani che Hollywood iniziò a corteggiare in ritardo». ¹¹⁵

«Siamo insomma [...] di fronte a una politica che gli studios abbracciarono a suo tempo in modo incondizionato: tematiche giovanili, registi giovani, basso budget. Fu appunto *Easy Rider* ad aprire la sequela». ¹¹⁶ Grazie all'equilibrio tra strategie comunicative, sperimentazioni artistiche e strutture più convenzionali, l'industria cinematografica statunitense si dimostra capace di assorbire al proprio interno le istanze innovatrici della New Hollywood, servendosene per uscire da una grave recessione economica. Ancora una volta, il caso di *Easy Rider* risulta emblematico per comprendere gli sviluppi e le dinamiche del periodo.

The movie's surprising box-office success sent the Hollywood industry scrambling to produce films presumed capable of imitating some element of its appeal, but the first wave of these productions were all were markedly unsuccessful – *Getting Straight* (Robert Rush), *The Revolutionary* (Paul Williams), and *The Strawberry Statement* (Stuart Hagmann), all 1970. Given those failure, the film's runaway success in 1969 might be dismissed as a fleeting episode in Hollywood's history. However, many observers plausibly argue that *Easy Rider* – even with the failure of immediate attempts to imitate it and to exploit the youth market by so doing – had a decided impact in the industry, opening doors for Hollywood production to many truly innovative talents who

¹¹³ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 17.

¹¹⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 192.

¹¹⁵ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 22.

¹¹⁶ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 275.

otherwise might not have been given a chance to direct features, such as Robert Altman, Hal Ashby, Peter Bogdanovich, and Bob Rafelson. Moore deeply, *Easy Rider* convinced the industry that movie production for the future would have to be based largely on a search for formulas and aesthetics that could truly excite the core audience of moviegoers – now composed almost entirely of adolescents and young adults.¹¹⁷

C'è infine un ultimo filone di *teen movies* che «hinged on a nostalgia for the early post-war era [...] avoiding present within for a sweetened memory of the past».¹¹⁸ In un momento di smarrimento e inquietudine nazionale, di dissoluzione dei valori e in certa misura delle istituzioni, una parte degli autori della New Hollywood sceglie di volgere lo sguardo al passato con la «volontà di cogliere finalmente quello che nel momento in cui si era vissuto non era stato inteso e compreso».¹¹⁹

Sul cosiddetto *cinema della nostalgia* sviluppatosi negli anni Settanta è stato scritto molto: il dibattito critico si è diviso tra chi ne ha evidenziato il carattere «evasivo e rinunciatario»,¹²⁰ piegato su una visione totalmente acritica e contemplativa, ovvero sull'annullamento della storia in favore dell'utopistico ripiegamento su un'iconografia risaputa e tranquillizzante, e chi invece si è interrogato sulle qualità propriamente metalinguistiche di questo sentimento di nostalgia. Da questo punto di vista, il cuore della questione non risiede nella ripresa in sé del passato, bensì nell'approccio nuovo alla rappresentazione del passato stesso e della sua iconografia. Rappresentazione mediata attraverso lo strumento che la nuova generazione di autori emergenti meglio conosce: il cinema. Si tratta di un approccio postmoderno, basato «sostanzialmente sulla pratica della citazione, ripetizione o riscrittura, che sfocia in una rivisitazione più o meno ironica del già detto e nella consapevolezza dell'impossibilità di dire qualcosa di assolutamente nuovo».¹²¹

¹¹⁷ MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, cit., p. 188.

¹¹⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 45.

¹¹⁹ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 275, p. 308.

¹²⁰ PIRO, SINIBALDO, *I sentieri impraticabili della nostalgia americana*, «Cinema Nuovo», 235-236, maggio-agosto 1973, p. 187.

¹²¹ DE BERTI, RAFFAELE, *Tra ripetizione e differenza: la parodia nel cinema postmoderno della New Hollywood*, in ID. (a cura di), *La Nuova Hollywood tra autori e generi cinematografici. Analisi di film*, Milano, Cuem, 2005, pp. 12-13.

Il passato in quanto tale, dunque, è privato delle sue coordinate storiche, mediato attraverso l'immagine (codificata) che Hollywood, l'industria che produce immagini, ha dato di quel periodo, rielaborato alla luce di un'iconografia mitologica e infine proposto come strumento di lettura del presente e del cinema stesso. «L'identificazione fra passato e presente, cioè, può anche esser fatta, ma ribaltando il modello, vale a dire non leggendo il passato in chiave di presente, bensì il contrario».¹²²

Tra i titoli appartenenti a questo filone si distinguono, tra gli altri, la fortunata serie televisiva *Happy Days* (*Id.*, 1974-1984) e le pellicole *Summer of '42* (*Quell'estate del '42*, 1971), *The Lords of Flatbush* (*Happy Days – La banda dei fiori di pesco*, 1974) e soprattutto *American Graffiti* (*Id.*, 1973). Il film di George Lucas, nella sua evocazione dell'adolescenza americana in epoca kennediana, rappresenta «il superamento di una semplice imitazione iconografica, proponendosi di riprodurre con assoluta fedeltà il cinema Usa dei primi anni sessanta e insieme di fornire, attraverso e al di là di questa ripetizione, uno spaccato della vita americana di provincia».¹²³

American Graffiti non è la fotografia di una cittadina di provincia americana nel 1962, come invece parecchi hanno creduto, ma un film onirico che una lettura strettamente realistica può solo fraintendere e limitare. *American Graffiti* è uno squarcio aperto su un simbolico parco dei divertimenti, su una «land of heart's desires», è un sogno di una notte di mezza estate per una volta databile nel tempo, ma non per questo meno fantastico e turbinoso. Guardiamo al carosello meccanico che anima le strade notturne della cittadina, guardiamo all'impiego della luce negli esterni, guardiamo all'incredibile successione di avvenimenti in una sola notte nella quale si decide la vita di almeno quattro persone: come credere a un film «realistico»? *American Graffiti*, classico *romance* americano, è un tuffo nella giovinezza, in una *certa* giovinezza, dietro alla quale, però, sta tutto il senso del futuro.¹²⁴

Lucas sfrutta dunque la dimensione del ricordo e gli echi di un certo cinema anni Cinquanta e Sessanta – su tutti, Nicholas Ray e le varie gioventù bruciate dell'epoca –

¹²² LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 228.

¹²³ CREMONINI, GIORGIO, *Made in USA: linguaggio e storia nel "cinema della nostalgia"*, «Il Ponte», 6, giugno 1974, p. 674.

¹²⁴ LA POLLA, FRANCO, *Poetiche della nostalgia*, «Cinema e Cinema», 2, gennaio-marzo, 1975, p. 30.

con intenzioni tutt'altro che realistiche o mimetiche, bensì con l'obiettivo di leggere il presente (e il futuro) alla luce di quel sentimento di incertezza e sconfitta tipico degli anni Settanta che, attraverso i suoi personaggi, raggiunge una validità universale.

American Graffiti è uno spaccato della formazione psicologica, sociologica ed emozionale dei ragazzi che di lì a poco sarebbero andati a combattere in Vietnam, o si sarebbero rifiutati di farlo, o si sarebbero persi nell'anonimato di una società sempre più mostruosa, o non avrebbero avuto il tempo di scegliere. *American Graffiti* è uno sguardo al *prima* in quanto necessariamente collegato al *poi*, una finestra su una situazione psicosociologica che forse non può spiegare ma che certo getta una qualche luce sul presente. E la chiave scelta da Lucas è, appunto, quella onirica: perché l'avventura di quella generazione, soprattutto se paragonata al futuro, è un'avventura fantastica, vista nella misura del ricordo.¹²⁵

Ed è proprio in questa misura del ricordo che il film di Lucas trova la sua rilevanza all'interno del genere *teen movie*. Nota infatti Doherty che «the paeans to 1950s and 1960s pop culture that so dominated film production in the 1970s and 1980s made perfect demographic sense. Teenpics about teenagers could appeal jointly to the teenage audience of the moment and their nostalgic elder siblings and parents».¹²⁶ Si rafforza così il carattere trans-generazionale dei *teen movies*, che si rivelano cioè capaci di attrarre contemporaneamente ed efficacemente generazioni diverse grazie alla promessa «about how one might go back and do adolescence differently».¹²⁷

Catherine Driscoll riconduce opportunamente questa peculiarità del *teen movie* a una strategia di mercato: «the teen film for grown-ups is thus not a subgenre but a strategy».¹²⁸ Allo stesso tempo però questa prospettiva apre nuove riflessioni sulla componente *adult* della *teen audience*: similamente al sopra citato ampliamento delle categorie di *teen* e *youth*, bisogna considerare come l'ecllettismo intrinseco del *teen movie* permetta a un film di essere riconosciuto come tale anche nel caso in cui non sia *con* adolescenti, né esclusivamente *per* adolescenti (si vedano gli esempi cui si è fatto riferimento, da *Easy Rider* a *The Graduate*). In questo senso, è interessante considerare

¹²⁵ LA POLLA, FRANCO, *Poetiche della nostalgia*, cit., p. 31.

¹²⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 193.

¹²⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 108.

¹²⁸ *Ivi*, cit., p. 110.

il caso dell'assai longevo sottogenere dei *body-swap film* come *Freaky Friday* (*Tutto accadde un venerdì*, 1976), *Big* (*Id.*, 1988), *13 Going on 30* (*30 anni in 1 secondo*, 2004) e *17 Again* (*17 Again – Ritorno al liceo*, 2009), in cui «the adolescent/adult body-swap [...] clearly involves a metaphor for adolescence itself».¹²⁹

The pleasure of teen film partly lie in restaging and recrossing the fantastic line between childhood and adulthood. This is a key component of teen film's dialogue with and 'adult' audience. Teen film often speaks not only of but to an audience that defines itself – sometimes in a hostile way, sometimes suspiciously, sometimes romantically, and sometimes nostalgically – as now past adolescence. Addressing an adult audience through the recollection of adolescence is most common in film that operate at the slippery border between 'family' and 'teen' films. If 'youth culture' comprises 'cultural *signs*' of youth 'invested, by the dominant culture, with meanings, associations, social connotations' (Clarke et al. 1975: 109), these signs can be used to convey youth for those who no longer identify as youth outside the film audience.¹³⁰

¹²⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 110.

¹³⁰ *Ivi*, cit., p. 108.

CAPITOLO QUARTO

SVILUPPI INDUSTRIALI

IV.1 «The modern era of the super-blockbuster films»

Come si è visto nel capitolo precedente, a partire dalla fine degli anni Sessanta l'industria cinematografica statunitense viene investita, in maniera contestuale, tanto da una prorompente rivoluzione culturale, quanto da una gravissima crisi finanziaria. Nel tentativo di risollevarsi, Hollywood cerca di intercettare gli umori di un pubblico in forte rinnovamento approcciandosi con una nuova sensibilità alle istanze della nascente *youth culture* e aprendosi alla sperimentazione stilistica espressa da alcuni giovani autori della cosiddetta New Hollywood. Spesso incarnazione dello spirito contestatario e delle rivendicazioni politiche della controcultura giovanile, il cinema di questi anni introduce un decisivo rinnovamento anche dal punto di vista estetico e formale, tale da decretare la dissoluzione di alcuni generi su cui si era fondato lo *studio system*. «L'operazione di piegare, mescolare o fondere le convenzioni dei generi può anche essere vista, da una prospettiva socio-culturale, come rispecchiamento di quello stesso contesto sociale»¹ da cui è sorta la richiesta di cambiamento.

L'ibridismo dei generi non è certo una specificità della *New Hollywood*: i generi si mescolano fin dalla nascita del cinema, con un trend in crescita all'inizio degli anni Settanta. Ma la dissoluzione operata in questi anni è effettivamente qualcosa di nuovo, anche per le ricadute industriali. In definitiva, alcuni dei generi che avevano dominato l'offerta fino a quel momento vennero "retrocessi": il kolossal storico, l'avventura esotica e soprattutto il melodramma [...] mentre vennero promossi a budget e cast di prim'ordine il catastrofico, la fantascienza, l'*action adventure* realistico e l'*horror*, che invece negli anni Cinquanta e Sessanta erano prodotti "di linea".²

¹ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 173.

² DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 112.

A questo progressivo processo, più o meno consapevole, di decostruzione delle forme e dei linguaggi del cinema classico, corrisponde un altrettanto rilevante cambiamento delle strategie produttive di Hollywood. L'industria infatti si dimostra progressivamente incline a investire su film di rottura, espliciti nei contenuti e sperimentali nella forma. Queste pellicole devono fungere da richiamo attrattivo per il determinante settore della *teen audience*, intesa ormai, come specificato precedentemente, nel senso di categoria allargata: «le major risposero assorbendo gli elementi sensazionalistici che avevano rappresentato l'arma vincente dei film indipendenti».³

Con la fine degli anni Settanta si registrano però alcuni sostanziali cambiamenti. L'attenuarsi della recessione economica da una parte e gli avvicendamenti politici dall'altra, sembrano mitigare il diffuso sentimento di inquietezza, disillusione e malcontento sociale.

Nella seconda metà degli anni Settanta qualcosa cambiò nel clima psicologico e culturale dell'America, e di conseguenza nei suoi film di punta. Nel 1976, con la presidenza di Jimmy Carter, uscì di scena una buona parte della generazione politica degli scandali. Nello stesso anno ebbero inizio le imponenti celebrazioni per il bicentenario della nascita degli Stati Uniti e della promulgazione della Costituzione americana. Fu un'occasione simbolicamente forte per riconfermare i valori fondanti della nazione e per cambiare atteggiamento, uscire da quella *anti-everything syndrome* che Stallone denunciò nel motivare il clamoroso successo del suo *Rocky*. In effetti, dal 1977 in poi [...] l'atmosfera cominciò a cambiare.⁴

«American culture was adjusting from the initially carefree attitudes of the Carter era»:⁵ questo rinato clima di fiducia collettiva finisce per riflettersi inevitabilmente anche nelle pratiche produttive degli *studios* hollywoodiani, che nel frattempo riprendono il controllo del mercato grazie al successo di opere come *The Graduate* e *Easy Rider*.

Durante il boom dell'inizio e della metà degli anni Settanta, la maggior parte delle principali compagnie aveva realizzato almeno un film di grande successo, così che l'industria nel suo insieme poté mantenere una certa stabilità. [...] I

³ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 807.

⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 119.

⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 53.

profitti totali della distribuzione interna e internazionale aumentarono di circa 200 milioni di dollari all'anno, raggiungendo nel 1979 i 2 miliardi di dollari.⁶

Il consenso, clamoroso e inaspettato, riscontrato da titoli come *The Exorcist* (*L'esorcista*, 1973), *The French Connection* (*Il braccio violento della legge*, 1971) e *The Godfather* (*Il padrino*, 1972) salva le principali compagnie dalla bancarotta e spinge i produttori a investire in pellicole dall'impatto grandioso e sensazionalistico, di forte presa emozionale sul pubblico e di facile riscontro commerciale, sorrette da una distribuzione capillare e da un'intensa campagna pubblicitaria. Sono gli anni, infatti, in cui si afferma un gruppo di giovani *filmmakers* passati alla storia col nome di *movie brats*: giovani autori dalla formazione specificatamente cinematografica – «They had not come from Broadway and the theater, like an older generation, nor had they come from television, like the 50s recruits. They had learned film as film»⁷ – che si avviano verso un cinema «marcatamente spettacolare».⁸

Francis Ford Coppola, George Lucas, Brian DePalma, John Milius, Martin Scorsese, Steven Spielberg and other young filmmakers came to dominate the diminished industry in the early 1970s. United by similar academic backgrounds, personal friendship, and a shared hatred of Hollywood, these movie brats made the corrupt and crumbling playground their own. With movies like *The Godfather*, *Jaws*, *Star Wars*, *Close Encounters of the Third Kind*, *American Graffiti* and *Taxi Driver*, they did much to revive, at least financially, the American film industry.⁹

Nel periodo a cavallo tra la fine degli anni Settanta e il decennio successivo, si assiste così a una radicale trasformazione del prodotto di matrice hollywoodiana, che coinvolge tanto le strategie industriali messe in atto dalle *majors*, quanto la portata sovversiva e sperimentatrice delle singole produzioni. Emblema del nuovo corso intrapreso dell'industria cinematografica statunitense è *Jaws* (*Lo squalo*, 1975). In prima istanza,

⁶ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., pp. 800-801.

⁷ MYLES, LINDA, PYE, MICHAEL, *The Movie Brats: How the Film Generation Took Over Hollywood*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1979, p. 56.

⁸ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 292.

⁹ GIULIANO, MIKE, *The Movie Brats: How the Film Generation Took over Hollywood*, «MLN», 5, December 1980, p. 1468.

infatti, il film di Steven Spielberg dimostra di aver ereditato la tradizione di «disarticolazione consapevole delle griglie di genere»¹⁰ introdotta dal cinema della New Hollywood dei primi anni Settanta. Grazie alla sua sapiente costruzione narrativa, infatti, *Jaws* «combina elementi del *disaster movie*, dell'horror e della *buddy comedy* in un'iper-efficiente macchina da intrattenimento».¹¹

The formative importance of *Jaws* to subsequent marketing and distribution practices is discussed elsewhere, as is its crucial role in the emergent blockbuster syndrome, but the film also occupies landmark status in terms of genre because it combined motifs from several of them to create a new kind of disaster film. *Jaws*, as Thomas Schatz was first to point out, is basically an action-adventure that contains elements of the 1950s monster film, the slasher film, the buddy film, and the chase film. But it is also a disaster film that Spielberg trimmed down and turned into a pure mechanism, a visceral machine of entertainment designed to achieve maximum cinematic punch on every level.¹²

L'attitudine all'ibridismo e alla decostruzione dei generi comporta, paradossalmente, una riscoperta di alcuni generi classici dello *studio system*. Come evidenziato da Federico Di Chio, il successo delle nuove produzioni si basa, in parte, proprio sulla rivisitazione di *B movies* che comportano un certo grado di prevedibilità, riconoscibilità e, conseguentemente, familiarità. «And it was this *predictability* that caused a returned to genre production [...] as the risks associated with blockbuster production demanded stories that were pre-tested, pre-sold, and easily packaged for global distribution».¹³

Nell'era della Nuova Hollywood, alcune strutture dei generi sono state decostruite in varia misura e con effetti molto diversi. Ma si sono anche ricostruiti dei generi. Il corporate blockbuster si fonda prevalentemente su film di genere,

¹⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 111.

¹¹ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 41.

¹² COOK, DAVID A., *Lost Illusions: American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam 1970-1979*, University of California Press, 2000, in «History of the American Cinema», vol. 9, p. 255.

¹³ *Ivi*, cit., p. 161.

spesso portati a dimensioni assai superiori a quelle precedenti. La fantascienza è uno degli esempi più chiari.

[...] I generi come la fantascienza e i film d'avventura-azione si prestano molto bene al tipo di produzione di blockbuster favorito dagli studios di Hollywood negli ultimi decenni poiché sono ottime occasioni di intrattenimento spettacolare su vasta scala. La serie di Indiana Jones, iniziata con *I predatori dell'arca perduta* (*Raiders of the Lost Ark*, 1981), è una versione gonfiata delle vecchie pellicole d'avventura-azione degli spettacoli pomeridiani del sabato. I film della serie di *Guerre stellari* sono delle versioni a budget elevato di avventure popolari di fantascienza, modellate specialmente su *Buck Rogers* (1940).¹⁴

A questo ritorno alla produzione di genere, sebbene con alcune significative differenze, corrisponde anche una sorta di restaurazione stilistica e formale che finisce per ridurre e stemperare progressivamente la portata critica intrinseca delle opere della New Hollywood. «In fact, late seventies blockbusters like *Close Encounters of the Third Kind* (Steven Spielberg, 1977), *Grease* (Randal Kleiser, 1978), *Superman* (Richard Donner, 1978), and *Alien* (Ridley Scott, 1979) were even “more classical,” in Thomas Schatz’s phrase, than their generic predecessor owing to their narrative sophistication and technical prowess». ¹⁵ È una tendenza che, come detto, riflette tanto le necessità commerciali del momento, quanto il nuovo spirito socio-culturale diffuso negli Stati Uniti: «negli anni Ottanta il cinema americano cessò di essere di controultura». ¹⁶

I blockbuster basati su film di genere di serie B, prodotti dalla metà degli anni Settanta in poi, sono solitamente più conservatori nelle loro implicazioni politiche che non le decostruzioni che si sono verificate con la rinascita di Hollywood. Questo rispondeva in parte alla richiesta dell'industria di offrire proposte consolatorie se si volevano attirare grandi folle di pubblico. Ma può essere anche interpretato alla luce di un più generale spostamento a destra nelle sfere dominanti della cultura e della politica americana, a partire dagli ultimi anni Settanta. ¹⁷

¹⁴ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., pp. 165-166.

¹⁵ COOK, DAVID A., *Lost Illusions: American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam 1970-1979*, cit., p. 161.

¹⁶ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 797.

¹⁷ KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, cit., p. 169.

Il caso di *Jaws* risulta però particolarmente rilevante soprattutto se considerato in relazione alle evoluzioni del mercato statunitense del periodo, per quanto ha saputo incidere nei cambiamenti delle strategie produttive degli *studios*.

Jaws provided a prototype for the modern blockbuster: a highcost, high-speed, high-concept entertainment machine propelled by a nationwide “saturation” release campaign, with bookings in a then record 400-plus theaters supported by an unprecedented network TV ad campaign. *Jaws* was the breakthrough “summer blockbuster,” and the first film to gross over \$200 million at the box office and to return over \$100 million in rental receipts to its distributor – still the measure of a blockbuster hit.¹⁸

«La nuova prosperità portò dei cambiamenti, poiché il successo dell’industria si basava ora su pochissimi film».¹⁹ Innanzitutto, nel tentativo di attrarre pubblico in sala con pellicole di forte matrice spettacolare, le *majors* hollywoodiane concentrano gli investimenti su pochi titoli di sicuro impatto commerciale: «il costo medio di produzione esplose da 1-2 milioni di dollari dei primissimi anni Settanta ai 10 milioni di fine decennio, e di pari passo anche il costo di lancio e promozione aumentò significativamente».²⁰

A questo vertiginoso aumento dell’investimento unitario su determinate produzioni, corrisponde un’altrettanto decisiva concentrazione degli incassi su un unico film. Non a caso, in questi anni viene repentinamente abbandonata la logica del *roadshow* in favore del *saturation booking*: un film, dunque, non viene più distribuito in poche copie a rilascio prolungato, secondo una suddivisione ormai superata tra circuiti di sale di serie A e di serie B, bensì, al contrario, viene diffuso in un numero elevato di copie e promosso attraverso un’aggressiva campagna di comunicazione, in modo da saturare il mercato e massimizzare l’eventuale successo al botteghino già nel primo periodo di uscita.

¹⁸ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, in McDONALD, PAUL, WASKO, JANET (a cura di), *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Malden, MA, Wiley-Blackwell, 2008, pp. 19-20.

¹⁹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 801.

²⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 120.

Le major distribuiscono non più di 150 film all'anno, e spesso molti meno, facendo inoltre uscire le loro megaproduzioni nei periodi di vacanza, in estate o a Natale. Seguendo l'esempio di società come l'AIP, gli studios facevano in modo massiccio pubblicità in televisione e distribuivano film contemporaneamente in centinaia di cinema.²¹

«Tutto ciò favorì la progressiva concentrazione degli incassi su pochi titoli: nel 1977, su 200 film, i primi 6 raccolsero ben un terzo del box office, e i primi 28 i tre quarti».²² Il felicissimo caso *Jaws* viene presto replicato – e con ancora maggior fortuna – da *Star Wars (Guerre stellari, 1977)* di George Lucas: «*Lo squalo* superò i 100 milioni di dollari d'incasso solo negli Stati Uniti; *Guerre stellari* arrivò a quasi 200 milioni di dollari che, nel 1980, erano diventati 500 grazie alla circolazione del film in tutto il mondo»²³.

Neither George Lucas nor 20th Century-Fox expected their \$11.5 million production of *Star Wars* to earn more than twice its costs [...] When the film earned \$100 million in its first three months and then went on to become the top-grossing film of all time (\$262 million in worldwide rentals through 1979), the industry was stunned. Even more amazing was the fact that tie-in merchandise marketed under the “Star Wars” brand (to which Lucas had retained the exclusive rights) generated hundreds of millions of dollars in excess of box-office sales – ultimately more than the film itself – creating the first true film franchise.²⁴

Sul volgere degli anni Settanta, gli emergenti *movie brats* Spielberg e Lucas vengono dunque identificati come gli «architects» della «modern era of the super-blockbuster films»,²⁵ inaugurando così una stagione inedita dell'industria hollywoodiana: quella dei

²¹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 801.

²² DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 120.

²³ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 800.

²⁴ COOK, DAVID A., *Lost Illusions: American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam 1970-1979*, cit., pp. 245-246.

²⁵ MURPHY, A.D., *Twenty Weeks of Weekly Film Tickets Sales in the U.S. Theatres*, «Variety», March 15, 1989, p. 21.

corporate blockbuster, un nuovo modo di fare cinema.²⁶ Attraverso il loro lavoro prende corpo, in sostanza, una «juvenilized industry»²⁷ che punta a una produzione «meno riflessiva e più spettacolare [...] con un rilancio della “grande avventura”, del cinema plateale e sensazionalistico, eccitato e sostanzialmente infantile».²⁸

È dunque il momento dei cosiddetti blockbuster: film di grande spettacolarità e considerevole valore produttivo [...] Si rivolgevano a un target esteso e familiare in virtù del loro tono leggero e fiabesco. In effetti, i giovani adulti con figli (i *baby-boomer* ormai cresciuti) erano diventati la porzione più consistente del pubblico, mentre i teen, per effetto della crisi di natalità della seconda metà degli anni Sessanta e dei Settanta, pesavano meno che in passato.²⁹

Si assiste così alla massiccia introduzione sul mercato di pellicole colossali, capaci di attirare l'interesse di una sempre più ampia fascia di pubblico, non più peculiarmente *teen* né *youth*. Nel frattempo si inizia ad affermare un nuovo impulso alla produzione formulaica, cioè alla realizzazione di pellicole sempre più serializzate, rese facilmente riconoscibili e quindi vendibili anche grazie, come si è visto, all'uso di rinate etichette di genere.

Jaws sparked a widespread industry recovery that was fueled primarily by a new breed of blockbuster. Domestic grosses totaled \$2 billion for the first time in 1975 and rose 40 percent over the next three years, driven by huge hits like *Rocky* (John G. Avildson, 1976, US), *Star Wars* (Lucas, 1977, US), *Close Encounters of the Third Kind* (Spielberg, 1977, US), *Saturday Night Fever* (John Badham, 1977, US), *Grease* (Randal Kleiser, 1978, US), and *Superman* (Richard Donner, 1978, US).³⁰

²⁶ Per uno studio approfondito del *corporate blockbuster* si veda il volume CUCCO, MARCO, *Il film blockbuster. Storia e caratteristiche delle grandi produzioni hollywoodiane*, Roma, Carocci, 2010.

²⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

²⁸ LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, cit., p. 294.

²⁹ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., pp. 120-121.

³⁰ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 20

IV.2 Nuove pratiche di produzione: il *franchise*

Tra i titoli di questo periodo, *Star Wars* assume un rilievo particolarmente significativo per la sua capacità di influenzare gli sviluppi delle pratiche produttive dell'industria cinematografica statunitense. Il film di Lucas, infatti, non solo registra un riscontro al botteghino tanto inaspettato quanto formidabile, ma pone le basi di quello che sarebbe diventato il moderno *franchise*, anticipando così le dinamiche di quella che Henry Jenkins avrebbe successivamente definito la cultura della convergenza.³¹ *Star Wars* si rivela infatti «strategicamente aperto alla serializzazione e alla “reiterazione” (attraverso numerosi *tie-ins* ufficiali)»,³² come dimostrano i due fortunatissimi sequel di cui è istantaneamente fatto oggetto, *The Empire Strikes Back* (*L'impero colpisce ancora*, 1980) e *The Return of the Jedi* (*Il ritorno dello Jedi*, 1983). Inoltre, gli introiti generati dalla commercializzazione di giocattoli e gadget legati al film «portarono alle casse di Kenner Products (la *toy company* a cui Lucas affida il *franchise*) più di 100 milioni di dollari, a fronte di 42 milioni di unità vendute nel solo primo anno. Un profitto superiore a quello realizzato dal *theatrical release* della pellicola (attorno ai 95 milioni) nella stagione 1977-1978».³³

The most significant of these films was *Star Wars*, the ultimate New Hollywood commodity – a hip-ironic, genre-blending, male action movie whose characters are essentially plot functions, and whose plot was strategically “open” to reiteration, licensing, and serialization. *Star Wars* surpassed *Jaws* as Hollywood's top all-time box-office hit and quickly evolved into the model New Hollywood “franchise” – i.e., the blockbuster-spawning entertainment machine that exploited and expanded the original hit in an ever-widening range of entertainment products. This was a painful lesson for 20th Century Fox, which granted writer-director George Lucas the sequel rights to *Star Wars* in lieu of his final paycheck. As a result Fox collected only the distribution fees on the subsequent series

³¹ JENKINS, HENRY, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006; trad. it. (consultata) ID., *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007.

³² SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 41.

³³ ZECCA, FEDERICO, *Cinema Reloaded. Dalla convergenza dei media alla narrazione transmediale*, in ID. (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 16.

installments (in 1980, 1983, 1999, 2003, and 2005), while Lucas parlayed his ownership of Hollywood's first billion-dollar franchise into a vast media empire of his own (Pollock, 1999).³⁴

L'esempio di *Star Wars* contribuisce dunque in maniera sostanziale a segnare un nuovo corso nelle strategie produttive dell'industria cinematografica statunitense. In primo luogo, gli *studios* pianificano in maniera sempre più sistematica la produzione di sequel che, ripetuti uno dopo l'altro, si costituiscono in serie dal valore milionario. «Le forme serializzate, infatti, sono quelle che più rassicurano Hollywood: i sequel, sebbene tendano a guadagnare meno rispetto ai capitoli precedenti, dimostrano un andamento più prevedibile sul mercato».³⁵

Tra i campioni d'incasso del periodo spiccano saghe che capitalizzano serialmente i successi dei primi capitoli. I più forti *franchise* della seconda metà degli anni Settanta (*Guerre stellari*, *Rocky* e *Alien*) vennero sfruttati intensivamente per tutto il decennio successivo. Nel frattempo nacquero altri *franchise* di grande successo, che vivranno anche negli anni Novanta e oltre: *Indiana Jones*, *Die Hard*, *Rambo*, *Ritorno al futuro*, *Terminator*, *Arma letale*, *Beverly Hills Cop*, *Scuola di polizia*. Come annota Robert Sklar (2006, p. 1728), a differenza dei blockbuster degli anni precedenti, questi non erano tratti da best seller o da spettacoli di Broadway, né da racconti biblici o da fiabe tradizionali; insomma, non erano adattamenti, ma storie originali, ispirate semmai alla cultura popolare americana dell'anteguerra (i *B-movies*, i serial d'avventura, i fumetti, i *dime novel*), riviste in chiave *high concept: pitch* telegrafico, grande impatto visivo e spettacolare e attori, anche emergenti, su cui si investiva molto.³⁶

Il blockbuster si trasforma così in un modello archetipico, secondo un «processo di prototipizzazione»³⁷ che tiene conto prioritariamente delle pratiche di consumo del

³⁴ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 20.

³⁵ BRAGA, ROBERTO, *Il blockbuster contemporaneo. L'evento, il prototipo, il franchise e quel che resta della pirateria*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 82.

³⁶ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., pp. 121-122.

³⁷ BRAGA, ROBERTO, *Il blockbuster contemporaneo. L'evento, il prototipo, il franchise e quel che resta della pirateria*, cit., pp. 81-82.

pubblico di riferimento. Attente analisi di mercato, infatti, permettono di individuare un prototipo commercialmente efficace attraverso l'analisi di fattori quali il *posizionamento*, la *marketability* e la *playability* di un film. L'identità di un «film as a commodity»³⁸ è dunque definita in relazione alle aspettative del suo pubblico potenziale e ai suoi rapporti promozionali con altre imprese o beni di consumo.³⁹ Una volta individuato, tale film-prototipo viene ripetuto fino a usura in una successione seriale di sequel che tendono al superamento del primato precedente.

Soprattutto, però, il caso di *Star Wars* appare particolarmente rilevante perché i suoi straordinari introiti collaterali, legati prevalentemente alle vendite di giocattoli ispirati al film, spingono gli *studios* a «creare le loro società di merchandising».⁴⁰ A partire dalla fine degli anni Settanta, infatti, a Hollywood viene introdotta e messa a sistema la pratica commerciale del *franchise*, che consiste, in termini generali, nella concessione dello sfruttamento di propri beni o brand da parte di una azienda madre, detta *franchiser*, nei confronti di una o più altre aziende, dette *franchisee*.

Il termine e la pratica del *franchise*, noto dagli anni Cinquanta, indicano un contratto commerciale basato sulla condivisione di un modello di business e di un brand comune tra diverse parti; queste ultime, nonostante la causa comune, agiscono in modo autonomo e perseguono i loro interessi secondo i livelli di investimento e partecipazione stabiliti dai vincoli contrattuali: si imposta, quindi, una costante negoziazione tra soggetti ineguali. A partire dai tardi anni Settanta e con più insistenza negli anni Ottanta e Novanta, il termine *franchise* è stato introdotto in ambito cinematografico per indicare le mutate dinamiche di azione avviate dalla New Hollywood in relazione all'emergere della forma blockbuster.⁴¹

Hollywood decide quindi di applicare in maniera sistemica la pratica del *franchise* al settore cinematografico. Attraverso la vendita di apposite licenze, gli *studios* concedono

³⁸ SEDGWICK, JOHN, POKORNY, MICHAEL, *The Characteristics of Films as a Commodity*, in ID. (a cura di), *An Economic History of Film*, Londra-New York, Routledge, 2007, p. 13.

³⁹ Per approfondimenti sul marketing orientato al prodotto nel mercato cinematografico si vedano in particolare i volumi CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, Milano, Guerini e Associati, 2003 e KERRIGAN, FINOLA, *Film Marketing*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2010.

⁴⁰ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 801.

⁴¹ BRAGA, ROBERTO, *Il blockbuster contemporaneo. L'evento, il prototipo, il franchise e quel che resta della pirateria*, cit., p. 83.

ad altre aziende la realizzazione di prodotti, denominati *tie-ins*, direttamente ispirati a un film – per esempio libri, fumetti, videogiochi, giocattoli, accessori e molto altro ancora. L'industria cinematografica cerca così di moltiplicare le proprie occasioni di profitto ben oltre l'abituale distribuzione nelle sale, nel tentativo di ammortizzare i costi di produzione e marketing vertiginosamente aumentati, come detto, nel volgere del decennio. In questo senso, i blockbuster, sviluppati in serie e saghe, si rivelano particolarmente adatti alle logiche dello sfruttamento commerciale del *franchise*, poiché «le major e le aziende che producono oggetti di consumo legati a film, preferiscono muoversi su prodotti già avviati sul mercato perché meglio intercettano i pubblici di bambini e fan che mostrano particolare attenzione per gli oggetti collezionabili derivati da film». ⁴²

Come si avrà modo di approfondire più avanti, questo sistema, che sarà ulteriormente implementato nell'epoca dei *media conglomerates*, trasforma il film in un «volano per un'ampia serie di attività economiche extracinematografiche». ⁴³ Inoltre, ne mette definitivamente in discussione il ruolo e lo statuto all'interno delle pratiche di consumo e di produzione dell'industria dell'*entertainment*. Come sottolinea Pescatore, «il film si trova pertanto a competere in un mercato molto ampio, che non coincide più con l'istituzione cinematografica, ricollocandosi appieno all'interno dell'industria dell'intrattenimento». ⁴⁴

IV.3 Nuovi mercati: tra multiplex e home video

Contestualmente all'avvento del blockbuster, altri due fenomeni rivoluzionano il mercato e le strategie produttive dell'industria cinematografica statunitense: da una

⁴² BRAGA, ROBERTO, *Il blockbuster contemporaneo. L'evento, il prototipo, il franchise e quel che resta della pirateria*, cit., p. 82.

⁴³ CUCCO, MARCO, *Il film blockbuster. Storia e caratteristiche delle grandi produzioni hollywoodiane*, Roma, Carocci, 2010, p. 90.

⁴⁴ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo. L'architettura complessa del cinema hollywoodiano contemporaneo*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 128.

parte «l'emergenza dell'home video come nuovo canale distributivo»⁴⁵ e dall'altra la diffusione dei multiplex.

L'home video costituisce una sostanziale fonte di profitti per Hollywood, sia attraverso l'introduzione del videoregistratore sia attraverso la diffusione dei canali televisivi via cavo o *pay tv*: «The industry recovery accelerated in early 1980s, fueled by mega-hits like *The Empire Strikes Back* (Irvin Kershner, 1980, US), *Raiders of the Lost Ark* (Spielberg, 1981, US), and *E.T. The Extra-Terrestrial* (Spielberg, 1982, US), as well as the rapid emergence of the home-video and cable industries».⁴⁶ Gli *studios* hollywoodiani, in realtà, si dimostrano inizialmente impreparati e diffidenti di fronte all'affermazione del mercato home video, poiché «temevano che la diffusione delle videocassette avrebbe scoraggiato il pubblico dall'andare al cinema e che i film in videocassetta avrebbero distrutto i mercati futuri».⁴⁷ Le controversie si spingono fino alle aule di tribunale, quando le *majors* Disney e Universal accusano la società giapponese Sony di violazione dei diritti d'autore nella causa passata alla storia come *Betamax Case*.⁴⁸

Remarkably enough in retrospect, the studios actually resisted the introduction of the videocassette recorder (VCR) into the US market, with Universal and Disney filing a copyright infringement suit against Sony after the 1975 launch of its Betamax VCR in the US. Sony eventually prevailed in a 1984 Supreme Court ruling, but by then it was clear to all parties, especially the studio-distributors, that home-video revenues were a vital revenue source (Wasser, 2001).⁴⁹

Nonostante le cautele iniziali, infatti, Hollywood capisce presto il valore commerciale del mercato home video, che diventa in poco tempo una strategica fonte di ricavo. Già «nel 1986 almeno la metà delle entrate delle principali compagnie cinematografiche proveniva dalla vendita delle videocassette»,⁵⁰ al punto che gli *studios* si preoccupano di

⁴⁵ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 40.

⁴⁶ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 21.

⁴⁷ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 804.

⁴⁸ Il riferimento specifico è alla sentenza *Sony Corp. of America v. Universal City Studios, Inc.*, 464 U.S. 417 (1984).

⁴⁹ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 21.

⁵⁰ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 804.

sviluppare al proprio interno settori specializzati nella realizzazione e distribuzione di opere in videocassetta.

Parallelamente, a partire dalla seconda metà degli anni Settanta, negli Stati Uniti nascono e si diffondono i primi canali televisivi a pagamento: «Home Box Office (HBO), which in 1975 became the nation's first pay-cable "movie channel," established itself as yet another viable "delivery system" for Hollywood movies, and it was successfully replicated by various other services like Showtime, Cinemax, and The Movie Channel as well».⁵¹ Hollywood intuisce le potenzialità di profitto del nuovo mercato e, come già con la televisione negli anni Cinquanta, stringe una serie di sinergici rapporti economici con gli emergenti canali televisivi via cavo, oltre a vendere i diritti di riproduzione delle proprie produzioni.

La trasmissione via cavo rappresentava un'altra fase nella vita di un film, che seguiva quella delle proiezioni su linee aeree e precedeva quella della trasmissione televisiva. Presto le televisioni via cavo cominciarono a finanziare i film e a comprare i diritti televisivi prima della produzione. La Disney creò un suo canale, mentre altre compagnie acquistarono quote delle società che operavano via cavo. Successivamente, all'inizio degli anni Novanta, il modello si sarebbe ribaltato: le grandi compagnie che operavano via cavo avrebbero comprato azioni di catene di sale cinematografiche e avrebbero pianificato il finanziamento di film girati dagli studios destinati alla programmazione pay-per-view che avrebbe fatto concorrenza alla distribuzione in prima visione degli stessi titoli.⁵²

All'interno del sistema industriale hollywoodiano, la trasmissione via cavo e la vendita in videocassette vanno così a sostituire, in un certo senso, «la seconda e terza visione del film in voga nel periodo dell'apogeo hollywoodiano».⁵³ A partire dai tardi anni Settanta, dunque, il mercato home video si rivela un inestimabile «volano all'intero giro d'affari della filiera cinematografica che quadruplicò».⁵⁴

⁵¹ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 21.

⁵² BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 804.

⁵³ *Ibidem*.

⁵⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 120.

Alcuni analisti prevedero che da questo mercato sarebbe presto derivata la maggior parte dei profitti. Alla fine degli anni Ottanta un film di successo poteva incassare fino a 10 milioni di dollari dalla vendita delle videocassette, e persino un titolo medio poteva ricavare 3 o 4 milioni. L'home video aiutò dunque le compagnie di Hollywood a ridurre i rischi di produzione e accrebbe l'interesse per i film di prima visione. Una serie di proiezioni in sala faceva pubblicità e forniva al pubblico informazioni che aiutavano il film ad avere successo anche in videocassetta. Più recentemente, quando dai film popolari cominciarono anche a essere prodotti videogiochi, gli studios crearono apposite consociate.⁵⁵

Contestualmente all'emergere di questi nuovi canali distributivi, alla fine degli anni Settanta, e in maniera più rilevante nei primi anni Ottanta, anche la distribuzione cinematografica in sala conosce alcuni sostanziali cambiamenti. Nonostante il consolidamento del mercato, dovuto all'aumento costante degli incassi innescato da titoli come *Jaws* e *Star Wars*, è importante sottolineare come «le percentuali sempre crescenti chieste dai distributori spesso limitassero i profitti dei gestori delle sale (addirittura un terzo del profitto del cinema derivava dalla vendita di bibite e popcorn)». ⁵⁶ Per questo esercenti e gestori sono costretti ad affrontare una sostanziale ristrutturazione della rete di diffusione nazionale delle sale cinematografiche, accorpendo ed eliminando i piccoli cinema monosala cittadini nel tentativo di ridurre i costi di gestione. «Since the seventies, following the dramatic decline of American movie theatres, Hollywood had come to rely on the centralization of multiple theatres in large retail centers to increase the number of screen venues and to offer moviegoers greater variety and convenience. Thus the multiplex was born». ⁵⁷

Alcune catene, come quella della società canadese Cineplex Odeon, inaugurano così una tendenza che diventa preponderante nel corso del decennio: «verso la fine degli anni Ottanta il numero di sale negli Stati Uniti era salito a circa 24.000 – un vero e proprio record nel dopoguerra – la maggior parte delle quali si trovava in aree suburbane, mentre scompariva il cinema di paese». ⁵⁸ La maggior parte dei multiplex, infatti, sorge all'interno o comunque in prossimità di grandi centri commerciali: oltre

⁵⁵ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 804.

⁵⁶ *Ivi*, cit., p. 803.

⁵⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 502.

⁵⁸ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 803.

all'introduzione di innovazioni tecnologiche, si cerca di attrarre lo spettatore anche grazie all'appeal di una serie di comfort e servizi correlati, come ampi parcheggi, ristoranti e sale gioco.

Questa particolare tendenza, suggerisce Shary, ha un decisivo impatto anche sulla produzione hollywoodiana: «with the relocation of most movie theatres into or near shopping malls in the 1980s, the need to cater to the young audiences who frequented those malls became apparent to Hollywood, and those audiences formed the first generation of multiplex moviegoers».⁵⁹ La *teen audience*, dunque, sebbene proporzionalmente inferiore rispetto ai decenni precedenti, si conferma così una risorsa strategica e fondamentale per la prosperità del mercato cinematografico statunitense.

IV.4 Il *teen movie* nella sua fase postclassica

I blockbuster degli anni Ottanta, sottolinea Di Chio, sviluppano una «spiccata declinazione familiare»⁶⁰ poiché cercano di rivolgersi alla fascia di pubblico, ormai cresciuta, dei cosiddetti *baby boomers*, ancora consistentemente rilevante nella società statunitense: «whether in middle age or dotage, the baby-boomer generation remained too numerous and self-involved ever totally to relinquish the cultural spotlight».⁶¹ La preminenza numerica e culturale dei *baby boomers* continua a farne, dunque, una sorta di casta egemone in grado di dettare consumi e costumi del periodo, al punto che la nuova *teen audience* vede indebolite le proprie potenzialità commerciali: «demographers took to calling the new youth generation “postboomers,” the name itself a testament to the tenacious centrality of boomers in American culture».⁶²

Allo stesso tempo, però, come suggerito precedentemente, la rilocalizzazione delle sale cinematografiche all'interno dei centri commerciali, che Shary non esita a definire «icon of youth independence»,⁶³ conferisce una rilevanza strategica anche al pubblico di

⁵⁹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 7.

⁶⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 121.

⁶¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 192.

⁶² *Ivi*, cit., p. 192.

⁶³ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 502.

teenager dei tardi anni Settanta e Ottanta. In questo periodo infatti «the mall became a scene of teen congregation where arcades and food courts replaced the pool halls and soda fountains of the past».⁶⁴

Sorgono intanto i centri commerciali, i *malls*, città senza sindaco né abitanti ma con strade coperte – eredi delle gallerie commerciali descritte da Walter Benjamin – affollate di negozi, spesso filiali o franchising di grandi catene, insieme ai luoghi del divertimento (il multiplex cinematografico), ai bar, ai ristoranti.⁶⁵

I film vengono dunque considerati sempre più come beni di consumo, al pari degli altri prodotti venduti all'interno dei centri commerciali e rivolti specificatamente agli utenti adolescenti, quelli che Jonathan Berstein definisce bozzettisticamente «dumb, horny, crater-faced, metal-mouthed, 14-year-old boys who lurked around the multiplex or the video store or the rec room».⁶⁶

La necessità di attirare al cinema questo specifico pubblico potenziale «convinced Hollywood accountants in the 1980s to again rely on their youth market, almost as much as they had in the 1950s».⁶⁷ Negli anni Ottanta, infatti, la produzione di *teen movies* conosce un nuovo impulso, tanto che alcuni studiosi come Roz Kaveny riconoscono in questo periodo, e non negli anni Cinquanta, «the specific time and place and origin»⁶⁸ del genere. «The clearest result of the multiplex movement was a voluminous outpouring of films directed to and featuring teens»⁶⁹ che guardano agli esempi di successo degli anni Cinquanta e Sessanta creando, ripercorrendo o aggiornando diversi cicli e sottogeneri di *teen movies*.

In order to avoid a stagnating homogenization of the teen genre, Hollywood revisited its '50s formula by intensifying the narrative range of youth films

⁶⁴ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 7.

⁶⁵ MENDUNI, ENRICO, *Entertainment. Spettacoli, centri commerciali, talk show, parchi a tema, social network*, Bologna, Il Mulino, 2013, p. 99.

⁶⁶ BERSTEIN, JONATHAN, *Pretty in Pink: The Golden Age of Teenage Movies*, New York, St. Martin's Griffin, 1997, p. 2.

⁶⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 53.

⁶⁸ KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, cit., p. 3.

⁶⁹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 7.

through placing teenage characters in previously established genres with more dramatic impact (gory horror, dance musicals, sex comedies), and as a result, a new variety of character types grew out of this generic expansion.⁷⁰

Si può quindi affermare che «in the 1970s and 1980s, the teenpic continued to provide model for Hollywood despite the fact that the latest crop of teenagers had lost something of their privileged generational allure».⁷¹ In questi anni, infatti, il *teen movie* inizia a ripensarsi come genere, dando vita a una serie di remake che volgono lo sguardo in maniera sempre più consapevole alle produzioni degli anni Cinquanta.

Material that in the late 1950s would have warranted a five-figure budget and eight-day shooting schedule was now a big-budget, saturation release. The difference between Roger Corman's threadbare *Little Shop of Horrors* (1960) and the lavish Warner Bros. musical *Little Shop of Horrors* (1986) offers an extreme example. More typical was Hollywood's tireless excavation of 1950s weirdies for update, whether as outright remakes – *Invaders from Mars* (1953)/ *Invaders from Mars* (1986), *Invasion of the Body Snatchers* (1956)/ *Invasion of the Body Snatchers* (1978), *The Thing from Another World* (1951)/ *The Thing* (1982), *The Fly* (1958)/ *The Fly* (1986), and *The Blob* (1958)/ *The Blob* (1988) – or as partial adaptations – *It! The Terror from Beyond Space* (1958)/ *Alien* (1979) and *The Incredible Shrinking Man* (1957)/ *The Incredible Shrinking Woman* (1981).⁷²

Gli anni Ottanta inaugurano, dunque, quella che studiosi del genere come Doherty o Driscoll, a differenza di Kaveny, definiscono la fase postclassica del *teen movie*: si assiste infatti alla produzione di opere caratterizzate da una spiccata tendenza al «postmodernism»⁷³ e da un gusto «more derivative»,⁷⁴ che sancisce una maggiore riconoscibilità del genere e ne inaugura un percorso di istituzionalizzazione ufficiale. «1980s teen film is often thought to be particularly self-conscious. The sheer

⁷⁰ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 7.

⁷¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 192.

⁷² *Ivi*, cit., p. 194.

⁷³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 55.

⁷⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

proliferation of teen film across the multiplex format demanded [...] that films acknowledge the genre of teen film and its repetitions».⁷⁵

A questa inedita consapevolezza del *teen movie* come genere in sé, corrisponde parallelamente un processo di sfruttamento commerciale meno empirico e più sistematico attraverso il quale «the entertainment industry ran a more ruthlessly efficient machine for teenage exploitation».⁷⁶ La *teen audience*, a sua volta, si trova investita di un ruolo inedito: questo meccanismo, infatti, «gave teenage movie audiences [...] a greater sense of presence in popular media».⁷⁷

Given the categorical choices offered by the multiplex theater, teens in the '80s were then able to go to the mall and select the particular youth movie experience that most appealed to them, and Hollywood tried to keep up with changing teen interests and styles to ensure ongoing profits. This led to constantly evolving efforts by the film industry to sustain the youth market through further generic expansions and revisions; more significantly for the audience, teens were then exposed to a wider range of characters and situations that directly addressed their current social conditions, even if many of the films that did so clearly had puerile provocation as their motive. Unlike the '50s when screen teens were steered down relatively rigid, righteous paths, the '80s teens encountered a complexity of moral choices and personal options on which the multiplex movies thrived.⁷⁸

IV.5 *Teen horror e sex comedy: «the teen trend to come»*

I *teen movies* prodotti a partire dalla fine degli anni Settanta «suggested the teen trend to come»:⁷⁹ in questo periodo, infatti, prendono corpo alcuni filoni e sottogeneri che si rivelano fondamentali per le successive evoluzioni del genere. Timothy Shary cerca di

⁷⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 55.

⁷⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

⁷⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 502.

⁷⁸ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 7.

⁷⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 503.

mettere ordine nella corposa e polimorfa produzione del periodo individuando sei cicli principali attraverso cui suddividere e catalogare i *teen movies*.

By the early eighties, there were six major approaches to youth cinema offered by Hollywood, most revised from past trends in the genre: the horror film, the science fiction film, the sex comedy, the romantic melodrama, the juvenile delinquent drama, and the school picture, which often borrowed generic elements from the rest.⁸⁰

Questo tentativo di classificazione può essere utile per fotografare la specificità della produzione per adolescenti del periodo. Tuttavia è importante sottolineare come non tutti i sei cicli citati assumano la stessa rilevanza nello sviluppo del genere *teen movie*: alcuni di questi, infatti, non si costituiscono come sottogeneri in sé, ancorché presentino una serie di *tòpoi* e convenzioni narrative trasversali a tutti i sottogeneri; altri, invece, non riescono a sopravvivere alle cicliche mutazioni del genere.

Quello che Shary definisce il *science fiction teen film*, per esempio, è un filone la cui fortuna è circoscritta peculiarmente agli anni Ottanta, quando, complice l'affermazione dei blockbuster, «*sci-fi (science fiction)* e avventura fantastica furono di gran lunga i generi più in voga in questi anni».⁸¹ Il *teen movie*, ancora una volta, si dimostra dunque capace di cogliere e assorbire all'interno delle proprie strutture le caratteristiche di altri generi, come dimostrano efficacemente opere quali *WarGames (Wargames – Giochi di guerra, 1983)*, *Real Genius (Scuola di geni, 1985)*, *SpaceCamp (Space Camp – Gravità zero, 1986)* e *The Manhattan Project (Gioco mortale, 1986)*. Shary riconosce in questi titoli i capostipiti del filone, ma è altresì costretto a rilevare come il *science fiction teen film* conosca un rapido declino, tanto commerciale quanto culturale, già a partire dagli anni Novanta.

Two distinct styles emerged in the eighties: films dealing with “science,” such as *Zapped!* (Robert Rosenthal, 1982), *Weird Science* (John Hughes, 1985), and *SpaceCamp* (Harry Winter, 1986), and film focusing on computer and/or video technology, including *The Last Starfighter* (Nick Castle, 1984), *Explorers* (Joe

⁸⁰ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 503.

⁸¹ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 122.

Dante, 1985), and *Defense Play* (Monte Markham, 1988). Youth science fiction films then went onto a clear decline as the Cold War came to a close, and even films featuring youth using computers and video games, such as *Arcade* (Albert Pyun, 1993), *Brainscan* (John Flynn, 1994), and *Evolver* (Mark Rosman, 1995), were primarily relegated to smaller studios by the nineties, suggesting that Hollywood was aware of changing cultural conditions for youth using technologies.⁸²

A differenza del *science fiction teen film*, due trend che riescono a imporsi a partire dalla fine degli anni Settanta e che si rivelano cruciali nell'evoluzione del genere dei decenni successivi sono il *teen horror* e la *sex comedy*. «The handful of late 1970s films that inaugurated the teen trends of the 1980s were an electric bunch: two 1978 American films, the low-budget sensation *Halloween* and the college farce *Animal House*».⁸³

Il *teen horror*, denominato anche *slasher horror* per il ricorso frequente di certi elementi narrativi, si presta particolarmente ad analizzare con linearità le dinamiche di sviluppo di un sottogenere all'interno del genere *teen movie*. Non a caso «of all the teen film subgenres, teen horror has been the most heavily studied, and arguably the most profitable».⁸⁴ Innanzitutto, è utile sottolineare come il *teen horror* postclassico degli anni Settanta e Ottanta «relies on the importance of horror to 'B grade' or low production-value formula films in the 1950s»,⁸⁵ quando infatti inizia a configurarsi già come il sottogenere «most prolific and durable».⁸⁶ In questo senso, dunque, si può affermare che il *teen horror* si costituisce come un sottogenere coerente e unitario attraverso «the systematic use of repetition and stereotype, including in the way it twists repetition to new ends».⁸⁷

Teen horror is particularly useful for thinking about how recognition, familiarity and identification work in teen film because horror must operate on the border between what we know and what we don't know or, in fact, what can never be

⁸² SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., pp. 504-505.

⁸³ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 55.

⁸⁴ *Ivi*, cit., p. 56.

⁸⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 84.

⁸⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 115.

⁸⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 83.

known. [...] The repetitiveness of teen film is indeed one of the things often found so appallingly bad (even horrifying) about it. Teen film is repetitive, predictable, derivative and exploitative, although there are ground-breaking teen horror films and wide variations as to quality.⁸⁸

Come illustrato nel capitolo precedente in relazione al genere *teen movie* in generale, anche il sottogenere *teen horror* si serve della *ripetizione* come strumento per creare la *prevedibilità* e la *familiarità* necessarie al *riconoscimento* del genere.

The true consistency in virtually all teen horror films remains their concentration on youthful fears of being different, becoming sexual and confronting adult responsibilities, fears that the horror film is ideally suited to examine (at least on a metaphorical level), and which themselves have not changed much in the past few generations. These fears take on a strikingly wide variety of manifestations – there are more types of horror movie ‘killers’ than varieties of teen characters themselves – and are thus confronted in a number of ways, making the youth horror film far more intricate and important in its representations of young people than popular belief would generally allow.⁸⁹

Allo stesso tempo, però, il *teen horror* si rivela capace di modificare, correggere e aggiornare i propri componenti riutilizzabili, per dirla con Pescatore, per tradurre il sentimento dei tempi nel racconto metaforico dell’adolescenza: «one teen-targeted film format did get wilder and weirder in its postclassical mode. With the “exploitation” cycle of the late 1970s and early 1980s, horror, that teenpic perennial, reached hysterical heights and forensic depths».⁹⁰ I *teen horror* degli anni Ottanta, dunque, si rifanno alle «earlier cinematic associations of horror and adolescence, including *Carrie* (1976) and *The Exorcist* (1973), as well as proto-slasher films like *The Texas Chainsaw Massacre* (1974) in which the victims were adolescents»,⁹¹ ma le rileggono secondo il nuovo clima culturale «of loose rules and relative morality»: ⁹² «the postboomers teenagers prefer the instruction, discipline, and obedience of *Star Wars* (1977) and *The Karate*

⁸⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 83.

⁸⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 56.

⁹⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 198.

⁹¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 84.

⁹² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 197.

Kid (1984) to the deranged delinquent chaos of *Class of 1984* (1982) and *Bad Boys* (1984)».⁹³ Se gli horror dei decenni precedenti avevano le proprie radici «nella repressione causata dalla struttura rigida, patriarcale o matriarcale, della famiglia, i *teen drama* e i *teen horror* di questi anni ci raccontano che i ragazzi, una volta liberati dalle autorità oppressive, iniziano ad avere paura di loro stessi, delle proprie emozioni e persino dei propri sogni».⁹⁴

Perhaps the dearth of deserving parental opponents in the real world explained the astonishing proliferation of horror films, the dominant teen-oriented form since the 1970s. From *Halloween* (1977) and *Friday the 13th* (1978) through their myriad sequels and progeny, the teenage massacres are almost always the handiwork of fellow adolescent, not parental, monsters. Traditionally, horror was thought to originate in the psychological repression of the nuclear family. In the postclassical teenpic, the kids seems more wary of one another.⁹⁵

Halloween (*Halloween – La notte delle streghe*, 1978) di John Carpenter è il primo film «that started new cycles of teen slasher films that would – like their killers – rise, die, and be reborn again».⁹⁶

The youth horror film soon reached beyond its most popular “slasher” style and considered the influences on youth of such forces as the supernatural (*Christine* [John Carpenter, 1983], *Society* [Brian Yuzna, 1991], *The Rage: Carrie 2* [Katt Shea, 1999]), the occult (*Night of the Demons* [Kevin Tenney, 1987], *Mirror, Mirror* [Marina Sargenti, 1990], *The Craft* [Andrew Fleming, 1996]), the militaristic (*Return of the Living Dead* [Dan O’Bannon, 1985], *The Blob* [Chuck Russell, 1988], *Body Snatchers* [Abel Ferrara, 1993]), and even rock’n’roll (*Trick or Treat* [Charles Martin Smith, 1986], *The Gate* [Tibor Tikás, 1987], *Black Roses* [John Fasano, 1988]). These films thereby brought attention to teen sexuality and morality, and other issues, by the most dramatic means possible.⁹⁷

⁹³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 197.

⁹⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 123.

⁹⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 198.

⁹⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 57.

⁹⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 504.

I *teen horror*, inoltre, si dimostrano un genere commercialmente molto vantaggioso «for studios who found the low budgets of teen horror an appealing alternative to the more pricey blockbusters of the time».⁹⁸ Da una parte, infatti, il sottogenere horror si rivela particolarmente adatto a uno sfruttamento commerciale secondo le logiche del *franchise*, come dimostrano le prolifiche saghe di «*Halloween* (quattro film tra il 1977 e il 1988), *Venerdì 13* (ben nove film tra il 1978 e il 1993) e *Nightmare* (cinque film tra il 1984 e il 1994), solo per limitarsi al periodo».⁹⁹ Dall'altra, si dimostra anche estremamente duttile e malleabile nel saper approfittare delle potenzialità dei nuovi canali distributivi introdotti proprio a partire dagli anni Settanta: «as Hollywood attempted to fill theatres in the later 1980s with sequels and franchisee, the teen film flourished on VHS and cable TV».¹⁰⁰ «In no subgenre of teen film was this more evident than in horror, which actually saw the amount of its straight-to-video output increase dramatically in the mid-1980s as very few teen horror films played in movie theatres».¹⁰¹

Secondo Timothy Shary in questa attitudine si potrebbe riscontrare «the most visible symptom of the decline»¹⁰² del *teen movie* in generale, e dei *teen horror* in particolare, avvenuto, secondo l'autore, nel periodo a cavallo tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio del decennio successivo. In realtà, la decennale copiosa lista di sequel e remake ispirati a *Halloween*, *Friday the 13th* (*Venerdì 13*, 1980) e *A Nightmare on Elm Street* (*Nightmare – Dal profondo della notte*, 1984), i più prolifici e fortunati *franchise* lanciati nel periodo, testimonia che «if the teen horror series declined in the 1990s it was quickly followed by another revival of remakes and new instalments. It might even be better to call these series serials, as it hardly seems possible that they could narratively close at this point».¹⁰³ Non a caso lo stesso Shary è costretto a rilevare contraddittoriamente che «the total number of teen horror films released in 1985 doubled over the previous year, and there were more released between 1986 and 1990 than during the more heavily discussed 1977-81 span».¹⁰⁴

⁹⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 57.

⁹⁹ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 123.

¹⁰⁰ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 56.

¹⁰¹ *Ivi*, cit., p. 61.

¹⁰² *Ibidem*.

¹⁰³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 85.

¹⁰⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 61.

Mentre il sottogenere horror registra una costante crescita, negli anni Ottanta si afferma parallelamente un filone che si rivela altrettanto rilevante nello sviluppo dei *teen movies*: la *sex comedy*. «Many youth films in the early 1980s began to feature teens engaging in sexual practices»:¹⁰⁵ la *sex comedy* degli anni Ottanta si focalizza soprattutto sulla centralità della perdita della verginità come fondamentale rito di passaggio dell'adolescenza, al punto che «the most common plot of youth sex films throughout the early 1980s was the quest of teens to lose their virginity».¹⁰⁶

Virginity is an important recurring element of teen film for several reasons. It is one place in which to see the negotiation of individual choice and socially established norms. It intersects historically specific and highly gendered experiences of adolescence with the political opposition between tradition and change. It is a psychological marker that remains internal to adolescence, referring to its origins in ideas about puberty and its destiny in images of adulthood (and potential parenthood).¹⁰⁷

Shary afferma che «the 1980 film *Little Darlings* made the sex-quest plot explicit: two teenage girls at summer camp compete to see who can lose her virginity first».¹⁰⁸ È importante notare però che, focalizzandosi esclusivamente su due personaggi femminili, *Little Darlings* (*Id.*, 1980) rappresenta certo un'eccezione all'interno del filone della *sex comedy* per adolescenti. Il film suggerisce infatti che «sex has a negotiable and thus unstable meaning for adolescent girls»¹⁰⁹ e la sua influenza non va sottovalutata per la capacità di catturare «a social and historical moment, a liminal space for female teens».¹¹⁰ Tuttavia il filone della *sex comedy* nei primi anni Ottanta si costituisce

¹⁰⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 62.

¹⁰⁶ *Ivi*, cit., p. 63.

¹⁰⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 71.

¹⁰⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 63.

¹⁰⁹ DRESNER, LISA M., *Love Labor's Lost? Early 1980s Representation of Girls' Sexual Decision Making in Fast Times and Ridgemont High and Little Darlings*, in MCDONALD, TAMAR JEFFERS (a cura di), *Virgin Territory: Representing Sexual Inexperience in Film*, Detroit, Wayne University Press, 2010, p. 180.

¹¹⁰ KLEINHANS, CHUCK, *Girls on the Edge of the Reagan Era*, in GATEWARD, FRANCES, POMERANCE, MURRAY (a cura di), *Sugar, Spice and Everything Nice: Cinemas of Girlhood*, Detroit, Wayne University Press, 2002, p. 73.

soprattutto sul fortunato esempio della «cruel comedy and sexual shenanigans»¹¹¹ di titoli come *National Lampoon's Animal House* (*Animal House*, 1978) o delle successive saghe cui danno vita *Porky's* (*Porky's – Questi pazzi, pazzi porcelloni!*, 1981) e *Revenge of the Nerds* (*La rivincita dei nerds*, 1984).

The more successful *Porky's* further capitalised on the group pursuit of first sex from the male perspective [...] Thereafter, numerous films followed with titles that suggested the salacious manner in which most of the losing virginity sagas would operate: *Goin' All the Way* (1981), *Private Lessons* (1981), *The Last American Virgin* (1982), *Losin' It* (1983), *Getting It On* (1983), *The First Turn-On* (1983), *Screwballs* (1984), *The Joy of Sex* (1984) and *The Wild Life* (1984).¹¹²

Titoli come *Fast Times at Ridgemonts High* (*Fuori di testa*, 1982) e soprattutto *Risky Business* (*Risky Business – Fuori i vecchi... i figli ballano*, 1983), «one of the highest-grossing youth film of the decade»,¹¹³ testimoniano bene come «throughout the early '80s, the depiction of teens' sexual pursuits had become primarily ribald and explicit».¹¹⁴

A metà degli anni Ottanta, però, la società statunitense è scossa dalla presa di consapevolezza circa la diffusione del virus dell'HIV e dell'AIDS, che assume presto una portata pandemica e spinge i media a parlare di una nuova epidemia.¹¹⁵ «Incubating in the gay community and among intravenous drug users since the late 1970s, acquired immune deficiency syndrome (AIDS) exploded as a national (that is, nonhomosexual) health menace in 1984-85 and sent out shock waves until the end of the century».¹¹⁶ L'industria cinematografica hollywoodiana coglie presto il nuovo sentimento di panico sociale e decide di aggiornare di conseguenza il racconto della sessualità – soprattutto adolescente – nelle proprie produzioni: «while AIDS was recognized in 1981, its capacity to be spread by heterosexual contact was not publicly understood until the mid-1980s, and not coincidentally, there was a dramatic decline in the number of youth films

¹¹¹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 201.

¹¹² SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 64.

¹¹³ *Ibidem*.

¹¹⁴ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 10.

¹¹⁵ Per approfondimenti sulla storia della diffusione dell'AIDS si veda GRMEK, MIRKO D., *AIDS. Storia di una epidemia attuale*, Roma-Bari, Laterza, 1989.

¹¹⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 198.

featuring the loss of virginity after 1986».¹¹⁷ «Soon after the blithe, orgiastic days of *Risky Business*, sex became just that: AIDS, the horror nascent in real-life sex, reshape the moral landscape of the teenpic genre».¹¹⁸

Nella seconda metà degli anni Ottanta, dunque, «a distinct shift took place toward more serious and sensitive representations of teen relationships».¹¹⁹ L'industria cinematografica sceglie di affrontare la problematica introducendo due trend che diventano presto culturalmente dominanti nella produzione hollywoodiana e in particolare nelle successive articolazioni del genere *teen movie*: «the chronological downsizing and sexual neutering of the American adolescent».¹²⁰ Da una parte, infatti, si assiste al ricorso sempre più frequente a protagonisti bambini o pre-adolescenti, che per evidenti fattori anagrafici non sono interrogati da problematiche sessuali né possono trovarsi al centro di *sexual-coming-of-age narratives*.

In the wake of AIDS, the favorite ingenue in teen-targeted films was often not a teenager at all but a preteen youngster. Wes Craven's *The People Under the Stairs* (1991) showcased a young boy who is vulgarly but revealingly described as "too old for tit, too young for pussy." That time frame set the beginning and outer limits of the new youth hero. In film after film, teenagers were crowded out by their younger siblings: *Stand by Me* (1986), *Child's Play* (1988), *Honey, I Shrank the Kids* (1989), *The Addams Family* (1991), *The Professional* (1995), and *The Sixth Sense* (1999). Often the kidcentric entries – *Home Alone* (1990), *Terminator 2* (1991), *Jurassic Park* (1993), *Toy Story* (1995), *Lost World: The Jurassic Park* (1997), the first post-AIDS edition of the *Star Wars* series, *The Phantom Menace* (1999), and *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (2001) – were the top box office hits of their respective years.¹²¹

A livello commerciale, questa tendenza incide in maniera significativa nel cambiare e ampliare il pubblico di riferimento dei prodotti rivolti agli adolescenti: la *teen audience* deve confrontarsi con nuove componenti di spiccata impronta infantile e familiare, che

¹¹⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 63.

¹¹⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 198.

¹¹⁹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 10.

¹²⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 200.

¹²¹ *Ivi*, cit., pp. 200-201.

finiscono per modificarne lo statuto intrinseco. Al fenomeno di infantilizzazione dei personaggi cinematografici, infatti, corrisponde l'emergere di un nuovo *tween market*, basato cioè sulle esigenze e sui consumi di una fascia di pubblico compresa tra gli 8 e i 12 anni.¹²² A partire dagli anni Ottanta, dunque, e con sempre maggiore rilevanza nei decenni successivi, si struttura un nuovo mercato rivolto a soddisfare i consumi mediali e materiali di «soggetti ancora dipendenti (dai genitori) ma capaci di manifestare la propria indipendenza e la propria soggettività in fatto di moda, di musica, di gusti, di consumo culturale».¹²³ In questo senso, la sempre maggiore rilevanza del *tween market* e il suo carattere di *exploitation* richiamano l'analogo processo di affermazione del *teen market* promosso dall'industria culturale statunitense negli anni Cinquanta: «the category of the “teenager” [...] was effectively brought into being in the 1950s through market research; and in contemporary marketing discourse, we can see the emergence of a whole series of newly invented categories such as “tweens,” “middle youth,” “kidults,” and “adultescents” – categories that crucially blur the distinctions between children, youth and adults».¹²⁴ Come si avrà modo di approfondire in seguito, il progressivo consolidamento del *tween market* risulterà determinante nel ridefinire le pratiche produttive legate ai *teen movies* nell'epoca del cinema della convergenza.

In quest'elisione delle barriere d'età, quello dei *tween* è un mercato da saturare di oggetti, come lo è stato a suo tempo quello dei *teen*. Le analogie fra i due mondi si ritrovano proprio nei prodotti. Ad analizzarli, paiono presentare una versione, aggiornata alla convergenza multimediale, di meccanismi consolidati al punto da apparire risaputi: strutture narrative elementari (che rimandano esplicitamente agli archetipi della fiaba), forte investimento nella costruzione del divo (da *teen idol* a *tween idol*, da James Dean a Zack Efron), propensione al consumo virale e di culto (gli *spin-off*, il *merchandising*), focalizzazione su *asset* contenutistici forti come la musica (con la possibilità, perciò, di estendere a sua volta sia il divismo sia il consumo di prodotti ancillari). Ma c'è un limite forte a quest'ultima

¹²² Per uno studio approfondito sui consumi mediali e culturali del *tween market* si vedano in particolare BUCKINGHAM, DAVID, BRAGG, SARA, KEHILY, MARY JANE (a cura di), *Youth Cultures in the Age of Global Media*, Londra, Palgrave Macmillan UK, 2014 e BUCKINGHAM, DAVID, TINGSTAD, VEBJØRG, *Childhood and Consumer Culture*, Londra, Palgrave Macmillan UK, 2010.

¹²³ SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, «LINK», 8, 2009, p. 35.

¹²⁴ BUCKINGHAM, DAVID, *Introducing Identity*, in BUCKINGHAM, DAVID (a cura di), *Youth, Identity and Digital Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2008, p. 4.

analogia, che sta nella natura *in-between* dell'identità *tween*. A differenza della produzione culturale accumulata da generazioni di adolescenti e fatta sì di prodotti di mero consumo ma anche di contenuti “disturbanti” (l'idolo *teen*, per esempio, pare spesso sovrastato da un destino di morte che lo rende tale), la produzione *tween* ne è una versione “urbanizzata”, attraversata da limpidezza morale, spesso da un certo manicheismo valoriale, tesa a evitare le questioni troppo controverse. Fruirla è l'analogo di un giro in un parco a tema: emozione in sicurezza, dove la garanzia di un brand globale come Disney è il suggello più importante del successo.¹²⁵

Un secondo approccio alla rappresentazione della sessualità adolescente si rivela ancora più rilevante per lo sviluppo del genere. Parallelamente alla proposta di personaggi preadolescenti, infatti, a partire dalla metà degli anni Ottanta Hollywood si concentra sulla produzione di film nei quali, in maniera sempre più significativa, «sexual practice is often a signifier of adulthood»,¹²⁶ attenuando o neutralizzando così la componente più propriamente erotica della sessualità adolescente. Si consolida così una sensibilità inedita per cui «virginity in teen film is a platform for statements about sexual identity and values attached to it». ¹²⁷ A ciò corrisponde un declino, deciso seppure temporaneo, di quella che Shary ha definito la «sex craze»¹²⁸ dei primi anni Ottanta. Con poche, sparute eccezioni – si citino gli esempi di *The Sure Thing* (*Sacco a pelo a tre piazze*, 1985) e *Once Bitten* (*Se ti mordo... sei mio*, 1985) *The Big Bet* (*Una donna, una preda*, 1985) *Virgin High* (*Id.*, 1991) – il filone della *sex comedy* va repentinamente esaurendosi a metà decennio, per conoscere un nuovo rilancio solo alla fine degli anni Novanta: «considering how many the film industry made in the first seven years of the 1980s – at least 25 – the industry's sudden cessation of these films in 1986 remains intriguing». ¹²⁹

Si va invece affermando una nuova inclinazione al *romantic melodrama*, che eredita e rielabora le convenzioni della *sex comedy* dei primi anni Ottanta. Emerge così il florido sottogenere definito da Timothy Shary della *youth romance*, che incorporando elementi

¹²⁵ SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, cit., p. 35.

¹²⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 63.

¹²⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 72.

¹²⁸ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 62.

¹²⁹ *Ivi*, cit., p. 67.

della *sex comedy* e del *romantic melodrama*, si impone come modello per i *teen movies* dei decenni successivi, modificandone in maniera sostanziale e decisiva lo sviluppo.

The sex comedy and romantic melodrama companion each other, for despite the often gratuitous content of many of these films, both subgenres consider the trial by fire that is the discovery of young lust and love. All youth films can be categorized by identifying the obstacle to the protagonists' romance, and teen films have featured those obstacles accordingly: class in *Valley Girl* (Martha Coolidge, 1983), *Reckless* (James Foley, 1984), and *Can't Buy My Love* (Steve Rash, 1987); age in *Blame It on Rio* (Stanley Donen, 1984), *Man in the Moon* (Robert Mulligan, 1991), and *Boys* (Stacy Cochran, 1996); popularity in *Sixteen Candles* (Hughes, 1984), *Trojan War* (George Huang, 1997), and *A Walk to Remember* (Adam Shankman, 2002); race in *China Girl* (Abel Ferrara, 1987), *Bleeding Hearts* (Gregory Hines, 1995), and *Save the Last Dance* (Thomas Carter, 2001); and, more recently, homosexual preference in *Totally Fucked Up* (Gregg Araki, 1994), *All over Me* (Alex Sichel, 1996), and *Edge of Seventeen* (David Moreten, 1999). Of course, the obstacle most commonly portrayed, going back to the Shakespeare's *Romeo and Juliet*, has been the familial conflict, which has factored in the star-crossed romances of *Endlesslove*, *Say Anything...* (Cameron Crowe, 1989), *Fear* (Foley, 1996), and *The Virgin Suicides* (Sofia Coppola, 2000).¹³⁰

In questo contesto si impone il quasi esordiente John Hughes, che con le sue produzioni è capace di intercettare bene il clima sociale e culturale del tempo.

The specter of AIDS had become a widespread heterosexual concern, as did the increasing teenage pregnancy rate, so John Hughes films like *Sixteen Candles* (1984) and *Pretty in Pink* (1986) [...] were welcome antidotes to the increasingly delicate debacles of youth sex at the time.¹³¹

¹³⁰ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., pp. 505-506.

¹³¹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 10.

Come si avrà modo di approfondire successivamente, le opere scritte e dirette da Hughes contribuiscono in maniera sostanziale all'istituzionalizzazione del *teen movie* come genere e ne influenzano gli sviluppi successivi.

Naturalmente, però, come nota Thomas Doherty, «the repressed always return».¹³² Se gli elementi più disturbanti vengono eliminati o neutralizzati nelle narrazioni del sottogenere *youth romance*, gli stessi motivi sono pronti a riemergere ed esplodere, seppure in forma metaforica, nel sottogenere *teen horror*, a conferma della duttilità estrema e dell'eclitticità intrinseca proprie del *teen movie*.

If explicit sex play was airbrushed from teen-targeted comedy and romantic melodrama, the smothered urges and subliminal fears of adolescence erupted with a vengeance in the more congenial regions of the horror genre. [...] Drenched in a venereal horror, a flood of vampire films and blood-infected chillers – *The Lost Boys* (1987), *Bram Stoker's Dracula* (1992), *Innocent Blood* (1992), and *Interview with the Vampire* (1994) – served as transparent allegories for the omnipresent fear of fluids. Driving a stake through the heart of vampire was a less threatening form of physical contact than other types of penetration.¹³³

IV.6 Istituzionalizzare il genere

All'interno del sottogenere *youth romance*, si afferma a metà degli anni Ottanta il cineasta John Hughes¹³⁴ che, in veste di produttore, regista e sceneggiatore, realizza un ciclo di *teen movies* la cui importanza «is evident in their box office popularity, and the amount of critical praise they have recieved».¹³⁵ Dal 1984 al 1987, infatti, vengono distribuite sei pellicole destinate a condizionare significativamente l'evoluzione del genere: *Sixteen Candles* (*Sixteen Candles – Un compleanno da ricordare*, 1984), *The*

¹³² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 201.

¹³³ *Ivi*, cit., pp. 201-202.

¹³⁴ Sulla figura del cineasta si veda in particolare la monografia CHRISTIE, THOMAS A., *John Hughes and Eighties Cinema: Teenage Hopes and American Dreams*, Maidstone, Kent, Crescent Moon Publishing, 2009.

¹³⁵ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, «Metro», 113/114, 1998, p. 103.

Breakfast Club (*Breakfast Club*, 1985), *Weird Science* (*La donna esplosiva*, 1985), *Pretty in Pink* (*Bella in rosa*, 1986), *Ferris Bueller's Day Off* (*Una pazza giornata di vacanza*, 1986) e *Some Kind of Wonderful* (*Un meraviglioso batticuore*, 1987). Con questo corpus di opere estremamente coerente e compatto, Hughes riesce a imporsi nel panorama cinematografico degli anni Ottanta, incidendo tanto sull'evoluzione del *teen movie*, quanto sulla sua percezione critica e successiva istituzionalizzazione. Non a caso, nel lavoro di numerosi storici del cinema emerge una spiccata tendenza a «widely equate Hughes and teen film»,¹³⁶ al punto che Roz Kaveney arriva a definire il genere stesso del *teen movie* come «a body of work which is in large part a creative response to the 1980s John Hughes films and to a lesser extent other films that appeared at roughly the same time».¹³⁷

Se l'affermazione di Kaveney può risultare eccessiva, soprattutto alla luce delle considerazioni sui fattori che sono intervenuti nella strutturazione del genere esposte nei capitoli precedenti, si può comunque affermare che «the films of John Hughes have come to typify the 1980s teen movie».¹³⁸ La rilevanza di opere come *Sixteen Candles* e *The Breakfast Club*, tuttavia, non è da rintracciare nella loro capacità di «convey the contemporary adolescent experience»,¹³⁹ come suggerisce Timothy Shary. Del resto, se lo studioso loda l'abilità di Hughes «to render his teen characters with such depth and dimension»,¹⁴⁰ Catherine Driscoll sottolinea opportunamente che quella proposta nei suoi film «is a very partial picture of adolescence. The Hughes teen is white, suburban, and normatively middle-class».¹⁴¹ Al contrario, il suo cinema si rivela particolarmente significativo, da una parte, per la sua capacità di giocare con le convenzioni del genere, aggiornandole secondo il clima culturale dell'epoca, e dall'altra per la perizia nell'individuare una collocazione specifica all'interno del mercato cinematografico statunitense.

I film di Hughes, infatti, si adeguano presto alle modifiche introdotte nel *rating system* statunitense a metà degli anni Ottanta e sfruttano efficacemente l'appeal commerciale della neonata categoria PG-13 (Parents Strongly Cautioned), «designed to be a specific

¹³⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 47.

¹³⁷ KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, cit., p. 3.

¹³⁸ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 103.

¹³⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 67.

¹⁴⁰ *Ivi*, cit., p. 71.

¹⁴¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 46.

nomination of 'teen' film».¹⁴² «The PG-13 rating (“may be unsuitable for younger children”) was devised in 1984 after children, or rather their parents, complained of the bloodletting in Stephen Spielberg’s *Indiana Jones and the Temple of Doom*»:¹⁴³ PG-13 nasce dunque come una categoria intermedia tra PG (Parental Guidance Suggested) e R (Restricted under 17), che fino al 1984 potevano essere considerati i due estremi all’interno dei quali collocare il genere *teen movie*. L’introduzione di questa nuova specifica definizione rispecchia un peculiare mutamento di sensibilità all’interno della *teen audience* dell’epoca, ormai sempre più contraddistinta da una forte componente familiare e infantile.

If PG, PG-13, and R (and their corollaries in other systems) are all teen film, alignment in this teen film zone is often a question of editing rather than larger distinctions between story or style. [...] What discussed as a desire for realism within a certain style of teen film was articulated around the border between PG and R before the emergence of PG-13, which took up the task of distinguishing mainstream teen films from ‘family’ films and accentuating the link between R and realism.¹⁴⁴

Allo stesso tempo, è importante sottolineare come «the PG-13 category also responds to new pressure on cinema attendance in the wake of the emergence of home video system»:¹⁴⁵ «PG-13 is a definition of what was new about the 1980s teen film, just as testing the limits of the Approved rating is what characterized 1950s teen film».¹⁴⁶ Hughes coglie presto questi mutamenti all’interno del mercato e, attraverso i suoi film, crea quello che Doherty ha definito «a virtual franchise of PG-13-rated and G-sensibility teenpic fare».¹⁴⁷ Il cineasta cerca cioè di sfruttare il richiamo attrattivo della categoria PG-13 senza però alienarsi la componente familiare del pubblico di riferimento, realizzando opere che si contraddistinguono per la loro «tendency to

¹⁴² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 131.

¹⁴³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 207.

¹⁴⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 132.

¹⁴⁵ *Ivi*, cit., p. 131.

¹⁴⁶ *Ibidem*.

¹⁴⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 201.

moralize about maturity despite their representation of ‘risky’ behaviour and rebellious sentiment». ¹⁴⁸

Questa peculiarità del cinema di Hughes è evidente anche nella sua capacità di saper aggiornare e rimodellare le principali convenzioni del *teen movie* secondo i valori della sempre più vincolante «parent culture» ¹⁴⁹ tipica degli anni Ottanta. Infatti, i film di Hughes rileggono e rielaborano i principali *tòpoi* e stereotipi dei *teen movies* dei decenni precedenti «in a form which also seems palatable to adults», ¹⁵⁰ aprendo così la strada per il definitivo riconoscimento e la successiva istituzionalizzazione del genere. Si pensi, per esempio, a come la retorica neutralizzante del sottogenere *youth romance* influenzi la rappresentazione della sessualità adolescente in un film come *Pretty in Pink*, in cui «the privileging of friendship over romance implies that peers are of greater significance during adolescence than the object of a precocious sexual desire». ¹⁵¹

I film di Hughes, inoltre, con alla loro «emphasis on suburbia, high school, and adolescent identity formation», ¹⁵² rivelano un approccio postmodernista tipico di quella che, come sviluppato sopra, Doherty e Driscoll hanno definito la fase postclassica del *teen movie*. In questo senso, l'autore «invested the postclassical teenpic with a shrewd sense of craft and complexity». ¹⁵³

The Hughes teen film is spectacularly coherent, but not simple. There is a moral tenor to his films that sets definite limits, but within that range no one way of moving through adolescence is the singularly right one. Hughes brought the youth as problem, as institution, and as party themes in more or less equal measure into narratives about negotiating social limits and cultural stereotypes. The context for Hughes teen film in this sense is not only the mythical terrain of suburban American life but also an international field of images of adolescence. If models of gender and class in the Hughes teen film seem highly specific they participate in the transnational cultural flows that allow Hughes to take up UK

¹⁴⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 131.

¹⁴⁹ *Ivi*, cit., p. 53.

¹⁵⁰ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 106.

¹⁵¹ *Ivi*, cit., p. 107.

¹⁵² KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, cit., p. 3.

¹⁵³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 196.

music and that mean high school is just as important to adolescence in countries all across the world.¹⁵⁴

A titolo esemplificativo, basti citare i protagonisti di *The Breakfast Club*, ognuno dei quali «represents distinct types of young characters seen in American movies about high school since the 1950s».¹⁵⁵ Il film stesso ripercorre le strutture peculiari di quello che Timothy Shary definisce il filone dello *school film*, all'interno del quale confluiscono spesso temi e convenzioni derivanti da altri cicli e sottogeneri di *teen movies*. *The Breakfast Club* si sviluppa infatti attorno all'abituale tema della «oppressive high school hierarchy [...] incorporating class difference into the high school order»¹⁵⁶ e propone allo spettatore la «variety of youth culture styles and types»¹⁵⁷ abitualmente descritta all'interno di quello che Roz Kaveney ha efficacemente definito «the anthropology shot»¹⁵⁸ tipico del *teen movie* di ambientazione scolastica, ovvero «the guided tour of high-school groups»¹⁵⁹ che costituiscono il tessuto sociale del «microcosm of the high school».¹⁶⁰ Inoltre, attraverso le vicende dei suoi protagonisti, *The Breakfast Club* propone una summa delle principali traiettorie narrative inscritte del filone dello *school film* sin dagli anni Cinquanta: «the impact of delinquents on school order, [...] the threat of conformity to rebels, [...] the depiction of sensitive athletes, [...] and the effects of popularity on teen girls».¹⁶¹ Infine, e soprattutto, il film intercetta l'importanza della *commodity culture* degli anni Ottanta per il suo pubblico adolescente di riferimento, mostrando quanto «tastes in pop music and fashion are at the heart of hierarchical differences in high school and beyond».¹⁶² In questo senso, il cinema di Hughes si dimostra abile nel saper recepire ed esprimere su pellicola le istanze socio-culturali del periodo, regalando un inedito senso di appartenenza e di identità collettiva a una generazione di teenager che, come detto, non possiede la rilevanza numerica ed economica dei *baby boomers*.

¹⁵⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 51.

¹⁵⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 68.

¹⁵⁶ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 104.

¹⁵⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 508.

¹⁵⁸ KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, cit., p. 3.

¹⁵⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 59.

¹⁶⁰ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 104.

¹⁶¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 508.

¹⁶² SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 110.

On the wavy matrix where popular culture and one's time in highschool intersect, Gen Xers can often feel like they were born too late (post-Beatles) or too soon (pre-'American Pie'). But with John Hughes's cycle of five [sic] high-school movies that he wrote and/or directed in the 1980s, it simply felt like perfect timing. What were meant to be larky, cheaply made teen comedies remain fixed in memory as documentary accounts of that time, that place, that music, those clothes, those people, that angst.¹⁶³

Questa enfasi sugli oggetti, simboli di appartenenza culturale e generazionale, ha portato i film di Hughes a essere accusati di «contrivance and commodity-fetishism»,¹⁶⁴ in quanto espressione del «capitalism and the [...] competition it forces people into».¹⁶⁵ Tuttavia, è interessante notare come, anche secondo questa prospettiva, il cinema di Hughes si riveli efficace specchio dei suoi tempi: pellicole come *Ferris Bueller's Day Off* e *Pretty in Pink* traducono bene le spinte edonistiche e consumistiche che attraversano la società statunitense degli anni Ottanta, nonché la propensione delle nuove generazioni di teenager «to be lulled into expressing their politics through consumption».¹⁶⁶

The US image of adolescence had become more symbolically middle class and more normatively applied regardless of class. In this context 1980s teen film has been strongly associated with 'Reaganomics'. Ronald Reagan's pro-business, low-tax policies and the economic recovery linked to them is understood to have enthused teen film with entrepreneurial spirit. This image of comfortable 1980s adolescence is, in fact, particularly American.¹⁶⁷

Il caso di *The Breakfast Club* si rivela ancora una volta emblematico perché dimostra come nel cinema di Hughes «often, the values embodied in the star footballer and head

¹⁶³ STUEVER, HANK, *Most Likely to Understand*, «The Washington Post», August 8, 2009, <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/08/07/AR2009080703506.html>> (consultato il 27 settembre 2016).

¹⁶⁴ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 107.

¹⁶⁵ WOOD, DENIS, *Controversy and Correspondence: Seeing and Being*, «Film Quarterly», vol. 39, n. 3, Spring 1986, p. 64.

¹⁶⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 54.

¹⁶⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 53.

cheerleader are depicted as being as fundamental as the maternal and paternal values of patriarchal (adult) society».¹⁶⁸ In questa sede non si vuole entrare nel merito di giudizi che vedono «Hughes' cinema as the symptom of a youth culture which is both self-obsessed and anomic, a cinema and a culture which has betrayed the youth rebellions of the 1960s and 1970s».¹⁶⁹ Tuttavia, è importante sottolineare come il successo¹⁷⁰ delle opere di John Hughes testimoni, ancora una volta, la capacità del *teen movie* di dimostrarsi fertile recettore dei cambiamenti culturali della società statunitense, rivelandosi altresì abile nel riuscire a modificare prontamente le proprie istanze peculiari per adeguarsi in maniera commercialmente efficace a tali metamorfosi.

IV.7 Il *teen movie* come terreno di sinergie

Dopo le stagioni della critica e della contestazione, negli anni Ottanta si diffonde negli Stati Uniti una rinnovata e ottimistica visione della mitologia a stelle e strisce e dell'iconografia a essa connessa: nonostante le ombre della forte crescita del deficit federale, l'immagine dell'amministrazione Reagan incarna «un'America ancora una volta detentrica di valori forti e padrona di ogni situazione».¹⁷¹

Dopo l'impegno e l'estroversione sociale del decennio precedente, per tutti gli anni Ottanta e Novanta si registrarono un crescente disimpegno politico e un sensibile ripiegamento nel privato. [...] La visione reaganiana, individualista, liberista, antiassistenzialista, rinfocolò la componente più egoistica dell'*American dream*, ma si dimostrò capace di restaurare un clima più positivo e reattivo, promuovendo un prepotente ritorno dei valori dell'intraprendenza e dell'autodeterminazione, nonché una forte attenzione agli elementi di gratificazione personale (lo *status*, il consumo, l'apparenza: di qui l'attenzione al look, al brand, alla moda, alle valenze immateriali dei prodotti e la legittimazione

¹⁶⁸ SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, cit., p. 105.

¹⁶⁹ LEBEAU, VICKY, *Lost Angels: Psychoanalysis and Cinema*, Londra-New York, Routledge, 1995, p. 21.

¹⁷⁰ Con incasso globale di \$ 51,525,171 a fronte di un budget di \$ 1,000,00, *The Breakfast Club* è inserito nella lista dei *low-budget movies* di maggior profitto della storia del cinema statunitense.

¹⁷¹ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 797.

estetica della pubblicità). Il cinema del periodo, soprattutto quello di cassetta, in sintonia con questa tendenza, diventò complessivamente meno critico e più ottimista, ma anche meno impegnato socialmente e politicamente e più superficiale.¹⁷²

Hollywood si adegua presto al mutato clima sociale e culturale. Le produzioni del periodo, infatti, propongono un deciso ritorno alla «forma “forte” del racconto»,¹⁷³ con la riapparizione della figura dell'eroe e l'adozione dell'*happy end* quale «*pattern* narrativo dominante, come mostrano i blockbuster d'azione e d'avventura».¹⁷⁴ I *teen movies* degli anni Ottanta, in particolare, si dimostrano sorprendentemente recettivi nei confronti di questi cambiamenti, rendendosi promotori di un crescente «*desire for parental control and authority, not [...] adolescent rebellion and autonomy*»¹⁷⁵ inedito all'interno delle convenzioni del genere: «*the postboomers teenagers prefer the instruction, discipline, and obedience of Star Wars (1977) and The Karate Kid (1984) to the deranged delinquent chaos of Class of 1984 (1982) and Bad Boys (1984)*».¹⁷⁶ Si va così perdendo quel sentimento di resistenza e ribellione che lo studioso Lawrence Grossberg ha definito di «*antidometricity*»,¹⁷⁷ ovvero «*the refusal of institutionalizing parent culture*»,¹⁷⁸ che conduce a un profondo ripensamento dell'adolescenza «*not only as a cultural category but as a social and material body as well*».¹⁷⁹

During the 1950s and 1960s, when parent culture was at its strongest and most authoritative, the teenpics catered to rebellion against Mom and Dad and liberation from the confines of home. In an age where parent culture is vacillating, disjointed, or absent, the teenpics commemorate filial duty and stoke

¹⁷² DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 124.

¹⁷³ DI CHIO, FEDERICO, *L'illusione difficile. Cinema e serie TV nell'età della disillusione*, Milano, Bompiani, 2013, p. 188.

¹⁷⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 124.

¹⁷⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 196.

¹⁷⁶ *Ivi*, cit., p. 197.

¹⁷⁷ GROSSBERG, LAWRENCE, *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*, Londra-New York, Routledge, 1992, p. 187.

¹⁷⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 54.

¹⁷⁹ GROSSBERG, LAWRENCE, *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*, cit., p. 199.

the home fires. The urge for parental (read: paternal) authority is far more likely to fuel a teen-targeted box office hit than is the urge for rebellion.¹⁸⁰

Storici del genere come Jon Lewis, Timothy Shary e Catherine Driscoll sono concordi nell'evidenziare come, a partire dagli anni Ottanta, Hollywood riconduca sistematicamente la *teen culture* «into niches of market»¹⁸¹ attraverso strategie produttive più accurate, complesse e mature rispetto all'approccio della *teen exploitation* dei decenni precedenti. Questa tendenza risulta particolarmente evidente nelle dinamiche che portano all'affermazione di «a new medium of the 1980s that would transform children into consumers with great efficiency: music television».¹⁸²

When MTV debuted in 1981, its purpose was to promote rock stars and to sell music, much like the rock films of the 1950s and the beach films of the 1960s. But MTV became comprehensive system for reaching the teen market through not only music videos but concerts, clothing, game shows, live events, and of course commercials. MTV helped to propel certain movies through playing videos from their soundtracks; it offered endorsements of films through guest appearances of stars; and it became the court where youth culture was told what was cool.¹⁸³

Ripensando alle pellicole appartenenti ai filoni del *rock movie* o del *teen beach movie*, «the genre's association with pop music is exemplary»:¹⁸⁴ fin dagli anni Cinquanta, infatti, il *teen movie* si configura come un genere particolarmente duttile nell'interagire e nell'assorbire al proprio interno componenti provenienti da «other fields, such as popular music, dance and cartoons».¹⁸⁵ Tuttavia, per la prima volta, MTV si rivela capace di creare un sistema di produzione sinergico e convergente, all'interno del quale «increasingly, the distinctions between media zones – cassettes and CDs, television, films, and teen-type magazines – were impossible to discern».¹⁸⁶

¹⁸⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 209.

¹⁸¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 54.

¹⁸² SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 54.

¹⁸³ *Ibidem*.

¹⁸⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 61.

¹⁸⁵ *Ivi*, cit., p. 25.

¹⁸⁶ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

In 1981, the advent of MTV consummated the on-again, off-again flirtation of rock music and television, supplying core programming composed of record company commercials doubling as motion picture trailers for films that incorporated video techniques and rock music soundtracks. With the blockbuster success of the MTV-marketed *Flashdance* (1983), the distinctions between music, music video, television, and motion picture made up a Marshall McLuhan house of mirrors – or, to mix metaphors, a perpetual-motion exploitation machine, pulsating steadily and spiraling wildly through the space of American culture.¹⁸⁷

A partire dagli anni Ottanta, e in maniera ancora più consistente nel decennio successivo, l'industria cinematografica hollywoodiana «si muove verso la “sinergia”»¹⁸⁸ e individua nella *teen audience* il proprio punto di riferimento elettivo: «the entertainment industry ran [...] a fusillade of transmedia synergy fixing Hollywood's most desirable film audience dead center in its crosshairs».¹⁸⁹ Questa nuova tendenza produttiva, destinata a modificare inesorabilmente le dinamiche e le strutture dell'industria cinematografica, «was spurred by multiple factors, notably the dramatic growth of home video and cable, the Reagan-era policies of deregulation and free-market economics, and the obvious impulse to enhance (and exploit) the value of their blockbuster hits».¹⁹⁰ Gli *studios* iniziano quindi a costituirsi in corporazioni mediali attraverso una serie di «operazioni economiche di fusione e di acquisizione riconducibili, da un lato, a strategie di ingresso nel settore dei media da parte di imprese ad esso estranee (ad esempio i casi Sony e General Electric, provenienti dal settore dell'elettronica), dall'altro lato, a strategie di formazione, consolidamento o estensione dei gruppi multimediali».¹⁹¹ Si inaugura così la stagione dei *media conglomerates*,

¹⁸⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

¹⁸⁸ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 42.

¹⁸⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 194.

¹⁹⁰ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 22.

¹⁹¹ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates. Tipologie e profili dei gruppi multimediali*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 55.

preludio, come si avrà modo di approfondire in seguito, di quella che Jenkins ha definito l'era della cultura convergente.

CAPITOLO QUINTO

CONGLOMERATI, SINERGIE, CONVERGENZE

V.1 Conglomerate Hollywood

Come anticipato in chiusura del capitolo precedente, a partire dagli anni Ottanta l'industria cinematografica statunitense si evolve in direzione della sinergia e della «tight diversification»: ¹ «this was a function of the studios' efforts to become more efficient multi-faceted media corporations, focusing on their filmed entertainment divisions while taking full advantage of new delivery systems and revenue streams». ² Tale sinergia si declina in una serie di fusioni, acquisizioni, accorpamenti e affiliazioni che modificano radicalmente il volto dell'industria hollywoodiana e ne espandono sensibilmente le aree di influenza e di intervento. Gli *studios* confluiscono quindi in *media conglomerates*, gruppi multimediali attivi in differenti segmenti di mercato, fondati sulla necessità di sfruttare i benefici e ridurre i rischi connessi all'attività d'impresa di ogni singolo comparto, secondo la logica dell'integrazione. «La ragione d'essere originaria di un gruppo multimediale è lo sfruttamento delle integrazioni che la presenza di più imprese appartenenti a settori diversi ma confinanti, e in parte sovrapponibili, rende possibile». ³ In questo modo, a partire dagli anni Ottanta, e con maggiore consistenza nel decennio successivo, l'industria cinematografica si va configurando come un sistema caratterizzato da relazioni di trasposizione di contenuti, relazioni di mercato e relazioni di influenza.

Da un lato vi sono le *relazioni di trasposizione dei contenuti*, sia in entrata verso il settore cinematografico: un libro, un fumetto (si pensi al filone dei super-eroi) oppure una serie televisiva (si pensi ad esempio a *Star Trek* o a *Sex and the City*) che diventano i soggetti di un film; sia in uscita: un film che diventa libro o

¹ MICKLETHWAIT, JOHN, *Paramount's Problems with Eddie Murphy Soul Honey of a Deal*, «The Wall Street Journal», August 13, 1989, p. 5.

² SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 22.

³ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates*, cit., p. 65.

fumetto (ad esempio *Star Wars* [George Lucas, 1977]) o una serie televisiva (ad esempio *Ghostbusters – Acchiappafantasma* [*Ghostbusters*, Ivan Reitman, 1984]) o una colonna sonora che diventa disco. Dall'altro vi sono *relazioni di mercato*, in cui i film vengono distribuiti su altri segmenti, come nel caso della trasmissione televisiva o della distribuzione dei supporti home video nel caso dei giornali e delle riviste. Infine vi sono *relazioni di influenza*, in cui i media (soprattutto la carta stampata) recensisce e/o informa il pubblico sulla qualità e disponibilità dei film nei diversi mercati del settore cinematografico.⁴

Risultato emblematico di questo processo di relazioni è la nascita del network Fox Television nel 1986, a seguito dell'acquisizione della casa di produzione 20th Century Fox da parte della News Corporation di Rupert Murdoch negli anni 1984-85. Ideato specificatamente come canale distributivo privilegiato per i contenuti prodotti dall'omonimo studio cinematografico, Fox Television riesce in breve a porsi in concorrenza con gli altri principali network televisivi statunitensi, erodendo importanti porzioni di mercato alle cosiddette Big Three del sistema televisivo statunitense: ABC, CBS e NBC.

News Corp.–Fox proved to be one of the most important mergers in industry history. The deal was orchestrated by Barry Diller, who began his career at ABC before moving to Paramount in the 1970s, and then left Paramount for Fox in 1983 after the death of G+W boss Charles Bluhorn (as did Michael Eisner, Diller's protégé at ABC and Paramount, who left for Disney in 1984). Diller convinced Murdoch to invest in and ultimately to buy Fox, thus giving the studio a deep-pocketed parent company with global media holdings ranging from newspapers and magazines to satellite and cable. He then created a fourth US broadcast network, Fox Television, which launched in 1986 and soon was competing successfully with ABC, CBS, and NBC (Block, 1990). The success of the News Corp.–Fox alliance underscored the logic of synergy when properly employed, as well as the impact of cable and the rapidly eroding the power of the Big Three TV networks – an erosion so severe, in fact, that all three changed

⁴ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates*, cit., pp. 61-62.

hands in 1985–6, due to their declining market value and audience share, and to the general uncertainty in the industry (Auletta, 1992).⁵

È importante ricordare che queste dinamiche, industriali e culturali allo stesso tempo, avvengono in un contesto di «progressivo “rilassamento” delle restrizioni proprietarie e delle attività anti-trust della FCC (Federal Communications Commission) e del Dipartimento di Giustizia»,⁶ che ben rispecchia il clima di slancio liberista delle politiche economiche dell'amministrazione Reagan. La deregolamentazione reaganiana permette infatti «all'industria dei media americana di autoregolarsi in risposta agli andamenti del mercato e di “gareggiare” con maggior libertà all'interno di un panorama internazionale sempre più competitivo». ⁷ In questo senso, oltre all'acquisizione della Columbia Pictures da parte di Coca-Cola nel 1982, la fusione News Corp.-Fox si rivela ancora una volta un esempio calzante.

News Corp.-Fox also highlights the importance of the Reagan administration's free-market economic policies and media deregulation campaign, which led to the steady relaxation of both ownership restrictions and antitrust activities by the Federal Communication Commission (FCC) and the Justice Department. Several studios began buying theaters, which had been prohibited since the 1948 *Paramount* decree. But given the current industry structure and the proliferation of delivery systems, the Old Hollywood model of vertical integration – i.e., production– distribution–exhibition within the film sector – no longer made sense. Far more effective was the News Corp.-Fox strategy of multiple “pipelines” to consumers (satellite, cable, broadcast, as well as print) delivering content created and owned by the parent company's media divisions. Another key regulatory concern was the FCC's Financing and Syndication (“Fin-Syn”) Rules, passed in 1970, which prohibited the networks from owning and syndicating their own programs, as well as the cross-ownership of film studios and TV networks. These rules ensured the studios' production and ownership of TV programming, a crucial revenue source that was threatened by FCC chairman Mark Fowler's media deregulation campaign. Despite Fowler's stated intent to roll back Fin-Syn,

⁵ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 22.

⁶ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 43.

⁷ *Ibidem*.

the effort was stymied throughout the 1980s thanks to heavy lobbying by Motion Picture Association president Jack Valenti, the highest-paid lobbyist in the US, as well as Lew Wasserman's gentle pressuring of his former client and close friend, Ronald Reagan (Holt, 2001–2).⁸

Il modello di sviluppo integrato e sinergico del conglomerato mediale News Corp.-Fox assume così un valore cruciale all'interno dell'industria dell'*entertainment* statunitense, segnalandosi come il principale modello di sviluppo industriale per quella che Thomas Schatz definisce la Conglomerate Hollywood. L'integrazione con il mercato televisivo, infatti, «a partire dagli anni Ottanta rappresenta la componente di ricavi più rilevante per il settore cinematografico»⁹ e incoraggia gli *studios* a stringere una serie di nuovi accordi con i network volti, da una parte, a sfruttare le potenzialità di ogni canale distributivo e, dall'altra, ad assicurarsi l'accesso ai mercati di approvvigionamento: si ricordano, per esempio, i sodalizi tra Disney e ABC, Paramount e CBS, Universal e NBC.

Sulla scorta di questi esempi, a cavallo degli anni Novanta una nuova ondata di fusioni e acquisizioni ridefinisce completamente la struttura dell'apparato cinematografico statunitense, segnando un fondamentale «watershed in Hollywood's history, as the logic of synergy and tight diversification met the larger forces of globalization, digitization, and US media deregulation».¹⁰ Oltre agli esempi già citati, si ricordano le fusioni tra Time Inc. e Warner Communications (1989), Sony e Columbia-TriStar (1989), Matsushita e MCA/Universal (1990), Pathé e MGM/UA (1990), Disney e Miramax (1993), Viacom e Paramount (1994), oltre alla fondazione della società DreamWorks SKG da parte di Steven Spielberg, Jeffrey Katzenberg e David Geffen (1994).

In a five-year span from 1990 to 1995, the New Hollywood rapidly transformed into Conglomerate Hollywood, as a new breed of media giants took command of the US film and television industries and became the dominant powers in the rapidly expanding global entertainment industry.¹¹

⁸ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., pp. 22-23.

⁹ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates*, cit., p. 65.

¹⁰ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 25.

¹¹ *Ivi*, cit., pp. 25-26.

Espressione di questo nuovo corso dell'industria cinematografica sono due pellicole distribuite entrambe nel 1989: *Batman (Id., 1989)* e *The Little Mermaid (La sirenetta, 1989)*. Schatz riconosce nel celebre film diretto da Tim Burton e prodotto dal neonato conglomerato mediale Time Warner «un nuovo paradigma di blockbuster hollywoodiano».¹² Infatti, «Time Warner è proprietaria della DC Comics, la casa editrice che pubblica i fumetti di Batman. Questo permette alla compagnia di trasformare il successo del film in una vera e propria “manna” sul mercato globale, tanto che i proventi degli spin-off autorizzati e del merchandising ufficiale superano velocemente gli stessi incassi al botteghino».¹³ Del resto, è lo stesso Terry Semel, capo dello studio, a dichiarare che la produzione di *Batman* rappresenta «the first time we utilized the whole machine of the company. The marketing, the tie-ins, the merchandising, the international».¹⁴

Analogamente, il significativo successo di pubblico del film d'animazione firmato da Ron Clements e John Musker impone *The Little Mermaid* come nuovo modello d'elezione per i prodotti targati Disney, palesando così lo stretto legame tra le pratiche produttive della Conglomerate Hollywood e la logica di sfruttamento propria del *blockbuster franchise*.

La colonna sonora vende tre milioni di copie (per l'etichetta di proprietà della stessa compagnia), mentre il film è campione d'incassi anche nelle vendite in videocassetta. La pellicola genera inoltre alcuni prequel e sequel usciti direttamente in VHS o trasmessi dal canale Disney via cavo. La compagnia produce addirittura una versione del film per Broadway – primo di una serie di musical di enorme successo che durante gli anni Novanta avrebbero riportato il *theater district* newyorkese alle glorie passate. L'immaginario legato al film viene poi ulteriormente rielaborato, da un lato, per essere commercializzato sotto forma di merchandising nelle nuove catene di negozi che Disney aveva aperto nel 1987, dall'altro, per essere esportato nei parchi tematici, nei resort e negli hotel

¹² SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 44.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ BROWN, CORIE, *The Years Without Ross*, «Premiere», January 1996, p. 78.

Disney, che sotto la direzione di Eisner si rivolgono ancora più dichiaratamente a un target “familiare”.¹⁵

In questo senso, le strategie produttive messe in atto dalla Disney si rivolgono sempre più risolutamente «verso la *costruzione* e la *conquista* di un mercato *tween* pienamente dispiegato nel campo dell'intrattenimento mediale»: ¹⁶ come anticipato nel capitolo precedente, nel corso degli anni Novanta la categoria *tween* acquista una crescente rilevanza nel mercato cinematografico statunitense, rivelandosi un fruttuoso settore di investimento.

Il consolidamento della posizione del *tween market* anticipa e convalida le dinamiche di quella che Chris Anderson avrebbe poi definito la «teoria della coda lunga»,¹⁷ secondo la quale «questi sistemi di nicchia possono dare luogo [...] a modelli di business fortemente remunerativi». ¹⁸ Infatti, il sistema sinergico dei *media conglomerates*, costretto a rivolgersi a un'audience sempre più frammentata e differenziata, affina degli strumenti che consentano con sempre maggiore precisione di «individuare segmenti di mercato distinti, omogenei al loro interno e disomogenei tra loro, e di implementare strategie diversificate, che risultino adeguate rispetto alle specifiche esigenze dei consumatori». ¹⁹

Ad assolvere questa funzione sono in prima battuta gli strumenti del marketing, e in particolare le strategie di posizionamento del prodotto filmico assieme agli strumenti operativi del posizionamento, quali l'*advertising*, la *publicity* e la *promotion*, che contribuiscono a formare la consapevolezza dello spettatore nei confronti dell'esistenza di un film e a modulare il cosiddetto *want-to-see*, cioè il desiderio di visione. ²⁰

¹⁵ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 46.

¹⁶ SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, cit., p. 34.

¹⁷ ANDERSON, CHRIS, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion, 2006; trad. it. (consultata) ID., *La coda lunga. Da un mercato di massa ad una massa di mercati*, Torino, Codice Edizioni, 2007.

¹⁸ PESCATORE, GUGLIELMO, *Convergenza digitale e nuove forme culturali*, in FADDA, MICHELE (a cura di), *Corto circuito. Il cinema nell'era della convergenza*, Bologna, ArchetipoLibri, 2011, p. 24.

¹⁹ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 87.

²⁰ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., pp. 128-129.

Inoltre, come si avrà modo di approfondire in seguito, nel tentativo di soddisfare questo processo di «personalizzazione del consumo di cinema»,²¹ la Conglomerate Hollywood si avvale e, anzi, implementa il ricorso a nuovi media che rispondono in maniera più puntuale ed efficace alle esigenze di un sistema in transizione – da *broadcast* a *narrowcast*.

Quelli che chiamiamo “nuovi media” (media digitali e Internet) non sono assimilabili per funzionamento ai media di massa: infatti, l’assetto delle forme tradizionali medialiali si struttura intorno a modelli *broadcast*, in cui la trasmissione avviene da uno a molti e chiunque, in linea di principio, è libero di fruirne. [...] I media digitali, invece, operano in una modalità che si direbbe *narrowcast*, cioè non sono disponibili a tutti ma, anzi, creano nicchie, *enclave*, creano comunità e *social networks*, che hanno caratteristiche ben diverse da quelle che contraddistinguono l’idea di massa, anche nel caso in cui si tratti di fenomeni che riguardano milioni di persone. Non è una questione quantitativa, la differenza è di ordine qualitativo. Inoltre, le nicchie e gli ambiti limitati di fruizione, che i media digitali valorizzano peculiarmente, stanno assumendo sempre più rilevanza economica.²²

V.2 Teen audience: «Hollywood’s most reliable audience»

In questo contesto, che preannuncia già le specificità del cinema della convergenza, il *teen market* continua a costituire un punto di riferimento fondamentale per l’industria cinematografica statunitense. Sin dalla *teen exploitation* degli anni Cinquanta, gli *studios* hanno intuito e sfruttato le potenzialità economiche del pubblico adolescente, trasformandolo in una specifica e fruttifera nicchia di investimento. Non a caso, Thomas

²¹ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 87.

²² PESCATORE, GUGLIELMO, *Convergenza digitale e nuove forme culturali*, cit., p. 24.

Doherty definisce gli «American movies a less-than-mass medium»²³ per la capacità di «reflect teenage, not mass – and definitely not adult – tastes».²⁴

Dopo un periodo di relativa stagnazione, negli anni Novanta la produzione di *teen movies* conosce una stagione particolarmente fertile e fortunata «as long as the media industries encourage teens to enjoy their exploitation through their products».²⁵ Spiega Timothy Shary:

In general terms, after the boom of the early eighties, the output of successful American youth films began to decline by the late eighties, as the “Brat Pack” of popular teen stars in the mid-eighties (e.g., Molly Ringwald, Rob Lowe, Emilio Estevez, Ally Sheed, Judd Nelson) began taking adult roles and Hollywood moved away from the limited market of teen stories. [...] This marginalizing effect continued until the mid-nineties, when Hollywood began to cultivate a revived interest in youth films, partially due to recycling pattern of most film genres, but also in effort to lure youth back to theatres and away from the proliferation of new teen-oriented Internet sites and cable TV channels.²⁶

In verità, l'analisi di Shary appare in parte riduttiva perché non sembra tenere conto della confluenza dei principali *studios* cinematografici all'interno di *media conglomerates* che, come anticipato poco sopra, operano contemporaneamente attraverso media e settori differenti. Infatti, «il modello di business di Hollywood è ormai fondato su uno sfruttamento articolato, multiplatforma e multi finestra, del prodotto cinematografico. Il ruolo di piattaforma- vetrina della distribuzione in sala si è definitivamente affermato, e lo sfruttamento, oltre alle forme ormai svariate di *home/digital entertainment*, comprende stabilmente i ricavi derivanti da attività di *licensing & merchandising*».²⁷

Tuttavia, è importante sottolineare che, negli anni Novanta, «i film al cinema sono rimasti elementi centrali nel sistema dei media»²⁸ e che, grazie alla sua rilevanza strategica, «the outgoing American adolescent will continue to be Hollywood's most

²³ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 1.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 90.

²⁶ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 510.

²⁷ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 131.

²⁸ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 825.

reliable audience, and teenpics the most viable film form».²⁹ «All'inizio degli anni Novanta sono stati realizzati circa 4.000 film in tutto il mondo. Le major e le compagnie indipendenti americane ne hanno prodotti circa tre-quattrocento, ma hanno costituito il 70% degli incassi totali al botteghino. Festeggiando, nel 1994, il suo centenario, il cinema americano si è confermato come l'industria più potente del mondo dal punto di vista economico e culturale».³⁰

In questo contesto, la *teen audience*, ancora una volta, si conferma forza vitale e sostegno portante del mercato statunitense, al punto che Doherty arriva a evidenziare l' incisivo contributo del pubblico adolescente, in particolare femminile, nella straordinaria affermazione al botteghino del kolossal *Titanic* (*Id.*, 1997), uno dei maggiori incassi della storia del cinema.³¹

Thug a phenomenon as mammoth as *Titanic* is by definition a crossover attraction, the film owed its hyperbolic success to repeat viewings from battalions of moonstruck teenage girls, who boarded the vessel again and again, often in packs, to enjoy the vicarious rush of courtship in an age of sexual convention.³²

Del resto, «by 1997, the National teenager-demographic tracking organization Teen Research Unlimited announced that teens labeled “going to the movies the most popular “in” activity, ahead of (in descending order) using the Internet, dating, partying, sports, and shopping».³³ La produzione di *teen movies* riprende dunque con grande slancio, offrendo «a much-needed boost to a previously sluggish film industry, with relatively low-budget productions».³⁴

²⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 211.

³⁰ BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, cit., p. 825.

³¹ Con un incasso globale di \$ 2,186,772,302, *Titanic* occupa attualmente la seconda posizione della classifica dei maggiori Worldwide Grosses stilata dal sito Box Office Mojo, superato solo dai \$ 2,787,965,087 incassati dal film *Avatar* (*Id.*, 2009) nel 2009. Fonte: <http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/?pagenum=1&sort=wwgross&order=DESC&p=.htm> (consultato il 5 ottobre 2016).

³² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 206.

³³ WEEKS, JANET, *Hollywood is Seeing Teen: Younger Set Favors Movies Above All*, «USA Today», December 22, 1997, p. D1.

³⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 511.

By the mid-nineties, the latest expansion of youth movie production emerged, especially in the wake of highly successful and/or provocative youth films such as *The Brady Bunch Movie* (Betty Thomas, 1995), *Kids*, *Dangerous Minds* (John N. Smith, 1995), *Powder* (Victor Salva, 1995), *William Shakespeare's Romeo + Juliet* (Baz Luhrmann, 1996), *Scream* (Wes Craven, 1996), *Foxfire*, and *Girls Town* (Jim McKay, 1996).³⁵

La produzione di *teen movies* negli anni Novanta rielabora gli stessi filoni e sottogeneri che avevano già garantito il successo del genere nei decenni precedenti e che continuano a costituire «the frame in which youth films are made and marketed in the early twenty-first century, even as a number of the particular styles within the subgenres fade or change».³⁶

Teen films of the mid- to late 1990s would be confrontational about more issues than crime and sex; these films began looking at sexual orientation, gender discrimination, and the postmodern nature of teen films in general. In the surest sign of change since the 1980s, teens on screen began having sex again, and even liking it, as they learned to explore their sexual practices and endeavored to actually educate themselves about the subject.³⁷

In particolare, in questo periodo, due tendenze si impongono con significativa rilevanza all'interno del genere, distinguendosi per vivacità di risultati e remuneratività al botteghino. In prima istanza, si conferma la solidità del sempreverde sottogenere *teen horror*, che vive una delle sue stagioni più fertili grazie al successo commerciale di opere come *Scream* (*Scream – Chi urla muore*, 1996) e *I Know What You Did Last Summer* (*So cosa hai fatto*, 1997).

Scream, in particolare, «is usually offered as a turning point»³⁸ perché, da una parte, riesce a dar vita a un fortunatissimo *franchise* (tre film tra il 1996 e il 2000, un *reboot* nel 2011 e una serie televisiva iniziata nel 2015), mentre dall'altra, grazie alla sua natura

³⁵ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 510.

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 89.

³⁸ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 90.

«reflexive and self-aware»,³⁹ rispecchia in maniera esemplare le peculiarità del *teen movie* postclassico descritte nel capitolo precedente.

Il primo film si rivela presto un grande successo, rimanendo ancora oggi lo *slasher movie* più redditizio negli Stati Uniti. La particolarità principale del film sta nei suoi richiami intertestuali e nella sua autoreferenzialità. Innanzitutto, *Scream* riprende un filone che emerge a metà degli anni '70 ma sembra esaurirsi a metà degli '80, quello dei *teen-oriented slasher movies*. Del filone, il film di Craven riprende alcune convenzioni di base: un gruppo di teenager al centro della storia, ogni personaggio presentato come potenziale vittima (ma anche potenziale colpevole), personaggi femminili costantemente in pericolo, sessualizzati e stalkerizzati, serial killer apparentemente immortali, violenza esplicita ed estetizzata. [...] Oltre alla violenza esplicita e performata, una delle chiavi del successo di *Scream* sta nel fatto che queste convenzioni di genere sono impiegate per creare un prodotto che mira a 'giocare' con il proprio pubblico, quello composto da adolescenti e giovani adulti degli anni '90 che hanno visto fin troppi *slasher* e che sanno cosa aspettarsi.⁴⁰

Il film di Wes Craven, infatti, «incorporated satire of teen horror as teen horror».⁴¹ In questo modo, grazie al suo gioco citazionista e alle sue strategie di riflessività, *Scream* dimostra come il *teen horror* postclassico abbia imparato ad aggiornare e rimodellare le convenzioni del genere per fidelizzare il proprio pubblico di riferimento: «knowing what will happen, the audience is offered teens who also know what will happen (but not to them), and this builds suspense of a novel kind – not focused on what will happen but on the style of its happening».⁴² Non a caso, «after the success of *Scream*, a few other non-slasher teen horror films join the revival».⁴³

³⁹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 100.

⁴⁰ BREMBILLA, PAOLA, *You Can Literally Feel the Fear in This Campus. La rappresentazione della paura nel franchise Scream, tra cinema e televisione*, «Griseldaonline», 15, 2015, <<http://www.griseldaonline.it/temi/paura/rappresentazione-paura-scream-cinema-televisione-brembilla.html>> (consultato il 20 ottobre 2016), pp. 2-3.

⁴¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 85.

⁴² *Ivi*, cit., p. 90.

⁴³ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 103.

What followed the ‘Scream’ series was another set of resurrections: some imitative, like Samuel Bayer’s remake of *Nightmare I*; some reinventing, like Rob Zombie’s new ‘Halloween’ films; and some ridiculing, like the ‘Scary Movie’ series, which Shary refers to as ‘exploiting and satirizing the subgenre’s most visible elements’.⁴⁴

Accanto ai *teen horror*, inoltre, negli anni Novanta si assiste anche alla ripresa di un tipo di produzione che rinverdisce la tradizione dei cosiddetti *clean teens* degli anni Cinquanta e raccoglie l’eredità dei *teen movies* post-AIDS degli anni Ottanta. Si tratta di una tendenza che, come già esposto precedentemente, rispecchia il clima socio-culturale dell’epoca.

Buttoned-down and other-directed, the 1990s teenpics rejected the orgiastic excess and revelry in rebellion that typified their predecessors. Oppressive adults and violent peers were banished or peripheral, and, in a socially significant burst of wish fulfillment, one of the quainter conceits held that, absent, inattentive, or neurotic boomer parents notwithstanding, the kids are (*mutatis mutandis*) well adjusted and mature, everything Mom and Dad aren’t. In *Don’t Tell Mom the Babysitter’s Dead* (1991), adolescents liberated from adult authority turn into – responsible adults.⁴⁵

In questo senso, *Clueless* (*Ragazze a Beverly Hills*, 1995) si rivela particolarmente significativo, anche per i fenomeni di cultismo di cui è stato fatto oggetto. Scritto e diretto da Amy Heckerling, e liberamente ispirato al romanzo *Emma* di Jane Austen, il film è ambientato in un «purified, commodified teen world»,⁴⁶ nel quale si fondono e si alternano senza soluzione di continuità «consumption and cluelessness»,⁴⁷ mentre vengono deliberatamente ignorate problematiche giovanili come «ethnic animosity and homophobia».⁴⁸ Nonostante *Clueless* si dimostri «smartly ironic about this hyper-clean

⁴⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 92.

⁴⁵ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 201.

⁴⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 59.

⁴⁷ WALD, GAYLE, *Clueless in the Neocolonial World Order*, «Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies», 42, 1999, p. 60.

⁴⁸ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 204.

image»,⁴⁹ infatti, «the ethos recalls an earnest film on dating etiquette from the 1950s: smoking is not cool, drugs are even cooler, and good grooming is a definitive plus». ⁵⁰ Inoltre, il film si uniforma alla tendenza secondo la quale «instances of ‘first sex’ were portrayed far less often»:⁵¹ non a caso, «as in Victorian novels and slasher films, the heroine of *Clueless* is a virgin». ⁵²

V.3 Il cinema della convergenza

La fine degli anni Novanta sancisce una svolta decisiva nel processo di sviluppo dell'industria cinematografica hollywoodiana, influenzato da fattori come la crescita esponenziale dei ricavi dei mercati esteri, che per la prima volta superano quelli generati dal mercato domestico, la rapidissima e fortunatissima diffusione del DVD nel mercato *home video* e, soprattutto, il consolidamento dei conglomerati mediali attraverso una serie di operazioni che «coincidono sia con la completa dismissione delle restrizioni dovute alle Fyn-Syn (avvenuta nel 1995), sia con l'approvazione al Congresso degli Stati Uniti del Telecommunications Act (nel 1996), che sancisce una volta per tutte la legalità della “proprietà incrociata” dei media». ⁵³ L'intero sistema industriale si ritrova così concentrato nelle mani di sei grandi corporazioni mediali, le cosiddette Big Six, che «possiedono tutti i network statunitensi, il 90% delle *cable TV* e tutte le vecchie major cinematografiche [...] producono e distribuiscono circa la metà di tutti i film americani (generando però oltre l'85% dei ricavi) e forniscono oltre l'80% della programmazione del *prime time*». ⁵⁴

At that point all four of the US broadcast TV networks were directly aligned with a Hollywood studio, and all were owned and controlled by global media

⁴⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 59.

⁵⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 205.

⁵¹ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 104.

⁵² DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 205.

⁵³ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 47.

⁵⁴ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 131.

conglomerates. Indeed, Conglomerate Hollywood had attained oligopoly status by the early 2000s, with six companies – News Corp., Sony, Time Warner, Viacom, Disney, and General Electric – taking in over 85 percent of the movie revenues and supplying over 80 percent of the primetime TV programming in the US, by far the world’s richest media market (Epstein, 2005a). The term “Big Six” was commonly used in the industry trade press to reference either the conglomerates or their studios, which were increasingly adept at coordinating their respective operations and objectives. Key to this effort, of course, was the Hollywood blockbuster, which was re-engineered to accommodate the changing – and steadily expanding – media landscape.⁵⁵

In questo modo, all’alba del nuovo millennio, i *media conglomerates* «had attained a level of synergy across their movie, television, and home entertainment sectors that resulted in unprecedented revenues and profits».⁵⁶

Fabrizio Perretti puntualizza che, analizzando le attività di questi gruppi mediali, è possibile evidenziare alcune disomogeneità tra i modelli di sviluppo delle Big Six.

In particolare, risulta possibile suddividere i sei studios in tre tipologie principali: a) quelli appartenenti a gruppi multimediali *ristretti*, presenti in due comparti principali focalizzati o sul segmento video, come nel caso Universal (General Electric) e Paramount (Viacom), o su due segmenti (video e audio) dell’industria culturale, come nel caso Columbia (Sony); b) quelli appartenenti a gruppi multimediali *allargati*, presenti in quattro comparti principali focalizzati sul segmento testo e video, come nel caso 20th Century Fox (News Corp.) e Warner (Time Warner); c) quelli appartenenti a gruppi multimediali *estesi*, presenti in tutti i comparti, ma con una incidenza maggiore nel segmento video, come nel caso Walt Disney (Disney).⁵⁷

Tuttavia, al netto di queste differenze, è importante sottolineare come, nel suo complesso, il nuovo sistema produttivo messo in atto dalla Conglomerate Hollywood, basato su uno sviluppo sinergico e su uno sfruttamento integrato dei propri prodotti,

⁵⁵ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., pp. 27-28.

⁵⁶ *Ivi*, cit., p. 36.

⁵⁷ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates*, cit., p. 63.

abbia costituito uno dei fattori fondamentali per l'affermazione dell'era della cultura convergente. «L'introduzione della tecnologia digitale nella produzione, la rimozione di molti vincoli normativi al consolidamento di *Studios* e *broadcaster* televisivi, l'arrivo dei DVD, della TV *multi-channel* e di internet, inaugurarono l'età della "convergenza"». ⁵⁸

Il termine *convergenza* viene introdotto nel dibattito sui media dal sociologo Ithiel De Sola Pool, che analizza secondo una prospettiva socio-economica l'impatto delle innovazioni tecnologiche sulla comunicazione e sull'industria. ⁵⁹ Nel 2006 Henry Jenkins mutua da questa definizione il concetto di *convergenza culturale*, «che meglio di ogni altro definisce sia la logica di funzionamento dei nuovi media (estesa immediatamente anche ai "vecchi", tra cui il cinema), sia il modello di società e cultura che essi alimentano». ⁶⁰ L'analisi della trilogia di *Matrix* (*Id.*, 1999-2003) contenuta nel suo celeberrimo volume *Convergence Culture*, ⁶¹ costituisce un punto di riferimento fondamentale per lo studio di quei fenomeni non riconducibili alla semplice dimensione cinematografica.

Convergenza significa, in breve, proprio questo: quelli che prima chiamavamo "mezzi di comunicazione di massa" ora si sovrappongono, si mescolano, si combinano, si piegano con maggiore flessibilità agli usi che decidiamo di farne, ai nostri tempi, ai nostri spazi.

La "convergenza dei media" non è, però, un processo solamente tecnologico, o dettato dalla tecnologia. Per allontanarsi da questa visione troppo ingenua e fallace, che fa della tecnica la causa che si ripercuote sui nostri comportamenti (il modo in cui usiamo i media, in questo caso), Henry Jenkins ha coniato l'espressione "cultura convergente". Considerata l'importanza e pervasività dei

⁵⁸ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 131.

⁵⁹ Per approfondimenti si vedano in particolare DE SOLA POOL, ITHIEL, *Technologies of Freedom*, Cambridge, Harvard University Press, 1983; trad. it. (consultata) ID., *Tecnologie di libertà: informazione e democrazia nell'era elettronica*, Torino, UTET, 1995 e DE SOLA POOL, ITHIEL, NOAM, ELI M., *Technology without Boundaries: On Telecommunications in Global Age*, Cambridge, Harvard University Press, 1990; trad. it. (consultata) ID., *Tecnologie senza frontiere: le telecomunicazioni nell'era globale*, Torino, UTET, 1998.

⁶⁰ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, in CARLUCCIO, GIULIA, MALAVASI, LUCA, VILLA, FEDERICA (a cura di), *Il cinema. Percorsi storici e questioni teoriche*, Roma, Carrocci editore, 2015, p. 160.

⁶¹ JENKINS, HENRY, *Convergence Culture*, cit., pp. 81-130.

mezzi di comunicazione nella società contemporanea, e il fatto che i media non sono solo semplici strumenti, ma piuttosto *ambienti* in cui siamo immersi, il mutamento in corso è davvero culturale. Riguarda cioè la “cultura” nel suo senso più ampio, antropologico: “un intero modo di vita”, come l’ha definita Raymond Williams.⁶²

I processi di sviluppo tecnologico-informatico, insieme alla diffusione capillare del medium internet e alla progressiva digitalizzazione dei contenuti, sono premesse indispensabili all’affermazione della convergenza. Tuttavia, essi da soli non risultano sufficienti ad analizzare le peculiarità del sistema della cultura convergente proposto da Jenkins, che implica una necessaria e «profonda ridefinizione dell’identità dei singoli mezzi di comunicazione e dell’idea stessa di “sistema dei media”». ⁶³ A questo proposito, nel suo recente volume *La galassia Lumière*, Francesco Casetti suggerisce di rintracciare la peculiarità ontologica di un medium non tanto – e non più – nella sua matrice tecnologica, bensì nella sua natura esperienziale.

Evocare l’esperienza mi servirà per allontanarmi da un approccio che pone invece al centro la tecnologia del cinema. Esiste infatti una tradizione di studi, in cui vengono spesso fatti rientrare autori come Marshall McLuhan e Friedrich Kittler, che ritiene che la “base materiale” del medium non solo determini direttamente la maniera in cui noi percepiamo quello che esso ci offre – e il mondo di cui esso si fa mediatore – ma anche ne definisca direttamente la natura. [...] Appellarsi alla centralità dell’esperienza significa rovesciare questa prospettiva: ciò che costituisce il nocciolo identitario di un medium è la maniera in cui esso mobilita i nostri sensi, la nostra riflessività e le nostre pratiche – una maniera che ha indubbiamente subito l’influenza di un dispositivo tecnologico, ma che si è anche venuta cristallizzando nel tempo, fino a costituire una forma culturale riconoscibile in sé, e che può riattivarsi in diverse circostanze. [...] Si tratta solo di tener conto di un quadro più ampio, nel quale la tecnologia non è l’unico elemento determinante, soprattutto in un’epoca come la nostra in cui essa acquista una maggiore leggerezza e si rende disponibile a più usi. È in questo

⁶² GRASSO, ALDO, SCAGLIONI, MASSIMO, *La televisione convergente*, in GRASSO, ALDO, SCAGLIONI, MASSIMO (a cura di), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Milano, Link Ricerca, RTI, 2010, pp. 11-12.

⁶³ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 160.

quadro che emerge con nettezza il fatto che un medium sia un modo di vivere, di sentire, di riflettere e di reagire, non legato necessariamente a una singola “macchina”, neppure quella che gli ha apparentemente dato vita.⁶⁴

Si apre così uno scenario all'interno del quale è assegnata una rilevanza inedita allo spettatore, elemento centrale e privilegiato di un processo che comporta significative mutazioni, sia dal lato della produzione, sia da quello della fruizione.

Del ricco e sfaccettato dibattito sulla convergenza, quello su cui preme focalizzarsi in questa sede è l'analisi di quelle pratiche di consumo e di produzione che hanno modificato irreversibilmente l'industria cinematografica statunitense, tanto nelle sue dinamiche, quanto nei suoi prodotti – tra cui, naturalmente, i *teen movies*. Oggi Hollywood, riconfigurata e rimodellata all'interno di complessi e sfaccettati conglomerati mediali, «genera oggetti che non ricadono più nei consueti modelli di comunicazione, ma che diventano oggetti usabili, sia dal punto di vista della produzione (costellazione di prodotti), sia dal punto di vista della fruizione, originando forme di riappropriazione e riuso (come ad esempio remix e *mashup*)». ⁶⁵ Conclude Casetti: «ne deriva, più che un abbandono dell'esperienza di cinema, una sua riarticolazione: essa assume nuovi aspetti, che disegnano un quadro complessivo più composito e più differenziato». ⁶⁶

V.4 Convergenza: pratiche di consumo

Il cinema della convergenza, dunque, ponendo al centro lo spettatore e le sue inedite possibilità di interazione dovute all'avanzamento tecnologico e alla digitalizzazione dei contenuti, «finisce per erodere i modelli e le pratiche di consumo storicamente associati a un determinato *medium*, attribuendo al fruitore un ruolo inedito nella definizione delle coordinate spazio-temporali che incorniciano la fruizione e, di conseguenza, nella

⁶⁴ CASETTI, FRANCESCO, *Galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene*, Milano, Bompiani, 2015, pp. 12-13.

⁶⁵ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 138.

⁶⁶ CASETTI, FRANCESCO, *Galassia Lumière*, cit., p. 17.

progettazione dell'esperienza mediale». ⁶⁷ Lo spettatore subisce così una metamorfosi: si trasforma da «*consumatore cinematografico*, interessato cioè più al cinema come luogo di incontro che come luogo di proiezione di una pellicola», ⁶⁸ a «*consumatore filmico*, animato dalla necessità di *vedere un film* anche in un contesto diverso da quello della sala cinematografica». ⁶⁹

La convergenza introduce infatti delle modalità di consumo che «non hanno più lo schermo come unico centro» ⁷⁰ e che contribuiscono in maniera sostanziale a innescare un irreversibile processo di delocalizzazione della fruizione, cui consegue una progressiva marginalizzazione dei luoghi tradizionali della visione come. «Prima la televisione, poi anche l'home-video, la pay-TV, la pay-per-view, fino al recente DVD moltiplicano le possibilità di visione», ⁷¹ che raggiungono potenzialità esponenzialmente maggiori grazie alla diffusione di internet e attraverso lo sviluppo di nuovi *devices* e di piattaforme tecnologiche mobili e multifunzionali, come computer, tablet e telefonini. Prende forma così una dinamica che Guglielmo Pescatore definisce di *deistituzionalizzazione* della filiera e della fruizione e che coinvolge tanto il consumo quanto la produzione cinematografica.

Il cinema, così come altre forme mediali, è passato da una filiera fortemente istituzionalizzata alla proliferazione di modalità di fruizione e produzione non istituzionali; per quanto riguarda innanzitutto la fruizione, non avviene più in un luogo identificabile, riconoscibile, deputato, come tradizionalmente era inteso lo spazio fisico della sala cinematografica; per quanto riguarda invece le produzioni, non avvengono più secondo le modalità tradizionali ma in forma quanto mai diversificate, come nel caso delle cosiddette “produzioni dal basso”. Inoltre, la cifra della diversificazione è ben rappresentata dal fatto che viviamo immersi in una proliferazione di schermi dalle diverse dimensioni: abbiamo a che fare con schermi ridottissimi (2-3 pollici) e schermi giganteschi (I-MAX) e tra questi due poli si posizionano tutte le misure intermedie che contribuiscono a rendere più

⁶⁷ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 161.

⁶⁸ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 89.

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ CASETTI, FRANCESCO, *Galassia Lumière*, cit., p. 16.

⁷¹ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 89.

complesso il panorama di riferimento, in cui l'unica forma istituzionale lascia spazio ad una serie di forme e formati di schermo differenti.⁷²

Alla *deistituzionalizzazione* suggerita da Pescatore corrisponde l'idea di *rilocalizzazione* introdotta nel dibattito sulla convergenza da Francesco Casetti nel suo articolo *L'esperienza filmica e la ri-localizzazione del cinema*:⁷³ «il termine [...] descrive bene lo spostamento “fisico” a cui la digitalizzazione e la logica della convergenza predispongono tipologie testuali prima associate a un determinato contesto di fruizione, portandole a occupare nuovi spazi sociali, ad agire (e interagire) in nuovi ambienti mediali e a disegnare nuove modalità esperienziali».⁷⁴

Conseguentemente alla comparsa e alla sempre più massiccia adozione di queste nuove modalità esperienziali, cambia inevitabilmente anche il profilo dello spettatore della convergenza, ormai *consumatore filmico*, contraddistinto da un'autonomia e da un dinamismo inediti per il vecchio *consumatore cinematografico*.

Il pubblico è stato considerato per lungo tempo semplicemente come una sommatoria di soggetti passivi pronti a consumare avidamente e ad accettare qualsiasi prodotto venisse loro offerto. I consumatori di prodotti audiovisivi adottano oggi un approccio attivo, dimostrando di essere spettatori dinamici, che consumano, ma che discutono e riflettono su quanto consumato e che sono attenti alla comprensione dei prodotti mediatici, anche costruendosi un ruolo dinamico nella creazione di nuovi materiali derivati.⁷⁵

La convergenza, attraverso le sue dinamiche di *deistituzionalizzazione* e di *rilocalizzazione* dell'esperienza mediale, porta quindi a una progressiva «personalizzazione del consumo di cinema»,⁷⁶ che implica un nuovo modello di audience, più dinamica, selettiva, reattiva e connessa rispetto al passato. Si tratta di una audience *attiva*, per dirla con

⁷² PESCATORE, GUGLIELMO, *Convergenza digitale e nuove forme culturali*, cit., p. 21.

⁷³ CASETTI, FRANCESCO, *L'esperienza filmica e la ri-localizzazione del cinema*, «Fata Morgana», 4, aprile 2008, pp. 23-40.

⁷⁴ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 161.

⁷⁵ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 129.

⁷⁶ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 87.

Mariagrazia Fanchi,⁷⁷ *nomade*, parafrasando Jenkins,⁷⁸ e *performativa*, per adottare una delle «sette parole chiave per il cinema che viene»⁷⁹ di Casetti.

Si tratta di una audience che alla propensione alla personalizzazione del consumo, accompagna una forte tendenza all'interattività. Le nuove tecnologie rendono, infatti, più labile il confine tra produzione e fruizione, promuovendo la partecipazione attiva della audience sia nella forma dell'interazione con i prodotti dell'industria culturale, sia nella forma di una produzione culturale autonoma.

Una spiccata tendenza tecnologica è, del resto, una condizione alimentata dalla logica stessa della convergenza, che invita sempre più il consumatore a superare il ruolo di mero “ricettore” per farsi produttore di contenuti originali o re impaginatore di contenuti preesistenti. L'esempio offerto dalla piattaforma YouTube, nata nel 2005, è emblematico e segna un punto di svolta nella storia dei media: non solo perché YouTube si è trasformato rapidamente in uno spazio di condivisione delle iniziative creative dell'audience, di cui contiene idealmente un catalogo tipologico piuttosto esaustivo, ma anche perché rivela compiutamente le trasformazioni condotte dalla convergenza nei rapporti di forza tra industrie mediali e consumatori. Questi ultimi possono oggi giocare un ruolo del tutto inedito, forti di un potere di interazione e partecipazione in grado di influenzare, in forma diverse, i fronti della produzione e della circolazione dei contenuti, processi fino a oggi governati dalle multinazionali della comunicazione (anche in termini di coinvolgimento dell'audience).⁸⁰

Emerge dunque chiaro un sistema all'interno del quale la convergenza moltiplica esponenzialmente le possibilità di accesso al prodotto filmico, grazie soprattutto alla progressiva digitalizzazione dei contenuti mediali, all'introduzione di molteplici *devices* e alla promozione di piattaforme distributive diverse. La convergenza, però, contribuisce in maniera sostanziale a modificare il ruolo e il peso dello spettatore, o consumatore, all'interno dell'industria culturale, ridefinendo l'intricata rete di relazioni e correlazioni che lo legano agli altri agenti del sistema mediale contemporaneo.

⁷⁷ Per una ricognizione sugli *audience studies* si veda in particolare FANCHI, MARIAGRAZIA, *L'audience. Storia e teorie*, Roma-Bari, Laterza, 2014.

⁷⁸ JENKINS, HENRY, *Convergence Culture*, cit., p. XLII.

⁷⁹ CASETTI, FRANCESCO, *Galassia Lumière*, cit., p. 18.

⁸⁰ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 162.

I fenomeni di *fandom*, le pratiche di *mashup* e remix audiovisivo, la condivisione di materiale in siti *peer-to-peer*, le operazioni di *upload* e *download* attraverso piattaforme web, portali di *videosharing* e *social networks*, la creazione di forum e siti dedicati a film o personaggi finzionali, sono tutti esempi di pratiche *grassroots*, ormai comuni, che sanciscono inconfutabilmente la definitiva metamorfosi dello spettatore convergente, consumatore e, allo stesso tempo, produttore di contenuti mediali.⁸¹ Queste nuove pratiche di consumo, naturalmente, si inseriscono in un sistema più ampio e complesso che tocca e ridefinisce in maniera sostanziale anche le pratiche di produzione.

A una lettura banalmente biunivoca dei processi in corso nell'età della convergenza, con l'ormai consueta contrapposizione fra pratiche *top-down* d'incorporazione e pratiche *bottom-up* di resistenza (fra cui *fandom* e cultismo), resa canonica da Henry Jenkins, andrebbe contrapposta una visione più articolata e organica delle interrelazioni fra le diverse componenti del sistema dei media, da un lato, e degli specifici media (come il cinema, che conserva una propria, specifica fisionomia) intesi essi stessi come sistemi complessi. Più precisamente, le pratiche di *fandom* cinematografico devono essere interpretate entro il più ampio quadro dei processi di consumo mediale e culturale nonché alla luce delle specifiche e contingenti caratteristiche del sistema mediale stesso: le strategie produttive e distributive dell'industria cinematografica contemporanea, con le forme di valorizzazione che derivano da precise scelte di marketing; la conformazione del mercato e della circolazione del prodotto cinematografico, con le sue specifiche istituzioni (festival, premi, critica, forme di censura o di mancata distribuzione); le caratteristiche tecnologiche che consentono o inibiscono forme inedite di distribuzione o di fruizione; il quadro dei linguaggi, delle forme testuali e dei generi, attorno a cui si sviluppano specifiche pratiche di valorizzazione e di *fandom*.⁸²

⁸¹ Per approfondimenti sui fenomeni di *fan-fiction* e le pratiche di *fandom* si vedano DUFFETT, MARK, *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*, Londra, Bloomsbury Academic, 2013 e GRAY, JONATHAN, SANDVOSS, CORNEL, HARRINGTON, C. LEE, *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York, New York University Press, 2007.

⁸² SCAGLIONI, MASSIMO, *Consumo di cinema e pratiche di fandom*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 247.

V.5 Convergenza: pratiche di produzione

«È facile intuire, infine, come la logica della convergenza sottoponga anche i singoli linguaggi e le singole forme testuali a processi di integrazione, scambio e ibridazione sempre più intensi».⁸³ Col volgere del nuovo millennio, infatti, i grandi *media conglomerates* statunitensi riescono a mettere a punto una serie di pratiche produttive, sempre più sistematiche ed efficaci, volte a sfruttare al massimo le potenzialità commerciali del sistema convergente all'interno del quale operano: «thus Conglomerate Hollywood reached a new equilibrium in the early 2000s, whereby a balance and integration of its overall media operations generated record revenues and profits while enabling the Big Six media giants to enjoy collective dominion over an ever-expanding entertainment marketplace».⁸⁴

I gruppi multimediali hanno cambiato la logica della produzione cinematografica [...] Si tratta di una logica che, da un lato apre nuove prospettive, anche creative, permettendo la potenziale contaminazione con linguaggi e mezzi appartenenti ad altri comparti; dall'altro che riduce i margini di manovra e li condiziona ai fini di una logica economica che imponendo alcuni standard, tende a non selezionare e a escludere tutti quei progetti che non si conformano alle regole di uno sfruttamento multimediale.⁸⁵

Nei primi anni Duemila, infatti, Hollywood intensifica significativamente la sua già consolidata attitudine alla produzione di *franchise* e blockbuster. Approfittando della posizione di predominio all'interno di un mercato sempre più globalizzato e, soprattutto, sfruttando le potenzialità del sistema sinergico della convergenza, l'industria cinematografica plasma quello che Thomas Schatz definisce il *global entertainment franchise*.

⁸³ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 162.

⁸⁴ SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, cit., p. 37.

⁸⁵ PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates*, cit., p. 69.

Dall'inizio del nuovo millennio, infatti, gli studios tentano di realizzare blockbuster “sfora-franchise” ancora più compulsivamente di prima. In altre parole, dai primi anni Duemila le strategie di business delle major sono sempre più finalizzate alla produzione e alla promozione di blockbuster in grado di alimentare in *franchise* – ovvero, mega-film studiati a tavolino per sostenere una *product line* di film simili e un vasto assortimento di prodotti per l'intrattenimento a essi collegati, tutti destinati a favorire le varie dimensioni mediali o dell'entertainment interne ai conglomerati di cui le stesse major sono imprese sussidiarie.⁸⁶

Non stupisce dunque che, in questo contesto, prenda corpo una netta tendenza alla serializzazione dei fenomeni mediali e del prodotto cinematografico nello specifico, attraverso l'offerta di sequel, remake, *spin-off*, *crossover* e, più recentemente, a pratiche di *reboot*. Come già illustrato precedentemente, l'investimento massivo in blockbuster e *franchise* è una prerogativa specifica dell'industria hollywoodiana. Tuttavia, la propensione a questo tipo di produzioni cresce vertiginosamente a partire dal 1999, quando vengono distribuiti al cinema *The Matrix* (*Matrix*, 1999) e *Star Wars: Episode I – The Phantom Menace* (*Star Wars: Episodio I – La minaccia fantasma*, 1999). Da questo momento, infatti, «lo sfruttamento strategico di questi *franchise*, insieme alle più ampie forze in movimento a livello industriale (come la globalizzazione, la digitalizzazione, e così via), ha creato [...] dei sistemi di entertainment espansi, che rappresentano quasi delle sub-industrie a sé stanti».⁸⁷ Del resto, il valore commerciale di questi prodotti è tale che, nel 2011, concluso il primo decennio di ricorso metodico alle pratiche produttive della convergenza, «più della metà dei cinquanta film di maggiore successo di tutti i tempi derivano da sei *franchise*, e dai loro sequel: *Star Wars redux*, *Harry Potter*, *Il signore degli anelli*, *Shrek*, *Spider-Man*, *Pirati dei Caraibi*».⁸⁸

Se si guarda ai campioni d'incasso del periodo, è evidente la centralità dei *franchise*. Quelli affermati del periodo precedente sono stati sfruttati

⁸⁶ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 48.

⁸⁷ *Ivi*, cit., p. 49.

⁸⁸ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 49.

intensivamente: *Alien* (5 film), *Terminator* (5), *Mamma, ho perso l'aereo!* (3), *Spider-man* (8), *Guerre stellari* (9), *Arma letale* (4), *Beverly Hills Cop* (3), *Die Hard* (5), *Men in Black* (3), fino all'interminabile *Star Trek* (ben 12 capitoli dal 1979 al 2013!). Altri *franchise*, lanciati nel periodo, hanno alimentato nuove saghe, alcune delle quali ancora in corso: *Harry Potter* (8 film), *Il signore degli anelli* + *Lo Hobbit* (3 + 3), *Pirati dei Caraibi* (5), *Shrek* (4), *L'era glaciale* (5), *Transformers* (5), *X-Men* (9), *Matrix* (3), *Cronache di Narnia* (3), *Mission: Impossible* (5), *La Mummia* (3), *Ocean's...* (3), *Bourne* (4), *Fast & Furious* (7), *Hunger Games* (4).⁸⁹

Dunque, «nei primi anni 2000 si è assistito [...] a un'esplosione dei titoli "seriali", paragonabile a quella che ha contraddistinto il decennio cinematografico Ottanta».⁹⁰ Infatti, come esposto anche nei capitoli precedenti, già a partire dalla metà degli anni Ottanta si assiste a un cambiamento delle forme seriali cinematografiche, che sempre più sembrano riproporre e rispecchiare dinamiche tipiche del medium televisivo. Tuttavia, è importante sottolineare come la maggior parte dei *franchise* lanciati negli anni Ottanta seguisse il modello di sviluppo della «serie serializzata»,⁹¹ basata cioè sulla logica del sequel e della concatenazione lineare di singoli episodi. I *franchise* del nuovo millennio, al contrario, rispondono al modello della saga, laddove «ciò che differenzia il sequel e la saga è principalmente l'assenza di un progetto iniziale che preveda la realizzazione di diverse puntate ispirate al medesimo soggetto di partenza [...] La saga, invece, nasce come tale. È il frutto di un progetto narrativo e produttivo di ampio respiro».⁹²

Le saghe hollywoodiane degli anni Duemila si trasformano così in prodotti serializzabili ad alto tasso di fidelizzazione, caratterizzati da una struttura modulare e una spiccata propensione alla replicabilità. Soprattutto, in piena logica della convergenza, questi *franchise* si prestano a molteplici tipi di fruizione grazie alla migrazione dei contenuti narrativi su diverse piattaforme, promuovendo così la partecipazione attiva della audience di riferimento. Lo spettatore della convergenza, in definitiva, non si interfaccia

⁸⁹ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 132.

⁹⁰ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 174.

⁹¹ INNOCENTI, VERONICA, *Serialità*, in CARLUCCIO, GIULIA, MALAVASI, LUCA, VILLA, FEDERICA (a cura di), *Il cinema. Percorsi storici e questioni teoriche*, Roma, Carrocci editore, 2015, p. 278.

⁹² CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 174.

più con dei singoli testi, bensì con *concept* capaci di generare una molteplicità di forme testuali, per i quali Justin Wyatt ha coniato la definizione di *high concept movie*.⁹³

Modulabile, riadattabile ad altri contesti ludici e di intrattenimento, caratterizzato da una chiusura narrativa nella singola occorrenza testuale, l'*high concept* cinematografico è [...] un prodotto flessibile, che può dare vita a *prequel*, *sequel* e *reboot*, lasciando ampia possibilità di ridefinizione dei processi diegetici. Il prodotto cinematografico contemporaneo può essere considerato come un oggetto ad alto potenziale economico, sfruttabile in vari contesti e che possiede tutte le caratteristiche necessarie ad essere inteso (e promosso) come un film-evento, cioè come occasione “imperdibile” nel panorama dei media che attrae una potente copertura da parte dei mezzi di comunicazione.⁹⁴

Per ottimizzare le potenzialità commerciali insite nelle dinamiche del sistema mediale convergente, l'industria cinematografica si spinge dunque a sperimentare nuove formule narrative e nuovi modelli di progettazione e organizzazione dei contenuti, in direzione di una *pervasive information architecture*.⁹⁵ Infatti, «in virtù della sua articolazione, della sua complessità, e della sua tendenza a debordare in svariati ambiti mediali, il blockbuster contemporaneo necessita di forme di organizzazione del sapere narrativo che, più che secondo una struttura lineare, si configurano come architetture informative»,⁹⁶ alla ricerca di quella *intensified continuity* che David Bordwell⁹⁷ riconosce come caratteristica distintiva del cinema hollywoodiano contemporaneo.

Analizzando questa dinamica di «intensificazione e stratificazione di strategie narrative e figurative [...] unita allo sfruttamento sempre più pervasivo di archi narrativi di

⁹³ WYATT, JUSTIN, *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*, Austin, University of Texas Press, 1994.

⁹⁴ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 133.

⁹⁵ RESMINI, ANDREA, ROSATI, LUCA, *Pervasive Information Architecture: Designing Cross-Channel User Experiences*, Burlington, Elsevier, 2011.

⁹⁶ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 134.

⁹⁷ BORDWELL, DAVID, *Intensified Continuity: Visual Style in Contemporary American Film*, «Film Quarterly», LV, 3, 2002.

media-lunga durata tipico dei *franchise* hollywoodiani»,⁹⁸ Henry Jenkins teorizza il concetto di *transmedia storytelling*. Nelle sue parole, «transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience».⁹⁹

La logica creativa e industriale del *franchise* ha potenziato enormemente ciò che viene definito *transmedia storytelling*, cioè la pratica di dar corpo a universi narrativi che vivono su più media, con forme espressive differenti. Non si tratta semplicemente di adattare ai diversi mezzi di comunicazione la stessa storia, ma di far sì che in ciascuno di essi vi sia qualcosa di unico e di specifico che però rimandi a ciò che c'è altrove, e che l'insieme di queste componenti interrelate generi un universo organico, *multi-stream* e *multi-layer*, che di fatto “permei” la vita dell'utente, raggiungendolo in momenti diversi e con i linguaggi più disparati. I film rimangono naturalmente il centro di questi universi, ma lo sviluppo avviene anche in libri, serie TV (d'animazione e non), videogiochi, albi a fumetti, video online, siti internet, app, aprendosi spesso al contributo partecipativo dei fan.¹⁰⁰

Parallelamente, Guglielmo Pescatore introduce nel dibattito sulla convergenza la definizione di *ecosistema narrativo*,¹⁰¹ secondo la quale «le forme di narrazione dominanti al giorno d'oggi sono quelle senza un centro, caratterizzate da una crescente

⁹⁸ FASSONE, RICCARDO, *Film come evento mediale. La trilogia de Il signore degli anelli*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014, p. 239.

⁹⁹ JENKINS, HENRY, *Transmedia Storytelling 101*, March 22, 2007, <http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html> (consultato il 23 settembre 2016).

¹⁰⁰ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 133.

¹⁰¹ Per un approfondimento sul concetto di ecosistema narrativo si faccia riferimento, oltre che ai testi già citati, alla ricca opera di Guglielmo Pescatore, tra cui BISONI, CLAUDIO, INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione*, in BISONI, CLAUDIO, INNOCENTI, VERONICA (a cura di), *Media Mutations – Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, Modena, Mucchi Editore, 2013; INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Architettura dell'informazione nella serialità televisiva*, «Imago», 3, 2011; INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, ROSATI, LUCA, *Converging Universes and Media Niches in Serial Narratives. An Approach through Information Architecture*, in LUGMAYR, ARTUR, DAL ZOTTO, CINZIA (a cura di), *Media Convergence Handbook – Vol. 2. Firms and Users Perspectives*, Berlino, Springer, 2016.

interattività e che lasciano sempre più spazio e autonomia a una nuova tipologia di fruitore». ¹⁰² Rielaborando l'idea di *transmedia storytelling*, dunque, lo studioso pone l'accento soprattutto sul carattere di *scalabilità* dei prodotti mediali convergenti, evidenziando come «questi contenuti possano essere fruiti attraverso varie piattaforme tecnologiche, in situazioni comunicative quanto mai diversificate». ¹⁰³

Si tratta dunque di progettare non più oggetti testuali, ma di lavorare su un modello generale, pensato in anticipo per evolversi e con un elevato grado di coerenza tra tutti i suoi componenti. Il centro non è più una narrazione unica, da cui si irradiano gli altri oggetti, ma un universo che può accogliere virtualmente infinite narrazioni anche slegate tra loro. ¹⁰⁴

Naturalmente, questo insieme di nuove dinamiche e pratiche produttive provoca «una sorta di “spostamento sismico” dal punto di vista estetico» ¹⁰⁵ all'interno delle produzioni hollywoodiane contemporanee, con un significativo riassetto delle categorie dei generi classici. Il sistema della convergenza, infatti, spinge Hollywood a realizzare che alcuni generi rispondono meglio ai meccanismi e alle dinamiche del *transmedia storytelling*, prestandosi così con maggiore efficacia a essere trasformati in *high concept movie* e a generare fruttuosi *global entertainment franchise*. Per esempio, «il fantasy, alveo di riferimento delle più importanti saghe, si è trasformato, da genere tradizionalmente poco rappresentato nella cinematografia hollywoodiana, nel nuovo paradigma narrativo dominante delle costruzioni trans mediali di inizio millennio». ¹⁰⁶ Del resto, spiega Colin B. Harvey:

La fantascienza e il fantasy rappresentano i “modi” privilegiati della narrazione transmediale. Da *Guerre Stellari* a *Star Trek*, da *Tron* a *Il Signore degli Anelli*, i generi del fantastico offrono esperienze narrative interrelate che si dispiegano

¹⁰² INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 129.

¹⁰³ PESCATORE, GUGLIELMO, *Convergenza digitale e nuove forme culturali*, cit., p. 23.

¹⁰⁴ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 136.

¹⁰⁵ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 49.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

attraverso romanzi, film, siti web, contenuti per cellulari, fumetti videogame, giocattoli e le sempre più numerose varietà di *user-driven content* (UDC). [...] La mia opinione è che lo specifico carattere “sfocato” del fantasy permetta ai creatori e ai fruitori di prodotti transmediali una maggiore flessibilità memoriale in confronto ai generi non-fantasy, e che questo aspetto sia centrale per comprendere perché il fantasy nelle sue varie espressioni sia il genere preminente sul terreno del *transmedia storytelling*.¹⁰⁷

Accanto al fantasy e alla fantascienza, inoltre, «negli “anni Zero” c’è stata una vera esplosione del genere supereroico»,¹⁰⁸ che pure si rivela particolarmente adattabile alle logiche del *transmedia storytelling*. Infatti, dipendendo da testi di partenza che costituiscono dei veri e propri *ecosistemi narrativi*, i supereroi filmici «arrivano al cinema già come eroi transmediali, che esistono al di fuori dei testi, familiari a tutti perché depositati in un immaginario di massa».¹⁰⁹

Naturalmente, come si avrà modo di approfondire, il *teen movie* recepisce e assimila le peculiarità del cinema della convergenza. Genere eclettico ed eterogeneo, capace di sopravvivere ai mutamenti socio-culturali e di aggiornarsi in base alle esigenze commerciali imposte dal mercato, ancora una volta il *teen movie* si dimostra abile nel riuscire a corrispondere i nuovi trend emergenti per soddisfare le richieste della propria audience di riferimento.

¹⁰⁷ HARVEY, COLIN B., *Transmedia Storytelling, memoria “sfocata” e il dominio del fantasy*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012, p. 165.

¹⁰⁸ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 133.

¹⁰⁹ POLLONE, MATTEO, *Tutto si tiene, tutto si distrugge. Il superhero movie contemporaneo e il caso di The Dark Knight*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014, p. 257.

CAPITOLO SESTO

IL *TEEN MOVIE* NELL'EPOCA DELLA CONVERGENZA

VI.1 Il *teen movie* come terreno di convergenze

All'alba del nuovo millennio, in seguito alle fusioni e alle acquisizioni che a partire dagli anni Ottanta hanno contribuito a modificare definitivamente il volto dell'industria culturale statunitense, Hollywood si evolve con sempre maggiore risolutezza in direzione del cinema della convergenza. L'assetto delle nuove dinamiche produttive porta alla realizzazione di *global entertainment franchise* basati su film dalla struttura aperta, replicabile e rimodulabile, costruiti attraverso la logica del *transmedia storytelling*. Questi prodotti risultano così caratterizzati da una estendibilità permanente che instaura «nel fruitore una particolare *sensazione di permanenza*»,¹ favorendo la sua partecipazione attiva al processo di costruzione e sviluppo dell'universo narrativo legato al *franchise*. Particolarmente incisivo, in questo senso, risulta essere il sistema di integrazione dei media tipico della Conglomerate Hollywood, che permette al prodotto di essere fruito attraverso molteplici piattaforme e secondo esigenze e modalità differenti.

Estensione, accesso e brand sono indicate come le parole-chiave che consentono un'interpretazione compiuta del fenomeno della convergenza televisiva. Esse mostrano i punti salienti di trasformazione di quella filiera che lega la produzione, da un lato, e il consumo, dall'altro: il prodotto che diventa un testo esteso, l'accesso che si moltiplica e il *brand* che assurge a fattore cruciale per la gestione dei programmi quanto delle reti.²

Il *teen movie*, genere commerciale sensibile alle richieste e alle trasformazioni del mercato, intercetta presto questi cambiamenti e si modifica per sfruttare appieno le

¹ INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo*, cit., p. 138.

² GRASSO, ALDO, SCAGLIONI, MASSIMO, *La televisione convergente*, cit., p. 15.

potenzialità economiche della convergenza. Del resto, la *teen audience* si conferma una forza trainante del mercato cinematografico, nonché un punto di riferimento fondamentale per l'industria dell'entertainment. In questo contesto, infatti, la produzione di *franchise* «continua a seguire le due declinazioni già abbozzate nel periodo precedente. Una è indirizzata al target più squisitamente familiare [...] l'altra è rivolta più decisamente a un pubblico di giovani adulti». ³ Il *teen movie*, dunque, si affaccia «into the twenty-first century as an important cinematic genre, and as a revealing indicator of adolescent trends as well as cultural attitude about youth». ⁴

La rinnovata fortuna del *teen movie* approfitta sistematicamente delle potenzialità offerte dal nuovo sistema produttivo messo in atto dalla Conglomerate Hollywood, basato tanto su uno sviluppo sinergico e transmediale, quanto su uno sfruttamento integrato dei propri prodotti. Nei primi anni Duemila, infatti, «the union between Hollywood and TV has paid off handsomely». ⁵ Gli *studios* appartenenti ai grandi *media conglomerates* contemporanei si avvalgono di questo sistema produttivo sinergico per immettere sul mercato una serie di nuovi prodotti rivolti a soddisfare le esigenze della *teen audience*: «the movie market inevitably works to synergize its influences with teen-oriented TV shows and Internet sites as well». ⁶

Various media outlets began covering the escalating interest in teen culture, which was apparent not only at the multiplex but in television shows such as *Party of Five*, *Buffy the Vampire Slayer*, *7th Heaven*, *Moesha*, and the relatively huge hit *Dawson's Creek* (developed by *Scream* screenwriter Kevin Williamson), and which thus had a synergistic effect in increasing the output of teen roles in the cinema. ⁷

Questa strategia produttiva dedicata ai *teen movies* si intensifica fortemente in seguito alla progressiva digitalizzazione dei contenuti imposta dalla convergenza, all'evoluzione dei processi di sviluppo tecnologico-informatico e, soprattutto, alla

³ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 132.

⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 109.

⁵ EPSTEIN, EDWARD JAY, *The Rise of the Home Entertainment Economy*, «MPA: Worldwide Market Research», 2005, < <http://www.edwardjayepstein.com/mpa2004.htm> > (consultato il 29 ottobre 2016).

⁶ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 12.

⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, cit., p. 511.

diffusione capillare del medium internet. È importante notare, infatti, come «quel vasto pubblico di età compresa tra i 15 e i 30 anni, che costituisce il core audience dell'utenza Internet»,⁸ si sovrapponga idealmente alla *teen audience* cinematografica, intesa naturalmente come categoria elastica e flessibile, come precisato precedentemente.

This strategy certainly appeared to be working at the turn of the century, since the Internet had established its prominence as a means of two-way youth communication, and television networks expanded with more channels carrying teen shows that often found synergistic cult followings with movies, music, and fan blogs, as with *Buffy the Vampire Slayer* and *Dawson's Creek*, and later *Veronica Mars*, *Friday Night Lights*, and *Glee*.⁹

Il sistema produttivo della convergenza non si limita alla sinergia con il medium televisivo, ma si estende agli altri media e favorisce dinamiche di contaminazione e interrelazione tra i testi afferenti a ogni medium. Questo perché «il fatto che il pubblico conosca già l'universo narrativo contenuto in una pellicola consente di mettere in pratica una particolare forma di posizionamento, che potremmo definire “di richiamo”, poiché si riferisce a concetti, a personaggi, a tematiche che sono già presenti nella mappa di percezione dei segmenti-obiettivo»,¹⁰ permettendo così all'industria cinematografica di individuare e fidelizzare facilmente il proprio *primary target*. Del resto, «Hollywood's preference for producing films based on existing material over original screenplays makes good economic sense, especially when it's time to market the movie».¹¹

Timothy Shary e Stephen Tropiano individuano nel crescente interesse degli *studios* per la *young adult literature*, la narrativa rivolta agli adolescenti e ai giovani adulti, uno dei trend più incisivi e significativi del nuovo millennio all'interno della produzione di *teen movies*.

Just as adult best sellers are likely to eventually find their way to big screen (or get optioned by a studio and stuck in what is known in Hollywood as

⁸ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 180.

⁹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 12.

¹⁰ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 177.

¹¹ TROPIANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., p. XI.

“development hell”), the studios are turning to young adult literature (YAL), popular novels and book series written for young readers, for source material. The list of 2012 releases included big-budget adaptations (Suzanne Collins’s *The Hunger Games*, *The Twilight Saga: Breaking Dawn – Part 2*) and smaller, indie dramas (Judy Blume’s *Tiger Eyes*, Stephen Chbosky’s *The Perks of Being a Wallflower*). The list of 2013 releases is even longer. Like *Harry Potter* and *Twilight*, most are in the fantasy, horror, and mystery genres: Kami Garcia and Margaret Stohl’s *Beautiful Creatures*, Cassandra Clare’s *The Mortal Instruments: City of Bones*, Isaac Marion’s *Warm Bodies*, Orson Scott Card’s *Ender’s Game*, and Suzanne Collins’s sequel to *The Hunger Games*, *Catching Fire*. Other YAL adaptations in the works included Joseph Delaney’s *The Spook’s Apprentice* (retitled *Seventh Son*) and Joe Hill’s *Horns*.

Television has also capitalized on the popularity of YAL. The latest trend on youth-oriented channels like ABC Family and the CW Network is to adapt popular teen book series into horror and mystery shows targeted toward a young female demographic: L.J. Smith’s *The Vampire Diaries* (2009–) and *The Secret Circle* (2011-2012), and Sara Shepard’s *Pretty Little Liars* (2010–) and *The Lying Game* (2011–).¹²

Parallelamente, Catherine Driscoll evidenzia invece come «the popularity of live action teen film adaptations from manga or anime speaks the mutual influence of these forms».¹³ Particolarmente indicativo, in questo senso, risulta essere il caso di *Bleach* (*Id.*, 2001-2016), popolare *manga* giapponese scritto e illustrato da Tite Kubo. Diventato presto oggetto di fenomeni di cultismo in tutto il mondo, *Bleach* è riuscito a dare vita a un complesso ecosistema narrativo e, soprattutto, a un fruttifero *franchise* transmediale, composto da una serie televisiva *anime*, quattro lungometraggi d’animazione, due *light novels*, un musical teatrale, CD, videogiochi, giochi da tavolo, merchandising, innumerevoli siti di *fandom* e un prossimo remake cinematografico a opera della casa di produzione Warner Bros. Del resto, come evidenzia Matteo Pollone, i fumetti perseguono già dagli anni Ottanta uno sviluppo transmediale e convergente, basato su una *intensified continuity* che porta alla creazione di ecosistemi narrativi

¹² TROPIANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., p. X.

¹³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 161.

sempre più complessi, estesi e sfaccettati, anticipando così le dinamiche del cinema della convergenza.

Oggi [...] alla diffusa tradizione del *sequel* si accompagna quella di universi narrativi coerenti in grado di espandersi parallelamente, esattamente come nel fumetto. La pianificazione accurata di mondi connessi regolati da rigorose *continuity* avviene nei *comics* attorno alla metà degli anni Ottanta, quando al primo grande *crossover* Marvel, *Secret Wars* (*Guerre segrete*, 1984-1985), la DC risponde con *Crisis on Infinite Earths* (*Crisi sulle Terre infinite*, 1985-1986). Questo tipo di strategia si intensifica negli anni Duemila, quando Joe Quesada, allora *editor-in-chief* Marvel, decide di aumentare i legami tra le diverse collane e, di conseguenza, il numero di *crossover* tra esse. Contemporaneamente viene lanciata l'etichetta *Ultimate Marvel*, pensata per riscrivere le origini di molti dei personaggi più noti della casa editrice. A inaugurare il marchio sono gli *X-Men* e *Spider-Man*, non a caso le prime due collane di lì a poco adattate per il cinema. La malleabilità delle narrazioni a fumetti a tema supereroico porta così a continue rivisitazioni, che impongono alle collane una *serialità debole*.¹⁴

L'esempio dei *comics* e dei *manga* come *Bleach* può essere utile per capire in che modi le dinamiche del sistema di produzione della convergenza si adattano al contesto del genere *teen movie*. Rielaborando la definizione di «concept of dialogism»¹⁵ coniata dal filosofo ed epistemologo Mikhail M. Bakhtin, Marsha Kinder afferma che, in definitiva, il significato di ogni forma di comunicazione «is understood against the background of other concrete utterances on the same theme, a background made up of contradictory opinions, points of view and value judgements».¹⁶ In questo senso, il *background* che concerne il *teen movie* non è composto esclusivamente dal corpo di testi che appartengono al genere stesso – vale a dire, come esposto precedentemente, all'insieme di temi, *tòpoi*, strutture narrative e situazioni peculiari sulla cui ripetizione si basa il genere. Al contrario, questo *background* afferisce al «complex field of cinema,

¹⁴ POLLONE, MATTEO, *Tutto si tiene, tutto si distrugge. Il superhero movie contemporaneo e il caso di The Dark Knight*, cit., p. 256.

¹⁵ BAKHTIN, MIKHAIL M., *The Dialogic Imagination: Four Essays*, Austin, University of Texas Press, 1982, p. 281.

¹⁶ KINDER, MARSHA, *Playing with the Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Berkeley, University of California Press, 1993, p. 2.

television, music, and celebrity»,¹⁷ e ancora merchandising, *advertising* e *fandom*, che Driscoll identifica e riassume nella definizione di *youth culture*. I *teen movies* si rivelano così, più di altri generi, un terreno fertile e idoneo alla convergenza.

Intertextuality describes a field of connections between a text and other texts but not every element of a film's cultural context equally shapes its meaning for an audience. *Genre* explains how some of those connections are guides for the text's interpretation. While all genres work this way one of the characteristics of teen film is that the connections it foregrounds easily slips across media forms, openly taking meaning from peripheral connections like the image of the band whose track plays for just few seconds in one scene. A teen film text knows it is a transmedia text and that the material it works with is the whole youth culture. And the transmedia story told by teen film is shaped by the constraints of different media as well.¹⁸

Il *teen movie* si profila così come un genere genuinamente sinergico e transmediale, che approfitta pienamente delle potenzialità del cinema della convergenza per continuare a rivestire una posizione di rilievo all'interno del mercato cinematografico contemporaneo: «as the motion picture industry slouched toward its second full century, the health of teen-targeted cinema was as vibrant as at any time in Hollywood history».¹⁹

VI.2 Convergenza *teen*: generi tradizionali

In questo contesto fervido e fecondo, il *teen movie* «remained in place into twenty-first-century American cinema [...] even as a number of particular styles within the subgenres fade or changed».²⁰ Il sistema di sottogeneri, cicli e filoni tipico di questo genere così ibrido ed eclettico, dunque, sopravvive al corso del nuovo millennio,

¹⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 138.

¹⁸ *Ivi*, cit., p. 139.

¹⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 206.

²⁰ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., pp. 11-12.

seppure opportunamente aggiornato per soddisfare le esigenze di un mercato in forte mutamento.

Il *teen horror*, ancora una volta, fornisce l'esempio più calzante per riuscire a capire quali cambiamenti il sistema produttivo della convergenza imponga al *teen movie*. Innanzitutto, è importante sottolineare come questo particolare sottogenere si presti efficacemente alle pratiche del *remaking* e della realizzazione seriale, assai diffuse nel primo decennio degli anni Duemila. Titoli come *Halloween H20: 20 Years Later* (*Halloween – 20 anni dopo*, 1998) e *The Texas Chainsaw Massacre* (*Non aprite quella porta*, 2003) rinnovano nel *teen market* l'interesse per i *teen horror* più fortunati degli anni Settanta e Ottanta, dando l'avvio a una fitta serie di prequel e sequel come *Scream 3* (*Id.*, 2000) ed *Exorcist: The Beginning* (*L'esorcista – La genesi*, 2004), remake e *reboot* come *The Amityville Horror* (*Amityville Horror*, 2005) ed *Evil Dead* (*La casa*, 2013) e ancora *crossover* come *Freddy vs. Jason* (*Id.*, 2003). Inoltre, si contribuiscono a lanciare nuovi prolifici *franchise* di vigoroso impatto commerciale, come quelli inaugurati dalle pellicole *Final Destination* (*Id.*, 2000), *Saw* (*Saw – L'enigmista*, 2004), *Hostel* (*Id.*, 2005) e *My Super Psycho Sweet 16* (*Id.*, 2009).

Intanto, è possibile ipotizzare che esistano caratteristiche del *new horror* che ne fanno un genere *rifacibile*; che esistano cioè nei testi di partenza “inviti” più o meno espliciti alla replicazione e al rifacimento. Il più evidente di questi è certamente costituito dalla natura intrinsecamente seriale di molti film del *new horror*. Da *Halloween – La notte delle streghe* a *The Texas Chainsaw Massacre* (*Non aprite quella porta*, Tobe Hooper, 1974), fino a *Friday The 13th* (*Venerdì 13*, Sean S. Cunningham, 1980) e *The Hills Have Eyes* (*Le colline hanno gli occhi*, Wes Craven, 1977), gran parte degli horror prodotti nella «golden age» del genere hanno dato vita a serie più o meno lunghe e fortunate. L'apertura alla serializzazione e alla ripetizione è dunque un tratto fondante del *new horror*, i cui *franchise* più noti formano saghe costituite da innumerevoli sequel, remake e *reboot*. Ma non è tutto: i film del filone del *new horror* costituiscono una matrice ideale per operazioni di *remaking* anche in virtù del loro status di opere di culto; di film, cioè, capaci di dare vita a esperienze spettatoriali intensamente

partecipate e per questo facilmente richiamabili mnemonicamente nel contesto della “doppia visione” presupposta dal remake.²¹

Inoltre, il *teen horror* – e il *teen movie*, in generale – degli anni Duemila dimostra di saper sfruttare con successo il rapporto sinergico tra cinema e televisione, realizzando film per il grande schermo ispirati a serie TV e, viceversa, adattando lungometraggi cinematografici a narrazioni seriali televisive. In questo senso, può essere utile approfondire il caso già citato del *franchise* di *Scream*: la serie *Scream: The TV Series* (*Id.*, 2015–), ispirata all’omonima tetralogia firmata Wes Craven, dimostra infatti come il *teen horror* sappia adattare le proprie caratteristiche tanto alle esigenze della audience di riferimento, quanto alle peculiarità medium di appartenenza. Infatti, pur giocando con le convenzioni degli *slasher horror* degli anni Settanta e con i numerosi elementi di citazionismo legati alla pellicola originale del 1994, *Scream: The TV Series* riesce a modificare e ibridare la propria natura per adattarsi al cosiddetto «ecosistema MTV»²² del quale fa parte. In questo modo, la serie può attivare degli efficaci processi di fidelizzazione del pubblico di *millennials* che costituisce la nuova *teen audience* di riferimento.

I riferimenti ai film disseminati nella serie TV sono innumerevoli. Ma se *Scream* teneva gli *slasher movies* come punto di riferimento anche per il capovolgimento finale, *Scream: The TV Series* porta l'autoreferenzialità e la consapevolezza a un altro livello, facendo dichiarare a un personaggio che uno *slasher* non può funzionare in televisione, deve per forza diventare qualcos'altro, riflettendo quindi anche sull'adattamento cross mediale del concept e sul linguaggio televisivo contemporaneo. Il passaggio da una costruzione che punta a rivelare il *whodunit-whydunit*, alla serie di omicidi che fungono invece da motore per complesse e intricate reti di relazioni fra personaggi, porta infatti in primo piano l'esigenza di riempire una narrazione che si estende nel tempo e che è il risultato

²¹ FASSONE, RICCARDO, *Essi ri-vivono. Il remake nel cinema horror americano contemporaneo*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014, pp. 226-227.

²² BREMBILLA, PAOLA, *You Can Literally Feel the Fear in This Campus. La rappresentazione della paura nel franchise Scream, tra cinema e televisione*, cit., p. 9.

dell'ibridazione di generi diversi, nel nostro caso il thriller-horror a tinte *slasher* con il *teenage drama*.²³

Oltre al sottogenere horror, continuano a prosperare anche gli altri filoni più rappresentativi del *teen movie*, pur con qualche puntuale correzione. Persiste, in prima istanza, la copiosa produzione di commedie di ambientazione scolastica, tra le quali *Bring It On* (*Ragazze nel pallone*, 2000), *Mean Girls* (*Id.*, 2004), *She's the Man* (*Id.*, 2006), *Juno* (*Id.*, 2007), *Easy A* (*Easy Girl*, 2010) e *The Perks of Being a Wallflower* (*Noi siamo infinito*, 2012). Parallelamente, riprende con nuovo slancio anche il *juvenile delinquent drama* con titoli come *Go* (*Go – Una notte da dimenticare*, 1999), *Girlfight* (*Id.*, 2000), *Thirteen* (*Thirteen – 13 anni*, 2003), *Havoc* (*Havoc – Fuori controllo*, 2005), *Anytown* (*Id.*, 2009) e *The Bling Ring* (*Bling Ring*, 2013).

Passando in rassegna le pellicole appartenenti a entrambi i filoni, è possibile cogliere come «teenage girls in American cinema at the turn of the century emerged as more aware of their past mistreatment and misrepresentation and more in control of their destiny, both politically and sexually».²⁴ L'industria cinematografica, infatti, prende coscienza di quanto «by the end of the 1990s teenage girls had become a more potent force at the box office».²⁵ Di conseguenza, aggiornando il sillogismo della “Peter Pan Syndrome” di Bertock precedentemente esposto, Hollywood inizia a investire nella realizzazione di opere capaci di attrarre la componente femminile della *teen audience* di riferimento, individuando nella giovane protagonista del *teen movie* di culto *Heathers* (*Schegge di follia*, 1988) «a direct precursor of the 1990s popular feminist groundswell known as *girl power*».²⁶

Nello stesso periodo, inoltre, continua la produzione di fortunati *romantic melodrama* quali *A Walk to Remember* (*I passi dell'amore*, 2002) e *The Fault in Our Stars* (*Colpa delle stelle*, 2014), mentre esplose con rinnovato vigore quella di *sex comedy* come *American Pie* (*Id.*, 1999), capostipite di un redditizio *franchise* e di innumerevoli casi di

²³ BREMBILLA, PAOLA, *You Can Literally Feel the Fear in This Campus. La rappresentazione della paura nel franchise* *Scream*, tra cinema e televisione, cit., pp. 8-9.

²⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 95.

²⁵ WEINRAUB, BERNARD, *Who's Lining Up at the Box Office? Lots and Lots of Girls*, «New York Times», February 23, 1998, p. B4.

²⁶ ROBERTS, KIMBERLEY, *Pleasures and Problems of the “Angry Girl”*, in (a cura di) GATEWARD, FRANCES, POMERANCE, MURRAY, *Sugar, Spice and Everything Nice: Cinemas of Girlhood*, Detroit, Wayne State University Press, 2002, p. 217.

emulazione, che denota però come «the major studios continue featuring teenage sex as primarily a male concern»:²⁷ «the same double standard that promoted female sexual practice while denying female sexual pleasure in earlier youth films was obviously still a disruptive factor in bringing more realistic and positive depictions of teenage sexuality to American movies».²⁸

Infine, all'interno del genere *teen movie*, sopravvive la tendenza alla produzione dei cosiddetti *clean teens*, già riaffermatisi negli anni Novanta. Tuttavia, all'alba del nuovo millennio, questo filone si rivolge in maniera più esplicita e specifica alla *tween audience*, ormai al centro di un progressivo e inesorabile processo di «spettacolarizzazione»²⁹ da parte dell'industria dell'entertainment. Esempi di questo filone sono *The Sisterhood of Traveling Pants (4 amiche e un paio di jeans, 2005)* e il suo sequel datato 2008, basati sulla serie omonima di quattro romanzi, e, soprattutto, il *franchise* transmediale originato dal film televisivo *High School Musical (Id., 2006)*. Prodotto per Disney Channel, *High School Musical* «clearly reprises the 'clean teen' version of the rock/pop musical that Doherty represents as the pinnacle of trasmedia merchandising in the 1950s»³⁰ e riesce a dare vita a un fruttifero *franchise* transmediale implementando massivamente le potenzialità sinergiche e convergenti insite in misura embrionale in questo particolare sottogenere fin dalle sue origini. Alla pellicola del 2006 seguono due sequel, uno televisivo (2007) e uno cinematografico (2008), tre *spin-off*, tre *novelization* degli episodi originali, una serie di libri ispirata ai personaggi principali, sei videogiochi prodotti dalla divisione Disney Interactive Studios, due musical teatrali, un tour di concerti, uno show su ghiaccio, un reality show per giovani cantanti il cui premio consiste nella realizzazione di un videoclip da includere nella pellicola *High School Musical 3: Senior Year (Id., 2008)* e ben ventiquattro CD tra colonne sonore, *live album*, *compilation*, EP e singoli. Inoltre, nel 2016 la Disney ufficializza lo sviluppo di un quarto capitolo della saga da aggiungere alla trilogia principale.

²⁷ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 107.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, cit., p. 34.

³⁰ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 136.

If the high-school musical is particularly conducive to clean-teen narratives it is also perfect for broadcast television, where the absence of regulated classification means a more general audience needs to be addressed. *High School Musical's* intersection of film and television echoes, in some respects, the 1980 hit *Fame*, remade in 2009 after *High School Musical's* success but also drawing heavily on the *Fame* (1982-7) television series based on the first film. *High School Musical* also largely provided an opening for the hit television series *Glee* [...] In fact, Disney has influenced this subgenre more generally because the high-school musical's space of training and tableau draws on the talent show and child prodigy factory of *The Mickey Mouse Club* television series (1955-9, 1977, 1989-94).³¹

In questo modo acquista sempre maggiore rilevanza nel mercato «una serie di prodotti per lo più a marchio Disney (gli “original movie” *High School Musical* e *Camp Rock*, le serie *Hannah Montana*, *I maghi di Waverly* e *Jonas*, e via discorrendo) che porta i *tween* al centro dell'attenzione»³² e che dà seguito, come anticipato, a quella tendenza di infantilizzazione del *teen movie* già avviata nel decennio precedente.

In questo senso, il caso più rilevante è quello della saga di *Harry Potter*. Grazie agli oltre 2 miliardi dollari³³ incassati in tutto il mondo dagli otto lungometraggi (2001-2011) tratti dai sette romanzi (1997-2007) firmati da J.K. Rowling, quello di *Harry Potter* si afferma come uno dei *franchise* cinematografici più redditizi della storia, secondo solo a quello di *Star Wars* e a quello del Marvel Cinematic Universe. Inoltre, tra questi, è l'unico ad appartenere a pieno titolo al genere *teen movie* e a rivolgersi specificatamente a un pubblico adolescente: grazie a un'attenta e proficua campagna di marketing, che sfrutta il racconto della crescita dei giovani protagonisti, la saga punta ad attrarre e fidelizzare tanto la *tween* quanto la *teen audience*, allargando così il proprio

³¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 138.

³² SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, cit., p. 35.

³³ L'incasso complessivo dell'intera saga monitorato dal sito Box Office Mojo è di \$ 2,391,805,822. Ma lo stesso sito accredita a \$ 2,548,033,945 gli introiti del cosiddetto J.K. Rowling's Wizarding World, che conta anche i guadagni del recente *spin-off Fantastic Beasts and Where to Find Them (Animali fantastici e dove trovarli*, 2016), tratto da un romanzo della stessa autrice e a sua volta capostipite di una nuova saga cinematografica. Fonte: < <http://www.boxofficemojo.com/franchises/?view=Franchise&sort=sumgross&order=DESC&p=.htm> > (consultato il 28 novembre 2016).

target di riferimento. «In ciò risiede l'originalità del posizionamento di questa serie: i personaggi della storia crescono insieme agli spettatori».³⁴

Teen film conventions are increasingly important to the film series as it progresses in ways that cannot be reduced to discussing the more 'mature', 'dark' or 'gruesome' content of the later books and films. [...] The 'Harry Potter' film focus on the power of institutions, the question of maturity, and the danger of minority. From the beginning these themes, and hints of a romantic triangle between Harry, Ron and Hermione, overshadow the more usual tween narratives about confidence and independence. While the sexual development of the characters in the book series lags considerably behind adolescents of the same age in the real world – at fifteen, Harry is still puzzled by awkward feelings around waiting to ask out a girl – the films can't afford such deferral if they are to accommodate the aging of their existing audience or seem credible to audiences invited by cues like the ratings of increasingly violent content and images of adolescent stars.³⁵

Sull'onda del successo dei romanzi e delle pellicole, il *franchise* di *Harry Potter* si arricchisce di quattordici videogiochi, un adattamento teatrale e tre romanzi *spin-off*, di cui uno a sua volta capostipite di una nuova saga cinematografica in cinque episodi ancora in produzione. Inoltre, l'ampliamento e l'arricchimento dell'ecosistema narrativo legato al *franchise* potteriano stimola un più che mai vivace fenomeno di pratiche *fandom* e di *fan fiction* da parte del pubblico, meticolosamente analizzato da Jenkins nel suo *Cultura convergente*.³⁶ In questo senso, «the HP fandom [...] exemplifies the ways ideas about adolescence do not just shape teen film, and are not just communicated by youth culture more generally, but are produced by complex dialogues between texts, audience, and culture».³⁷

Infine, «oltre a rappresentare un fenomeno editoriale, cinematografico e promozionale, *Harry Potter* costituisce un caso di merchandising senza precedenti».³⁸ La casa di produzione Warner Bros., infatti, struttura una imponente rete di *licensing* per

³⁴ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 211.

³⁵ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., pp. 145-146.

³⁶ JENKINS, HENRY, *Convergence Culture*, cit., pp. 179-221.

³⁷ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., pp. 147-148.

³⁸ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 213.

promuovere il *franchise*, a cominciare dalla partnership internazionale da 150 milioni di dollari stretta con la Coca-Cola Company.

La produzione cinematografica ha consentito a questo potenziale merceologico di esprimersi totalmente: è sufficiente consultare la lista dei licenziatari italiani e stranieri del secondo *Harry Potter* per comprendere le dimensioni del fenomeno.

Lego ha realizzato scatole da costruzioni personalizzate ispirate ai personaggi e alle ambientazioni del nuovo episodio; *Trudi* ha immesso sul mercato i peluches raffiguranti Harry, l'elfo Dobby e gli altri characters del film; *Electronic Arts* ha distribuito i videogiochi interattivi che consentono agli utenti di rivivere le vicende di cui è protagonista il giovane mago; *Wizard of the Coast* ha realizzato le carte da collezione.

E ancora, *Panini* ha prodotto gli album di figurine della saga; *Roncato*, valigie e zaini con l'effigie della pellicola; *Dolma*, una linea di cioccolato e caramelle che sfrutta il logo di *Harry Potter*; *Giochi Preziosi* e *Mattel*, i giocattoli «ufficiali» della saga.³⁹

In questo contesto di sfruttamento sinergico e di integrazione mediale così fortemente strutturato, c'è però anche chi sceglie di avvalersi del sistema convergente per disattenderne le aspettative e, in definitiva, ingannarlo. È il caso della pellicola indipendente *Spring Breakers* (*Spring Breakers – Una vacanza da sballo*, 2012). Scritta e diretta da Harmony Korine, ex *enfant terrible* del cinema americano e già sceneggiatore del controverso *Kids* (*Id.*, 1995), *Spring Breakers* propone un provocatorio racconto di formazione costruito sull'estetica del kitsch e sulla retorica dell'eccesso: la vacanza scacciapensieri delle giovani protagoniste, infatti, si trasforma presto in un angoscioso vortice di trasgressione, sregolatezza, depravazione, nichilismo, violenza e morte, al grido imperterrito e sempre più disturbante di “Spring Break Forever”.

Tuttavia, oltre che attraverso il richiamo goliardico alle vacanze studentesche di primavera, la campagna pubblicitaria viene progettata sfruttando l'appeal di una colonna sonora *electro-pop* che alterna brani di Skrillex e di Britney Spears e, soprattutto, ammiccando al profilo disneyano delle attrici principali: Selena Gomez,

³⁹ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 214.

volto della serie *Wizards of Waverly Place* (*I maghi di Waverly*, 2007-2012), Vanessa Hudgens, protagonista femminile del franchise *High School Musical*, e Ashley Benson, star del *teenage drama* televisivo *Pretty Little Liars* (*Id.*, 2010–). «La produzione ha abilmente capitalizzato su queste risorse per circuire un pubblico di persone non dissimili da quelle rappresentate [...] Ma *Spring Breakers – Una vacanza da sballo* è costruito in modo da deludere ben presto le attese di siffatti spettatori». ⁴⁰

E i giovani che hanno risposto al richiamo probabilmente sono rimasti delusi, perché la pellicola non mantiene quello che sembra promettere nei trailer e nella prima parte del film.

[...] L'*incipit* falsamente patinato, con la massa orgiastica dei ragazzi in spiaggia che bevono e simulano sesso, diventa una sorta di *imprinting* dal quale discostarsi progressivamente, evitando sia la paranoia puritana della denuncia dei costumi corrotti sia l'adeguamento stilistico a modelli edulcorati dello stesso fenomeno, come capita tendenzialmente nelle produzioni tipiche di Disney Channel: la prima esibizione di Alien sulla spiaggia suggerisce una citazione testuale e beffarda di una scena simile e del relativo videoclip da *Hanna Montana: The Movie* (2009). ⁴¹

La campagna promozionale, lucidamente promossa dalla casa di distribuzione A24, scatena l'ira dei fan delle tre *teen star* che, confusi e spiazzati da una tale strategia di posizionamento, riversano la loro frustrazione su forum, blog e *social network*. ⁴² Allo stesso tempo, però, questa rischiosa *marketing campaign* riesce ad attirare l'attenzione del pubblico, permettendo alla pellicola di registrare «the most unexpected limited success of any film in recent history with a two-city \$ 90,000 per screen average». ⁴³ In questo modo, sfruttando – e intenzionalmente disattendendo – le dinamiche sinergiche

⁴⁰ CACCIA, RICCARDO, *Sotto i colori niente*, «Duellanti», 81, giugno-luglio 2013, pp. 40-41.

⁴¹ MARANGI, MICHELE, *Assonanze e dissonanze*, «Duellanti», 81, giugno-luglio 2013, pp. 42-43.

⁴² L'articolo MARSH, CALUM, *Teens Think 'Spring Breakers' is the Worst Movie Ever Made*, March 25, 2013, < <http://www.mtv.com/news/2770395/spring-breakers-worst-movie-ever/> > ricostruisce l'accoglienza, mentre i siti < <https://www.commonsensemedia.org/movie-reviews/spring-breakers/user-reviews/child> > e < <https://storify.com/manuelbateman/ricezione-adolescenziale-di-spring-breakers-su-twi> > raccolgono una selezione dei commenti più significativi di spettatori adolescenti.

⁴³ BRUEGGEMANN, TOM, *Arthouse Audit: Record Surprise 'Spring Breakers' Puts New Distrib A24 On Map*, «Indiewire», March 17, 2013, < <http://www.indiewire.com/2013/03/arthouse-audit-record-surprise-spring-breakers-puts-new-distrib-a24-on-map-198944/> > (consultato il 15 settembre 2016).

del sistema produttivo e culturale della convergenza, *Spring Breakers* riesce a conquistarsi una visibilità e, soprattutto, un riscontro economico che altrimenti difficilmente avrebbe raggiunto.

Starring Disney Channel alums Selena Gomez and Vanessa Hudgens in a not-so-Disney tale of a group of college-aged girls who decide to rob a fast food restaurant to pay for Spring Break, the film grossed a massive \$270,000 from just 3 theaters in New York and Los Angeles. That made for a \$90,000 per-theater-average, which is by far the best of 2013 so far and one of the 10 best per-theater averages ever for a live action film. [...] It's also a remarkable number compared to the other four films Korine directed. In just three days in three theaters, "Spring Breakers" has already outgrossed all of them: "Mister Lonely," "Trash Humpers," "Julien Donkey Boy" and "Gummo".⁴⁴

Tuttavia, l'apporto più significativo che la convergenza introduce nei *teen movies* del nuovo millennio si traduce nel « further development of fantasy films within the horror realm»,⁴⁵ che non a caso si pone in lineare continuità con la rivoluzione estetico-formale imposta del cinema della convergenza.

VI.3 Convergenza *teen*: trend emergenti

Come anticipato in chiusura del capitolo precedente, la logica del *transmedia storytelling*, sulla quale è basato lo sfruttamento dei *global entertainment franchise* contemporanei, implica allo stesso tempo sia «fenomeni di fusione semantica»⁴⁶ che «fenomeni di riorganizzazione sintattica»,⁴⁷ imponendo così una rivoluzione formale ed estetica tra le produzioni dell'industria hollywoodiana. Inoltre, allo stesso tempo, «il

⁴⁴ KNEGT, PETER, *Specialty Box Office: 'Spring Breakers' Soars in Limited Debut; Has Already Outgrossed All of Harmony Korine's Other Movies*, «Indiewire», March 17, 2013, <<http://www.indiewire.com/2013/03/specialty-box-office-spring-breakers-soars-in-limited-debut-has-already-outgrossed-all-of-harmony-korines-other-movies-40122/>> (consultato il 14 settembre 2016).

⁴⁵ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 12.

⁴⁶ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 163.

⁴⁷ *Ibidem*.

digitale alimenta cambiamenti destinati a ripercuotersi direttamente sul piano della “forma filmica”, predisponendo nuove possibilità espressive a tutti i livelli, dalla manipolazione del racconto alla messa in scena al montaggio». ⁴⁸ Del resto, memore della lezione imparata con l’avvento della televisione negli anni Cinquanta, l’industria cinematografica reagisce prontamente all’affermazione dei nuovi media: «the new media revolution that threatens Hollywood with annihilation seems more likely to succumb to assimilation». ⁴⁹

In questo contesto, dunque, risulta sempre più evidente come alcuni generi si rivelino più idonei ed efficaci a soddisfare le esigenze peculiari del sistema di produzione e di consumo della convergenza. Per questo nel nuovo millennio si registra una crescita vertiginosa della produzione di film fantascientifici e supereroici, intesi in particolare come trasformazione ultima dell’*action movie*, il «megagenere per eccellenza del cinema occidentale» ⁵⁰ che già dagli anni Ottanta e Novanta ha «preconizzato il cinema globale digitale». ⁵¹

Ma è soprattutto il fantasy a configurarsi come paradigma narrativo d’elezione del cinema della convergenza, in quanto «genere al contempo topografico, canonizzante, generatore di mondi conclusi ed espandibile, riconfigurabile e rimodellabile»: ⁵² «gli universi fantasy si adattano particolarmente bene alle complessità del contesto transmediale, nel quale ciascun elemento deve offrire un’esperienza che idealmente sfrutti le specificità del singolo medium, rimanendo tuttavia compatibile con la più ampia continuity dell’intero *franchise*». ⁵³ Come sottolinea Colin B. Harvey, infatti, la qualità “sfuocata” e la qualità “lucida” del fantasy, aderiscono «perfettamente al carattere apertamente partecipativo di alcune delle tecnologie associate agli esempi contemporanei di *transmedia storytelling*, come i videogiochi, i siti web, i giocattoli, le applicazioni per cellulare e l’UDC nelle sue varie forme». ⁵⁴ Non a caso, per le stesse ragioni, si assiste anche alla rinascita e allo «straordinario fiorire di rappresentazioni

⁴⁸ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 172.

⁴⁹ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 211.

⁵⁰ NAZZARO, GIONA A., *Della morte indicibile: limiti dell’action movie contemporaneo*, «Close Up – Storie della visione», XI, 2, 21, 2007, p. 41.

⁵¹ *Ibidem*.

⁵² FASSONE, RICCARDO, *Film come evento mediale. La trilogia de Il signore degli anelli*, cit., p. 244.

⁵³ HARVEY, COLIN B., *Transmedia Storytelling, memoria “sfocata” e il dominio del fantasy*, cit., pp. 177-178.

⁵⁴ *Ivi*, cit., p. 169.

distopiche della realtà»: ⁵⁵ «a partire dal 2011, il fascino indiscreto della distopia sta poco a poco tornando di moda e l'ambigua seduzione che arriva dal prossimo futuro e dai modelli sociali così vicini al nostro nei quali la società assume derive autoritarie, sta nuovamente dando segni vitali». ⁵⁶

Analizzando la produzione hollywoodiana contemporanea, Thomas Schatz traccia un puntuale identikit del tipico prodotto cinematografico dell'epoca della convergenza:

Oltre a basarsi su prodotti (libri, fumetti, film, e così via) preesistenti, e già dotati di una solida base di fan, questi *franchise* presentano altre caratteristiche comuni: un protagonista maschile e il motivo ricorrente del “romanzo di formazione”; un universo dominato da una morale manichea in cui il bene e il male assoluti si contrappongono; l'eroe che deve lottare sia contro nemici esterni che contro il proprio lato oscuro interiore; la *love story* all'insegna della castità; la violenza stilizzata e la classificazione come PG-13; la *quest* mitica e l'inevitabile lieto fine (non sempre presente nelle singole “puntate”, ma obbligatorio quando e se la storia seriale giunge a conclusione). ⁵⁷

Questa descrizione risulta particolarmente utile e calzante per capire le dinamiche delle pratiche produttive contemporanee. Ma, soprattutto, permette di leggere in prospettiva la recente evoluzione del *teen movie* nell'epoca della convergenza. Del resto, aggiunge ancora Schatz, «i *franchise* possono “appropriarsi” anche di altri generi cinematografici e tipologie narrative, incarnandosi in film d'animazione per famiglie, *buddy comedy*, *teen vampire melodrama*, e così via». ⁵⁸ *Franchise* e *teen movie* mostrano, in questo senso, un funzionamento simile: il *teen movie*, genere eclettico e mutevole più che mai sensibile agli smottamenti e alle esigenze del mercato, si dimostra abile, fin dalla sua origine negli anni Cinquanta, nel saper modellare la propria specificità secondo i trend emergenti di ogni epoca, modificando la propria identità peculiare per implementarne le potenzialità commerciali.

⁵⁵ DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling*, cit., p. 128.

⁵⁶ LIBERTI, FABRIZIO, *Un ritorno attuale. Il fascino indiscreto della distopia*, «Cineforum», 537, LIV, 7, Settembre 2014, p. 34.

⁵⁷ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., pp. 49-50.

⁵⁸ *Ivi*, cit., p. 50.

Negli anni Duemila, dunque, il *teen movie* recepisce le novità introdotte dalla convergenza e dal *transmedia storytelling* e, oltre a reiterare i propri sottogeneri più fortunati, si ibrida con il fantasy, la fantascienza, il genere supereroico e le narrazioni distopiche in voga: «teen film is partly defined by its generic liminality. Teen film appropriates the conventions of whatever genre might provide a new mix of components for a familiar story about adolescence».⁵⁹ Non a caso, in questo periodo si assiste al «flourishing trend of youth fantasy films [...] which often relied on respected literary pedigrees and enticed wider audiences through tepid violence and virtually subconscious sexual tension. Primary influences were the British series of *Harry Potter* (2001-2011) and *The Chronicles of Narnia* starting in 2005, leading to *The Twilight Saga* (2008-2012) and *The Hunger Games* trilogy starting in 2012».⁶⁰

Prendendo in esame le principali opere di questo inedito filone, emergono evidenti i punti di contatto e le analogie con le specificità dei *global entertainment franchise* tratteggiate da Schatz poco sopra. Due punti, in particolare, risultano particolarmente significativi.

Innanzitutto, «la classificazione come PG-13» conferma l'inequivocabile primato che la *teen audience* continua a mantenere all'interno del mercato cinematografico statunitense. Gli studi sui consumi culturali, infatti, individuano il principale target di riferimento dell'industria dell'entertainment contemporanea in quel «pubblico di giovani adulti tra i 15 e i 24 anni, che in media vanno al cinema almeno una volta al mese, contrariamente agli spettatori adulti (sopra i 35 anni) che si recano in sala addirittura meno di una volta all'anno».⁶¹ Siccome, come esposto precedentemente, «film classification systems [...] define a marketplace»,⁶² la necessità dei *franchise* contemporanei di soddisfare i requisiti della categoria PG-13 dimostra la persistente centralità del pubblico adolescente e le sue potenzialità economiche. Di conseguenza, non stupisce che i *franchise* della convergenza abbiano adattato le proprie narrazioni alle esigenze della *teen audience* e del *teen market*, denunciando implicitamente una relazione di mutua influenza e condizionamento tra il genere *teen movie* e i *global entertainment franchise* stessi. Non a caso, la trilogia tolkieniana *The Lord of the Rings*

⁵⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 135.

⁶⁰ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 10.

⁶¹ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 189.

⁶² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 134.

(*Il signore degli anelli*, 2001-2003), uno dei più imponenti fenomeni transmediali di inizio millennio – non a caso un fantasy – nonché una delle saghe cinematografiche più redditizie della storia,⁶³ individua in «fan e teenager [...] il primary target delle tre pellicole».⁶⁴ Infatti, come sottolinea Kristin Thompson, «Jackson's film was made in an age of adolescent tastes, and he has given us a film for the current generation».⁶⁵

Inoltre, colpisce particolarmente la puntualizzazione di Schatz su «il motivo ricorrente del “romanzo di formazione”»⁶⁶ quale paradigma narrativo caratterizzante del *franchise* contemporaneo. Analizzando le produzioni afferenti al genere supereroico, per esempio, Matteo Pollone fa coincidere la tipica «forma chiusa della trilogia»,⁶⁷ comune anche a molte opere fantasy e fantascientifiche, con una sorta di «*bildungsroman* [...] diluito».⁶⁸ Sembra dunque che, nell'epoca del cinema della convergenza, la struttura peculiare della *coming-of-age narrative*, prerogativa del genere *teen movie*, riesca a valicare i confini del tradizionale racconto di formazione, imponendosi, opportunamente riformulato e adattato ai diversi generi del cinema della convergenza, quale archetipo narrativo predominante per il *franchise* contemporaneo.

In questo senso, si conferma e si rafforza la relazione di scambio e di condizionamento tra *franchise* e *teen movie*, che arriva così a interrogare e coinvolgere tanto gli elementi semantici, quanto quelli sintattici del genere. Ricorda infatti Adrian Martin che ogni *teen movie* può essere ricondotto, in un certo senso, al racconto di un'esperienza *liminale*, dove l'idea di limite è sempre «associated with the anthropological concept of 'rite of passage'»: ⁶⁹ «in one way or another, most teen stories are about what cultural theorists call the liminal experience: that intense, suspended moment between yesterday and tomorrow, between childhood and adulthood, between being a nobody and a

⁶³ Il sito Box Office Mojo accredita l'incasso globale della saga a \$ 1,060,652,740. Tuttavia, allo stesso *franchise* è da ricondurre anche la fortunata trilogia *The Hobbit (Lo Hobbit, 2012-2014)*, ispirata all'omonimo romanzo di Tolkien e diretta ancora dal regista Peter Jackson. Fonte: < <http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=lordoftherings.htm> > (consultato il 12 ottobre 2016).

⁶⁴ CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, cit., p. 217.

⁶⁵ THOMPSON, KRISTIN, *Fantasy, Franchises and Frodo Baggins: The Lord of the Rings and Modern Hollywood*, «Velvet Light Trap», IV, 52, 2003, p. 48.

⁶⁶ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 50.

⁶⁷ POLLONE, MATTEO, *Tutto si tiene, tutto si distrugge. Il superhero movie contemporaneo e il caso di The Dark Knight*, cit., p. 264.

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 66.

somebody, when everything is in question, and anything is possible».⁷⁰ Aggiunge inoltre Driscoll:

The rite of passage operates in two ways for teen film. The first is as a ritual marking passage between different social states, like graduation ceremonies, or indicating an immanent change of this kind, like 'the prom'. And the second does not depend on any literal 'rite' and might be more properly called an 'experience of limits'. The former is always a cultural rather than merely personal marker, but the key difference lies in whether the rite of passage belongs to one of teen film's principle narrative structures, 'coming of age'. Both *Halloween* (1978) and *Bill and Ted's Excellent Adventure* (1989) are examples of rite of passage, which is an experience of limits rather than coming of age. Some films [...] involve both, and in both the rite of passage requires separation from the banal practices of life. And for teen film in practice, I want to stress, rites of passage are often thwarted by complexity of coming of age, when they are not entirely disappointing.⁷¹

In questo senso, dunque, se si può efficacemente sintetizzare che «the subject of teen film is in the process of becoming a 'subject'»,⁷² altrettanto si può affermare per quanto riguarda «l'eroe che deve lottare sia contro nemici esterni che contro il proprio lato oscuro interiore».⁷³

Fantasy films for youth tackle many unsettling concerns of young people: missing parents, broken families, the need for friends, finding love, and gaining respect. In their conclusions, these stories strongly tell their young viewers that even after enduring childhood troubles and adolescent adjustments, there are nonetheless more challenges ahead as life brings further changes such as new homes, new schools, and new relationships. [...] Through confrontations with life and death, they often give young people a dose of encouraging empowerment within their otherwise unreal stories and highly commercial contexts.⁷⁴

⁷⁰ MARTIN, ADRIAN, *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, cit., 1994, p. 68.

⁷¹ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 66.

⁷² *Ivi*, cit., p. 104.

⁷³ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 50.

⁷⁴ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 218.

In questo sistema di rimandi e influenze reciproche, si segnala particolarmente significativo il caso della saga di *The Hunger Games* (*Hunger Games*, 2012-2015), che conferma e aggiorna, allo stesso tempo, sia le prerogative del genere *teen movie*, sia quelle del *global entertainment franchise*.

CAPITOLO SETTIMO

UN CASO ESEMPLARE

VII.1 *The Hunger Games*: un racconto distopico

Basato sull'omonima trilogia di romanzi per *young adult* (2008-2010) firmata da Suzanne Collins, *The Hunger Games* si impone come uno fenomeni culturali di massa più incisivi e significativi del nuovo millennio. Ambientata nel futuristico mondo di Panem, la saga si concentra sulle gesta della giovane Katniss Everdeen, una adolescente risoluta e schiva che diventa, suo malgrado, il simbolo della ribellione contro il regime dittatoriale del Presidente Snow. In una perversa celebrazione del proprio potere, infatti, ogni anno il governo centrale di Capitol City impone a ognuno dei distretti che compongono lo stato di sacrificare due Tributi, un ragazzo e una ragazza di età compresa tra i 12 e i 18 anni, per farli partecipare agli spietati Hunger Games. I giochi consistono, di fatto, in una sadica ed efferata carneficina, teletrasmessa sugli schermi di tutta Panem come un reality show, durante la quale i giovani contendenti devono cercare di guadagnarsi la salvezza combattendo l'uno contro l'altro, fino alla morte.

Il prologo della saga vede la sedicenne Katniss offrirsi volontaria come Tributo per proteggere la sorella minore. Riluttante di fronte a ogni forma di violenza, durante gli Hunger Games la ragazza, caparbia e astuta, riesce a piegare le regole del gioco a suo favore, garantendo la sopravvivenza sia a lei che al suo compagno di sventure Peeta. Al loro ritorno a Panem, i giovani reduci, legati anche da un ambiguo rapporto amoroso, a metà tra finzione e sentimento, vengono salutati come celebrità, ma la caparbità di Katniss ne fa presto il simbolo della rivolta contro il governo tirannico di Capitol City. Per questo il Presidente Snow, con la speranza di eliminarla, decide di organizzare una speciale edizione commemorativa degli Hunger Games: in *The Hunger Games: Catching Fire* i vincitori delle edizioni precedenti, veri e propri superstiti, sono chiamati a tornare nell'arena e a lottare per la vita. Katniss e Peeta sono di nuovo costretti a combattere, fianco a fianco, ma i giochi vengono interrotti: la rivoluzione è ormai pronta a esplodere e i giovani protagonisti ne vengono toccati in prima persona.

I conclusivi *The Hunger Games: Mockingjay – Part 1 (Hunger Games: Il canto della rivolta – Parte 1, 2014)* e *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2 (Hunger Games: Il canto della rivolta – Parte 2, 2015)*, entrambi adattati a partire dall'ultimo capitolo della trilogia letteraria, raccontano dunque la guerra civile che devasta Panem e i dubbi, personali e politici, che attanagliano Katniss. Il suo cuore batte più forte per il mite e fedele Peeta o per l'impetuoso e ostinato Gale? E la Presidente Alma Coin, antagonista di Snow, è sinceramente interessata a migliorare la vita dei cittadini di Panem? È giusto piegare l'ideologia alla propaganda? E fino a che punto bisogna spingersi per un giusto ideale? Il finale, molto discusso e criticato, propone un rasserenante, conformista squarcio di speranza: deposto il Presidente Snow, Katniss rinuncia al proprio ruolo pubblico per ritirarsi a vita privata e crescere i figli avuti insieme al compagno Peeta.

Con i suoi 1,5 miliardi di dollari sfiorati al botteghino, *The Hunger Games* costituisce uno dei più grandi successi cinematografici, raggiungendo il decimo posto della classifica dei *franchise* più redditizi della storia.¹ Il capitolo d'esordio supera i 150 milioni di dollari incassati nel solo weekend di apertura, per poi essere superato dal secondo episodio *The Hunger Games: Catching Fire*, distribuito in contemporanea in cinquanta paesi in tutto il mondo secondo la strategia *day-and-date-release* che trasforma il film in un vero evento mediale di portata globale.²

L'eccezionale successo delle pellicole «turned the franchise from a major series into a cultural event»,³ stimolando un dibattito critico che, avviatosi già in occasione dell'uscita dei romanzi, si infiamma e si intensifica esponenzialmente in seguito alla distribuzione delle pellicole. All'interno di questa produzione, la maggior parte dei contributi si concentra sugli elementi di critica socio-politica presenti nella saga, almeno in maniera embrionale, come la condanna dei totalitarismi e una riflessione sulla lotta di classe inusuale per una produzione *mainstream* d'intrattenimento. In questo senso, *The*

¹ Il sito Box Office Mojo accredita a \$ 1,451,538,526 l'incasso globale al botteghino. Fonte: < <http://www.boxofficemojo.com/franchises/?view=Franchise&sort=sumgross&order=DESC&p=.htm> > (consultato il 3 settembre 2016).

² Il sito The Numbers riporta le performance economiche di ogni capitolo della saga, monitorandone l'andamento nel corso degli anni. Fonte: < <http://www.the-numbers.com/movies/franchise/Hunger-Games#tab=summary> > (consultato il 3 settembre 2016).

³ MENDELSON, SCOTT, *How Anti-'Twilight' Hysteria Turned 'The Hunger Games' Into a Phenomenon*, «Forbes», November 18, 2015, < <http://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2015/11/18/how-anti-twilight-hysteria-turned-the-hunger-games-into-a-phenomenon/#1f25c1b07816> > (consultato il 2 settembre 2016).

Hunger Games sembra inserirsi nel solco della tradizione del genere distopico, con la sua rappresentazione allegorica dei rischi di ogni integralismo ideologico e della disumanizzazione di una società basata spesso su una ipertecnologizzazione straniante.⁴ Molti critici e recensori, infatti, colgono nella descrizione del potere vessatorio del governo di Panem e nella esasperata spettacolarizzazione della retorica politica una «metaphor of our own society»,⁵ nonché una «surprisingly pointed allegory of extreme inequality».⁶ Questo approccio interpretativo sembra rispecchiare, almeno in parte, le intenzioni della stessa autrice Suzanne Collins, che dichiara di aver avuto «the idea for her novel (and its two sequels) from channel-surfing between reality-television programming and actual war footage»:⁷ «one night I'm sitting there flipping around and on one channel there's a group of young people competing for, I don't know, money maybe? And on the next, there's a group of young people fighting an actual war. And I was tired, and the lines began to blur in this very unsettling way, and I thought of this story».⁸

In *The Hunger Games*, effettivamente, si alternano e si sovrappongono numerosi riferimenti, visivi e non, ad altrettanti periodi storici differenti, permettendo dunque di avanzare una proposta di analisi socio-politica del portato ideologico dell'opera. Lo stato di Panem, per esempio, deriva il suo nome dal motto «*panem et circenses* [...] how the satirist Juvenal described the empty distractions doled out by Rome's political elite to appease and stultify the plebs»,⁹ mentre l'arena gladiatoria dove ogni anno vengono presentati i nuovi Tributi «is derived from the Roman Coliseum»¹⁰ e ancora «the movies themselves insist on the aristocratic nature of the Capitol's inhabitants by

⁴ Per approfondimenti su questo argomento si veda in particolare HASSLER, DONALD. M., WILCOX, CLYDE (a cura di), *Political Science Fiction*, Columbia, University of South California Press, 1997.

⁵ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, «Jacobin», April 1, 2016, < <https://www.jacobinmag.com/2016/01/hunger-games-review-capitalism-revolution-mockingjay-suzanne-collins/> > (consultato il 9 settembre 2016), p. 2.

⁶ HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, «Film Comment», L, 1, January-February, 2014, p. 54.

⁷ BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, «Sigh & Sound», XXII, 5, May, 2012, p. 68.

⁸ COLLINS, SUZANNE, *A Conversation: Questions & Answers with Suzanne Collins, Author of the Hunger Games Trilogy*, < <http://www.scholastic.com/thehungergames/media/qanda.pdf> > (consultato il 2 settembre 2016).

⁹ BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, cit., p. 68

¹⁰ KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire: The Hunger Games, Feminist Geopolitics and the Contemporary Female Action Hero*, «Geopolitics», 20, 2, February 3, 2015, p. 465.

giving them classical Roman names — like Coriolanus Snow or Seneca Crane».¹¹ Inoltre, le strade spoglie, polverose e degradate del Distretto 12, la regione mineraria da cui proviene Katniss, riecheggiano «atmosfere anni Quaranta»¹² da Seconda guerra mondiale, mentre lo sfarzo decadente di Capitol City, con i suoi «falmboyant costumes and wigs»¹³ e i suoi lussi eccentrici, rileggono «i fasti di Versailles nell’ottica futurista e kitsch del tubo catodico».¹⁴ Non mancano, ancora, i riferimenti al passato degli Stati Uniti: dal conflitto in Iraq, fino alla Guerra di secessione americana. Per esempio, i «thirteen districts [...] involved in the first rebellion against the Capitol makes a painfully obvious allusion to the thirteen original American colonies»,¹⁵ mentre i minacciosi ammonimenti del Presidente Snow riguardo la soppressione violenta del Distretto 13, risultano una chiara «reference to the American Civil War, which is lent additional support by the depiction of District 11 as a plantation-based economy, with black labourers subordinated by overseers».¹⁶

Ai rimandi di carattere storico, infine, si accompagnano anche le suggestioni letterarie, come le analogie con il soggetto centrale di *The Lord of the Flies* (*Il signore delle mosche*, 1954), e quelle mitologiche, nella riproposizione del mito Teseo e il Minotauro, «esplicitamente citato nella forma, anche letterale, del “tributo” a un moloch politico conquistatore e restauratore».¹⁷ Infine, non si contano i modelli cinematografici: dalle spietate guardie dell’esercito di Snow «who bear no small resemblance to the Imperial Troopers of *Star Wars*»¹⁸ agli universi fantascientifici di *Rollerball* (*Id.*, 1975) e di *Battle Royale* (*Batoru rowaiaru*, 2000), dalle umide foreste che «resembles a tarted-up return of *Lost*»¹⁹ fino all’espressionismo tedesco, grazie al «ritratto di una società strutturalmente organizzata secondo il modello già immaginato da Fritz Lang per *Metropolis*».²⁰

¹¹ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 3.

¹² MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, «Cineforum», 514, LII, 4, Maggio, 2014, p. 44.

¹³ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 3.

¹⁴ MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, cit., p. 44.

¹⁵ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 3.

¹⁶ KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire*, cit., p. 465.

¹⁷ BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, «Segnocinema», 176, XXXII, Luglio-Agosto, 2012, p. 41.

¹⁸ HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, cit., p. 56.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, cit., p. 44.

In this way, Collins's authorial circumstances situate *The Hunger Games*' (fantasy) world through a grounded critique of the wider, unequal geographies of the (actual) world; the kind of social critique for which science fiction is famous. Such social issues include the broad unfairness of Western capitalism, the policies of contemporary American 'imperialism' and the youth of those that are so often caught up in conflict (as both soldiers and civilians), and further stress the importance of emotion in the interpretation of popular cultural forms.²¹

Questa poliedrica e cangiante «brag bag of allusions to historical systems of oppression»,²² tuttavia, conduce ad analisi altrettanto variegata, spesso discordanti quando non diametralmente opposte. Da una parte, infatti, c'è chi sottolinea la genuina carica eversiva e anti-sistemica di *The Hunger Games*, lodandone la lucidità critica e soprattutto la capacità di «mirror real-world horrors in a manner that the cosseted denizens of our own Capitol (the 21st-century west) can embrace in their millions».²³

The saga's individualist yet anti-capitalist message has continued to resonate even as real-world protest movements against evil overlords have struggled. The initial hope of the Arab spring has dwindled into despair at the devastating instability in Syria, Libya and Egypt. In Russia – where the state's attempts to distract the populace with populist military interventions and the vilification of minority groups explicitly recall Snow's machiavellian manipulations of the people of Panem – Vladimir Putin is on the verge of his 17th year in power.²⁴

Al contrario, altre letture evidenziano come «the films ultimately refuse the very idea of revolution»,²⁵ accusando di conformismo in particolare il finale conciliatorio e «paradossalmente ottimistico».²⁶ L'epilogo della saga, infatti, vede la battagliera Katniss rinunciare alla rivoluzione e alle ideologie per essere ricondotta a un più tradizionale ruolo di moglie e madre, acuitizzando così il «deep chasm [...] between the

²¹ KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire*, cit., p. 465.

²² LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 3.

²³ CHILD, BEN, *How the Hunger Games inspired the revolutionary in all of us*, «The Guardian», October 12, 2015, < <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2015/oct/12/hunger-games-mockingjay-part-2> > (consultato il 9 settembre 2016).

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 5.

²⁶ LIBERTI, FABRIZIO, *Un ritorno attuale. Il fascino indiscreto della distopia*, cit., p. 37.

championing of what Howard Zinn called “a people’s history” of collective social movements and the anti-statist, individualist, heteropatriarchal libertarianism».²⁷

The last scene of the movie pushes this refusal of revolutionary politics even further. There we see Katniss and Peeta leaving the Capitol and starting a family far from any city in a weirdly timeless and highly stylized scene celebrating domestic bliss in a world beyond politics and out of the state’s reach. The solution that the movies propose is a romantic, even regressive one in which utopia is not a collective project of establishing a more just society, but a complete retreat from politics into the private sphere. The question of exploitation is never broached; instead the answer to oppression, as the saga imagines it, is to establish capitalism rather than to move beyond it.²⁸

Un altro aspetto che si presta a una lettura socio-politica è la natura metalinguistica di *The Hunger Games*, che, non a caso, prende il nome e si struttura intorno a un brutale gioco al massacro teletrasmesso in modalità reality show per il divertimento dei cittadini di Capitol City. In questo senso, parafrasando Guy Debord, la saga si fa metafora del contemporaneo, in quanto rappresentazione merceologica del dolore e della morte, feticizzazione ultima della visione e, dunque, «immensa accumulazione di spettacoli».²⁹ «Real or not real: war politics, leadership, peace-making, even justice – all are mounted as a spectacle within the film».³⁰ In questo senso, «*The Hunger Games* is self-referential, critiquing the medium through which it is viewed and the increasing desensitization of younger audiences to violence».³¹ *The Hunger Games* adotta, infatti, «uno sguardo volontariamente superficiale e sempre un po’ cieco, che guarda senza vedere e soprattutto senza capire»,³² uno sguardo voyeuristico che ha la finalità di

²⁷ MAYER, SOPHIE, *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2*, «Sight & Sound», XXVI, 1, January, 2016, p. 71.

²⁸ LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, cit., p. 6.

²⁹ DEBORD, GUY, *La société du Spectacle*, Parigi, Édition Buchet-Chastel, 1967; trad. it. (consultata) ID., *La società dello spettacolo*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2001, p. 53.

³⁰ MAYER, SOPHIE, *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2*, cit., p. 71.

³¹ KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire*, cit., p. 466.

³² BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, cit., p. 41.

«leading to (uncomfortable) identification with the Capitol's grotesque, baying crowds».³³

Lo spettatore cinematografico vede (e, altrettanto francamente, si diverte) senza capire fino in fondo, o almeno senza preoccuparsi troppo di che cosa c'è dietro. In breve: lo spettatore cinematografico vede esattamente come vede lo spettatore televisivo (o, più genericamente) mediale degli *Hunger Games* trasmessi a rete unificate (se mai ce ne fosse una pluralità) all'interno del racconto. [...] *The Hunger Games* (il film) si esibisce non come un meta-racconto esplicito sul sistema dei reality show (come sempre, portati alla *performance* estrema: quella della lotta omicida per la sopravvivenza), ma come un reality show vero e proprio.³⁴

Infine, in ultima istanza, la produzione accademica approfondisce il fenomeno *The Hunger Games* anche attraverso gli strumenti degli *ethnic studies* e dei *gender studies*, concentrando la propria attenzione principalmente su argomenti come «the progressive nature of Katniss's character, the gender inversion of Katniss and Peeta's roles within the series, and the problematic racial politics of Katniss and Panem».³⁵

Da una parte, infatti, la saga viene accusata di conformarsi e, anzi, di «reinforce the white heteronormativity that remains pervasive in the Western popular culture»,³⁶ a causa soprattutto dell'operazione di *whitewashing* perpetrata dai produttori del film ai danni del personaggio principale.³⁷ Dall'altra, invece, si moltiplicano gli studi, le ricerche e gli articoli che propongono Katniss Everdeen come eroina femminista e progressista,³⁸ spesso in contrapposizione con la protagonista femminile di un altro

³³ BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, cit., p. 68.

³⁴ BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, cit., pp. 41-42.

³⁵ KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire*, cit., p. 470.

³⁶ *Ivi*, cit., p. 472.

³⁷ Nelle descrizioni di Suzanne Collins, Katniss Everdeen è una ragazza dalla pelle olivastria, ma l'annuncio casting per la produzione del film fa espressamente riferimento a un'attrice di razza caucasica. Sulla controversia si vedano gli articoli KINGSLE, KATHERINE, *Does My Hero Look White In This: Hollywood's White Saviour Complex*, «The Artifice», June 15, 2013, < <http://the-artifice.com/hollywoods-white-saviour-complex/> > e SELTZER, SARAH, *The Imminent Whitewashing Of The Hunger Games' Heroine*, «Jezebel», March 14, 2011, < <http://jezebel.com/5781682/the-imminent-whitewashing-of-the-hunger-games-heroine> > (consultati il 12 novembre 2016).

³⁸ Nel suo già citato saggio *The Girl on Fire*, Philip Kirby tenta un'elencazione dei principali interventi online sull'argomento: <<http://criticsandbuilders.typepad.com>>; <<http://smallstrokesbigoaks.com>>;

fortunato *franchise* per teenager del nuovo millennio, la Bella Swan di *Twilight* (*Id.*, 2008-2012), considerata «cultural regressive, non-feminist, and affirmative of patriarchal values».³⁹

From even before the first film was even announced, the Suzanne Collins dystopian fantasy was held up as a kind of anti-*Twilight*. Katniss Everdeen was no wallflower willing to sacrifice anything and everything for an older man she barely knew, but she was a strong-willed survivor who willingly participated in a fight to the death with her peers in order to save her sister. She was armed with a bow-and-arrow and knew how to use it, and her primary motivation was not romance but rather defiance and survival. Bella Swan was a boy-crazy blank slate, while Katniss was a “feisty” action heroine with little time for romance while fighting to save the day.⁴⁰

Passare in rassegna le diverse voci di questo dibattito critico può fornire validi spunti per approcciare il fenomeno *The Hunger Games*. Soprattutto, attraverso la molteplicità e l’eterogeneità di queste letture, se ne sancisce la rilevanza come «fatto sociale totale»,⁴¹ prendendo in prestito la definizione dall’influente saggio dell’antropologo Marcel Mauss.

In questa sede, tuttavia, si vuole proporre un’analisi alternativa, che ponga la saga più strettamente in relazione all’evoluzione del *teen movie*, interrogandone le peculiarità in relazione al processo di sviluppo semantico e sintattico intrapreso dal genere nel

<<http://bitchmagazine.org>>; <<http://cairocontra.com>>; <<http://cratesandribbons.com>>;
<<http://www.debbieschlussel.com>>; <<http://irwgs.columbia.edu>>; <<http://lipmag.com>>;
<<http://www.feministfrequency.com>>; <<http://www.npr.org>>; <<http://feminism-now.tumblr.com>>;
<<http://feministfiction.com>>; <<http://redalertpolitics.com>>; <<http://herhungerofthegames.weebly.com>>;
<<http://www.gender-focus.com>>; <<http://flavorwire.com>>; <<http://macaulay.cuny.edu>>;
<<http://www.thenation.com>>; <<http://womensissues.about.com>>; <<http://www.nzherald.co.nz>>;
<<https://community.scrippscollege.edu>>; <<http://msmagazine.com>>; <<http://www.tor.com>>;
<<http://www.theguardian.com>>; <<http://rhrealitycheck.org>>; <<http://saraiwalker.com>>;
<<http://sexyfeminist.com>>; <<http://www.thecrimson.com>>; <<http://www.thefeministspectator.com>>;
<<http://www.thevaginazine.com>>; <<http://jezebel.com>>; <<http://womenagainstfeminism.tumblr.com>>;

³⁹ PETERSON, ANNE HELEN, *That Teenage Feeling: Twilight, Fantasy and Feminist Reader*, «Feminist Media Studies», 12, 1, 2012, p. 61.

⁴⁰ MENDELSON, SCOTT, *How Anti-‘Twilight’ Hysteria Turned ‘The Hunger Games’ Into a Phenomenon*, cit.

⁴¹ MAUSS, MARCEL, *Essai sur le don. Forme et raison de l’échange dans les sociétés archaïques*, «L’Année sociologique» (1896/1897-1924/1925), 1, 1923; trad. it. (consultata) ID., *Saggio sul dono: forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino, Einaudi, 2002.

contesto della convergenza. Preme, dunque, sottolineare in quali modi e quali forme *The Hunger Games* rientri nel genere *teen movie* e, attraverso questa appartenenza, riesca implicitamente a dettarne le principali linee di sviluppo nel nuovo millennio, tra sopravvivenze e trasformazioni. In questo percorso di analisi, come si avrà modo di approfondire, risultano centrali, nonché funzionali, gli strumenti di analisi introdotti dal dibattito sulla convergenza.

VII.2 *The Hunger Games*: un franchise transmediale

Come anticipato, *The Hunger Games* è tratto dalla fortunatissima trilogia letteraria di Suzanne Collins, che accresce il suo successo proprio in virtù degli adattamenti filmici: «in 2010, the books sold 4.3 million copies; in 2011, 9.2 million; and in 2012, book sales were ‘launched into the stratosphere’ with the release of the first movie adaptation, *The Hunger Games* (2012)». ⁴² In occasione dell’uscita del primo capitolo della saga cinematografica, infatti, la casa di produzione Lionsgate ingaggia una intensa campagna promozionale che riporta l’attenzione sulle opere letterarie prima della distribuzione del film, stimolando l’interesse della *teen audience* di riferimento e facendo salire le vendite dei libri a 24 milioni di copie nel solo mercato domestico statunitense: «about 9.6 million copies were in circulation domestically when the movie’s marketing campaign intensified [...] so Lionsgate’s efforts appear to have sold the book as well as the movie». ⁴³

THG first appeared on Hollywood’s radar in early 2009, and Lionsgate acquired the film rights in tough competition with major Hollywood studios.⁵ The book had at the time sold less than 100,000 copies, but a strong “buzz” surrounded the trilogy and studio executives were eager to find the next media franchise.⁶ In March 2012, *THG*’s franchise had grown into three books with U.S. sales of more than 24 million copies. Today, the three books have more than 65 million copies in print and digital formats in the U.S. alone, and the books have been sold into

⁴² KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire*, cit., p. 460.

⁴³ BARNES, BROOKS, *How to Build a Must-See Fever*, «The New York Times», March 19, 2012, p. B1.

56 territories in 51 languages.⁷ *THG* is said to have taken the “world by storm” and built up an audience of readers and fans around the globe.⁴⁴

Al momento della sua uscita in sala, dunque, *The Hunger Games* «si colloca nel solco delle recenti saghe cinematografiche principalmente concepite per un target giovanilistico».⁴⁵ Il *franchise*, infatti, si pone in lineare continuità con due trend emergenti che caratterizzano la produzione cinematografica dei primi anni Duemila: in prima istanza, come esposto precedentemente, il ricorso alla *young adulte literature* per la realizzazione di prodotti rivolti al *teen market* e, in secondo luogo, l’apertura a generi come il fantasy, la fantascienza e la distopia quali narrazioni peculiari del cinema della convergenza.

The Hunger Games, in particolare, si pone «all’origine di questa new wave distopica»⁴⁶ e diventa il modello per produzioni similari, spesso di carattere derivativo o imitativo, come *The Giver* (*The Giver – Il mond di Jonas*, 2014), *Snowpiercer* (*Id.*, 2013), *The Purge* (*La notte del giudizio*, 2013), *Elysium* (*Id.*, 2013) e soprattutto i due *franchise*, ancora in produzione, originati dalle pellicole *The Maze Runner* (*Maze Runner – Il labirinto*, 2014) e *Divergent* (*Id.*, 2014), entrambi significativamente tratti da romanzi per *young adult*, ambientati in un futuro distopico e strutturati attraverso le avventure di protagonisti adolescenti. Questo nuovo ciclo di *teen movies* riesce a diffondersi capillarmente e ad affermarsi con successo in un periodo relativamente breve, fino ad ambire a costituire, in una prospettiva temporale di più ampio respiro, un sottogenere a sé. Tuttavia, il filone appare prolifico al punto che alcuni critici iniziano a lamentarne una certa prevedibilità e ripetitività. «The problem with these futuristic meta-dramas is that the larger the scale, the harder it is to maintain a singular perspective: they all start to resemble piggyback variations on each other».⁴⁷

The Hunger Games è l’ultimo prodotto di *franchise* che appartiene alla famiglia delle saghe seriali destinate al target degli *young adult*: dopo l’*Harry Potter* di J.K. Rowling e *Twilight* di Stephanie Meyer. [...] A cominciare così c’è poco da

⁴⁴ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign: A Study of Viral Marketing and Fan Labor*, Stoccolma, Stockholms Universitet Press, 2014, p. 2.

⁴⁵ MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, cit., p. 43.

⁴⁶ LIBERTI, FABRIZIO, *Un ritorno attuale. Il fascino indiscreto della distopia*, cit., p. 35.

⁴⁷ HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, cit., p. 56.

parlare di cinema, o almeno c'è molto altro prima di arrivare a vedere il film dietro al prodotto. Dopo il successo generato dal maghetto adolescente, le forme di narrazione transmediale pensate per il pubblico *young adult* sono diventate un vero e proprio sistema, con caratteristiche più o meno ricorrenti e una dimensione programmatica che è difficile non riconoscere a ogni salto di pagina. Alla base c'è sempre un nucleo mitico-narrativo facilmente riconoscibile (la magia, l'icona del vampiro, la competizione per la sopravvivenza), che serve come tessuto metaforico per ambientare il processo di maturazione e di passaggio tra la fase infantile e l'età adulta.⁴⁸

La casa di produzione Lionsgate, tuttavia, si dimostra abile nello sfruttare proprio questo carattere di prevedibilità e riconoscibilità intrinseco per presentare efficacemente il *brand* della saga e fidelizzare la *teen audience* di riferimento, creando così «un rapporto di familiarità tra prodotto e consumatore».⁴⁹ Da questo punto di vista, il caso di *The Hunger Games* si segnala particolarmente significativo soprattutto per l'innovativa *marketing campaign* promossa da Lionsgate a supporto dei quattro film, basata su un impiego pieno e sistematico degli strumenti sinergici tipici del sistema produttivo convergente.

Siamo di fronte a un fenomeno di saturazione mediatica: best-seller letterario in tre tomi, due film (più altri due in produzione), una serie di spazi interattivi sul web (dalle pagine Facebook al finto sito ispirato alle riviste patinate che riporta le novità della moda di Capitol City) e innumerevoli artefatti di natura paratestuale: un *casual game* scaricabile su iTunes, spille con la ghiandaia imitatrice portafortuna, libri di ricette. Negli anni, “Hunger Games” è stato esplorato, remixato, parodiato. Se ne parla in un numero crescente di spazi online e offline. Sulla pagina ufficiale di Facebook, i fan superano i 12 milioni: essi hanno un nome (“tributi”) e un gesto di riconoscimento (le tre dita della mano sinistra sollevate). L'*hashtag* *#capitolstyle* aggrega, su Twitter, le foto di spettatori in attesa all'entrata dei cinema, vestiti come i personaggi.⁵⁰

⁴⁸ BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, cit., p. 41.

⁴⁹ SCHERFFING, CLARA MIRANDA, *Come si vende un film*, «Prismo», novembre 19, 2015, <<http://www.prismomag.com/cinema-digital-marketing/>> (consultato il 18 settembre 2016).

⁵⁰ BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a “The Hunger Games”*, «Cinergie», 5, marzo, 2014, p. 176.

Disponendo di risorse limitate,⁵¹ il direttore della campagna promozionale Tim Palen, Chief Brand Officer e presidente del reparto Worldwide Marketing della Lionsgate, ha cercato di capitalizzare innanzitutto l'interesse e il coinvolgimento della forte *fanbase* letteraria già esistente: «il segreto per coniugare successo e risparmio in questo caso è stato sfruttare la fanbase già molto sostanziosa dei libri a cui si ispira la saga, coinvolgendola nel processo promozionale con trovate come una caccia al tesoro su Twitter o contest a premi su Facebook».⁵²

The first task was to target the pre-existing fan base surrounding the book trilogy using social media tools like Twitter and Facebook. Lionsgate's marketing team learned early on that they could use the engaged fan base that already were "eager" for any word of the upcoming screen adaptation. This mirrors that internet can benefit recognizable franchises that already have a significant and active fan base that can circulate content and create buzz online.⁵³

Viene così creata una intensa campagna su molteplici piattaforme e sui *social network*, composta da tredici profili Facebook corrispondenti ai diversi distretti di Panem, una pagina Tumblr ufficiale, un canale YouTube ispirato alla Capitol TV che trasmette le competizioni degli Hunger Games nei film, o ancora l'account Twitter @TheCapitolPN, che promette di condividere nuove informazioni solo subordinatamente alla viralità garantita dai *follower* ai contenuti pubblicati precedentemente. «Lionsgate's strategy was to use social media to empower the fans, and traditional media to create a "mass appeal"».⁵⁴

È importante sottolineare, tuttavia, che la campagna Lionsgate non trascura affatto gli strumenti più tradizionali del marketing, che anzi continuano a costituire una parte integrante e fondamentale della promozione dei film.

⁵¹ Il budget a disposizione della casa di produzione è di circa 45 milioni di dollari, a fronte dei 70-80 milioni a film spesi in media dai grandi *studios* hollywoodiani. Bisogna però considerare che la *mini-major* Lionsgate investe solitamente meno di 30 milioni in marketing per ogni film. Fonte: < <http://latimesblogs.latimes.com/entertainmentnewsbuzz/2012/03/lionsgate-spending-.html> > (consultato il 3 settembre 2016).

⁵² SCHERFFING, CLARA MIRANDA, *Come si vende un film*, cit.

⁵³ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., pp. 12-13.

⁵⁴ *Ivi*, cit., pp. 17-18.

Lionsgate used all the usual old-media tricks — giving away 80,000 posters, securing almost 50 magazine cover stories, advertising on 3,000 billboards and bus shelters.

But the campaign's centerpiece has been a phased, yearlong digital effort built around the content platforms cherished by young audiences: near-constant use of Facebook and Twitter, a YouTube channel, a Tumblr blog, iPhone games and live Yahoo streaming from the premiere.⁵⁵

L'efficacia e l'originalità della campagna promozionale di *The Hunger Games* risiedono dunque nell'abilità della Lionsgate di «incorporate traditional marketing techniques into their online efforts».⁵⁶ Se da un lato, infatti, vengono pubblicati annunci sulle pagine dei giornali e rilasciate interviste nei talk show televisivi, dall'altra sono gli elementi propri del *viral marketing* e le dinamiche tipiche del sistema produttivo convergente ad attrarre le maggiori attenzioni su *The Hunger Games*, alimentandone la popolarità e i motivi di interesse. A cento giorni dall'uscita del primo capitolo della saga, per esempio, attraverso l'*hashtag* #HungerGames100, Lionsgate lancia una versione inedita della locandina del film, suddivisa in cento pezzi distinti da scovare sui profili Facebook e Twitter di altrettanti siti partner e da assemblare in maniera amatoriale per poter ricostruire il poster nella sua interezza.

Together with the hashtag #HungerGames100, Lionsgate released an online puzzle for the launch of a new poster. The puzzle allowed fans to gather pieces from different places online in order to assemble the poster themselves, thereby leading fans from one social media site to another. One hundred partner sites hid 100 puzzle pieces on their Facebook pages, and by tweeting about it they sent their Twitter followers there to gather them. Fans had to search through Twitter to put together the poster, either by printing out the pieces and cutting them out or using a program like Photoshop. The puzzle challenge made “The Hunger Games” trend worldwide on Twitter within minutes.⁵⁷

⁵⁵ BARNES, BROOKS, *How to Build a Must-See Fever*, cit., p. B1.

⁵⁶ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., p. 18.

⁵⁷ *Ivi*, cit., pp. 16-17.

In particolare, ciò che colpisce della *marketing campaign* di *The Hunger Games*, è il livello di integrazione raggiunto tra «i comportamenti che dipendono dalle strategie degli attori industriali e quelli propriamente *grassroots*». ⁵⁸ Come esposto precedentemente, nell'epoca della convergenza la diffusione di internet, la digitalizzazione dei contenuti e lo sviluppo di molteplici piattaforme di fruizione, permettono l'introduzione di nuove e mutate forme di accesso ai contenuti mediali e, conseguentemente, favoriscono la nascita di una audience più consapevole, attiva e performativa. A questo proposito, Massimo Scaglioni suggerisce che alla «consueta contrapposizione fra pratiche *top-down* d'incorporazione e pratiche *bottom-up* di resistenza (fra cui *fandom* e cultismo), resa canonica da Henry Jenkins, andrebbe contrapposta una visione più articolata e organica delle interrelazioni fra le diverse componenti del sistema dei media, da un lato, e degli specifici media (come il cinema, che conserva una propria, specifica autonomia) intesi essi stessi come sistemi complessi». ⁵⁹ Le dinamiche tipiche del sistema convergente, infatti, rendono più labile il confine tra produzione e fruizione, stimolando la partecipazione delle audience sia in direzione di una maggiore interazione con i prodotti offerti dall'industria culturale, sia nella forma di una vera e propria produzione amatoriale autonoma.

Il caso della campagna Lionsgate dimostra come, grazie agli strumenti sviluppati dal sistema produttivo convergente, una casa di produzione possa capitalizzare il potenziale economico delle pratiche *grassroots* messe in atto dalla *fanbase* di riferimento, includendole all'interno delle proprie strategie industriali di produzione e comunicazione.

The relationship between fans and producers in the digital age has at least indirectly benefited powerful corporations. Like in the case of *THG* can producers benefit from productive fan consumers by indirectly monetizing user-generated content for promotional purposes. The internet has facilitated the production of gifts and the exchange mechanism among fan communities, and producers seek ways to profit from the mass of user-generated content as digital

⁵⁸ BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a "The Hunger Games"*, cit., p. 177.

⁵⁹ SCAGLIONI, MASSIMO, *Consumo di cinema e pratiche di fandom*, cit., p. 247.

technologies have increased the circulation of fans' work publicly to a wider audience.⁶⁰

Non a caso, «la chiave del successo di *Hunger Games* è anche lo sfruttamento del cosiddetto “*fan labour*”: la passione dei fan che, attraverso la produzione di numerose fan-fiction o semplicemente con la partecipazione ai suddetti giochi, ha concretamente prodotto gran parte dei materiali di marketing».⁶¹ Il volume delle pratiche di *fandom* prodotte e messe in circolo dalla *fanbase* di *The Hunger Games* raggiunge livelli vertiginosi e smisurati, tanto da renderne impossibile una esaustiva catalogazione enciclopedica.⁶² Si passa dalle pratiche cartografiche, tipicamente legate agli ecosistemi narrativi fantasy e fantascientifici, che propongono una riorganizzazione dei contenuti riguardanti il mondo diegetico del film attraverso la produzione *infographic* e mappe, fino alle speculazioni sulle scelte di adattamento e sul confronto tra pellicole e romanzi contenute in blog e forum informativi.

Parallelamente, si sviluppa un reticolo potenzialmente illimitato di pratiche mimetiche, «caratterizzate dal piacere di riprodurre, di imitare, di materializzare un mondo immaginario»⁶³ e classificabili principalmente come «fenomeni di rimando, di imitazione e di trasformazione».⁶⁴ Ne sono un esempio i remix video, i trailer alternativi e i *fanvid* caricati su YouTube, sia con intenti parodici, sia celebrativi; le espressioni di *fan art* rievocativa, come la fabbricazione di oggetti ispirati all'universo di *The Hunger Games* spesso raccolti in forma fotografica e diffusi tramite *social network*; lo sviluppo di *crossover* con altri ecosistemi mediali o l'adattamento del film a contesti locali estranei, con finalità ludiche o di critica; la creazione di *gif* animate, *meme* e contenuti digitali basati su singole scene o particolari elementi narrativi del film; «un'innumerevole quantità di *booktrailer* amatoriali»,⁶⁵ che coinvolge dunque anche il medium letterario; infine, l'ideazione di un videogioco *open word* costruito riproponendo le peculiarità degli elementi narrativi del *franchise*.

⁶⁰ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., pp. 21-22.

⁶¹ SCHERFFING, CLARA MIRANDA, *Come si vende un film*, cit.

⁶² Un tentativo di elencazione è contenuto nel saggio, già citato in questa sede, BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a "The Hunger Games"*, cit., pp. 178-184.

⁶³ BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a "The Hunger Games"*, cit., p. 181.

⁶⁴ *Ivi*, cit., p. 178.

⁶⁵ BECATINI, EDOARDO, *Promuovere come? Promuovere cosa?*, «Segnocinema», 175, XXXII, Maggio-Giugno, 2012, p. 77.

In questo contesto, la strategia della *marketing campaign* della Lionsgate è quella di mettere in atto una puntuale e sistematica riappropriazione della sterminata produzione *fandom* legata a *The Hunger Games*, sfruttando i bisogni di «espressione di identità, condivisione di gusto, costruzione di comunità»⁶⁶ manifestati dalla *fanbase* per aumentare l'interesse intorno al *franchise* – e massimizzare così gli introiti al botteghino. Risultano emblematici, in questo senso, gli esempi dei siti TheCapitol.pn⁶⁷ e TheHungerGamesExplorer.com,⁶⁸ sviluppati appositamente dalla Lionsgate, fin dal lancio del primo capitolo della saga, con l'esplicito obiettivo di stimolare la partecipazione attiva della audience di riferimento. The Hunger Games Explorer, infatti, è una piattaforma ideata per rispondere alle finalità di aggregazione e di riorganizzazione di «una varietà di informazioni, ufficiali e apocrife, allo scopo di costruire o consolidare un sentimento di appartenenza e di costruire una comunità».⁶⁹ Ispirato alla vita di Panem e dei suoi distretti, invece, TheCapitol.pn «allowed visitors to make digital ID cards as if they lived in [...] the movie's futuristic society»,⁷⁰ favorendo l'esplorazione interattiva della città.

Fans could create their own districts badges on Facebook where they would connect with their districts communities and be active participants. This gave fans an identity in the campaign, and an active role. Tryon writes that more than 800,000 fans created digital identification cards as if they were living in Panem, the futuristic society in the novel and films. Fans with ID passes could later compete on Twitter to be elected “mayor” of one of the twelve districts in the book. This viral strategy made fans into invested participants in the campaign and encouraged them to engage with and share promotional content.⁷¹

Si può quindi affermare che, «in un contesto più ampio, [...] il piano marketing di *Hunger Games* si basa sulla manodopera di un'era, quella digitale, in cui il lavoro più diffuso è quello immateriale e il prodotto più abbondante è quello user generated».⁷² A

⁶⁶ SCAGLIONI, MASSIMO, *Consumo di cinema e pratiche di fandom*, cit., p. 254.

⁶⁷ Si veda all'indirizzo < <http://www.thecapitol.pn/site> >.

⁶⁸ Si veda all'indirizzo < <http://www.thehungergamesexplorer.com> >.

⁶⁹ BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a "The Hunger Games"*, cit., p. 177.

⁷⁰ BARNES, BROOKS, *How to Build a Must-See Fever*, cit., p. B1.

⁷¹ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., p. 15.

⁷² SCHERFFING, CLARA MIRANDA, *Come si vende un film*, cit.

questo proposito, un quesito aperto del dibattito contemporaneo sul rapporto tra produttori e consumatori dell'industria culturale⁷³ riguarda il fatto che queste pratiche *fandom* «should be called labor that demands compensation».⁷⁴ Tuttavia, è importante sottolineare che «Lionsgate contributed to foster and activate the fan culture online and kept them engaged throughout the campaign, which increased fan activity and the buzz around *THG* online».⁷⁵

Il dato rilevante è che la proliferazione di queste pratiche di *fandom* – e la loro capitalizzazione da parte dell'industria – connota *The Hunger Games* come una narrazione *estesa*, «uno spazio di discorso in continua evoluzione, un sistema complesso all'interno del quale è necessario individuare la posizione dei molteplici frammenti mediatici».⁷⁶ E dunque, in definitiva, un emblematico prodotto della convergenza. «Se “Hunger Games” può essere considerato un monumento sacro della cultura adolescente, le ragioni sono da ricercare nelle negoziazioni costanti tra un mondo e le pratiche degli spettatori, in diversi contesti, nella loro sovrapposizione nel tempo».⁷⁷

VII.3 *The Hunger Games*: un *teen movie* convergente

Analizzare *The Hunger Games* in quanto *franchise* transmediale, significa coglierne il valore in relazione al «macrotesto cine-spettacolare»⁷⁸ tipico dell'epoca della convergenza, tra pratiche di consumo e pratiche di produzione proprie di un sistema mediale sinergico e integrato. Altrettanto utile e rilevante, però, risulta essere il tentativo di collocazione della saga nell'alveo del cinema per adolescenti.

⁷³ Su questo argomento, si confrontino in particolare le posizioni espresse in DE KOSNIK, ABIGAIL, *Fandom as Free Labor*, in (a cura di) SCHOLZ, TREBOR, *Digital Labor: Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013; JOHNSON, DEREK, *Media Franchising: Creative License and Collaborations in the Culture Industries*, New York, New York University Press, 2013; KERRIGAN, FINOLA, *Film Marketing*, Oxford, Butterworth – Heinemann, 2010.

⁷⁴ ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., 25.

⁷⁵ *Ibidem*.

⁷⁶ BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a “The Hunger Games”*, cit., p. 177.

⁷⁷ *Ivi*, cit., p. 184.

⁷⁸ MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, cit., p. 43.

Il dibattito critico ricostruito precedentemente, dimostra come *The Hunger Games* sia abile nell'appropriarsi di peculiarità e stilemi tipici del genere distopico, adattandosi così ai paradigmi narrativi predominanti del cinema del nuovo millennio. Non bisogna però dimenticare che il *franchise* individua nella *teen audience* il proprio target d'elezione e, conseguentemente, rielabora il proprio racconto secondo le sue esigenze: «this sort of material [...] never before has it been targeted specifically at a tween/teen demographic». ⁷⁹ Per sfruttare pienamente il potenziale economico del *teen market* di riferimento, infatti, i quattro lungometraggi della saga si conformano alle restrizioni imposte dalla classificazione PG-13, la categoria del *rating system* statunitense rivolta distintamente a orientare le visioni e i consumi del pubblico adolescente.

The Hunger Games, dunque, rispetta l'abituale parabola di «progressivo incupimento»⁸⁰ comune alle molte opere del genere supereroico contemporaneo: «questo si presenta sempre con le proprietà esasperate del prodotto postmoderno, che mescola una vitalistica sontuosità visibile ed esperienziale con lo scetticismo di un gioco scoperto, di una funzionalità esibita che sempre più abbandona l'ironia per andare incontro a un senso di *cupio dissolvi* autodistruttivo». ⁸¹ Tuttavia, in virtù della sua classificazione strategica PG-13, è costretto necessariamente ad attutire la carica di brutalità ed efferatezza sottesa alla rappresentazione di una feroce carneficina tra ragazzi. Nonostante derivi il suo stesso nome dallo spietato gioco al massacro attorno al quale è strutturato il *plot* principale, *The Hunger Games* non raggiunge mai un livello disturbante o controverso, per scongiurare il rischio di alienarsi una parte della *teen audience* di riferimento. Non a caso, un'accortezza della *marketing campaign* è quella di evitare di citare esplicitamente nei contenuti promozionali l'uccisione dei giovani Tributi.

Another interesting subject is how *THG*'s tricky story about children killing each other affected the marketing materials and the marketing strategies, and how/if that in turn affected the reception of the movie. For example, Palen says that Lionsgate made the rule to never say “23 kids get killed”, and instead focused on

⁷⁹ BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, cit., p. 68.

⁸⁰ POLLONE, MATTEO, *Tutto si tiene, tutto si distrugge. Il superero movie contemporaneo e il caso di The Dark Knight*, cit., p. 258.

⁸¹ *Ivi*, cit., pp. 257-258.

the more selling formulation “only one wins”. The marketing team also decided not to show any violence in the marketing materials, so that the audience had to buy tickets in order to see the actual games. When *THG* premiered in the U.S. it caused debate whether it was a suitable film for a younger audience.⁸²

«Any real sense of risk has been carefully ironed out: the PG-13 rating that ensures the film’s suitability for its target audience also blunts the impact of teen-on-teen bloodshed, most of it rendered in quick, oblique glimpses».⁸³ Ne deriva così «a film built around a grand spectacle of violence, brutality and death, but one that carefully avoids reproducing such spectacle for its young, impressionable viewers».⁸⁴

A questa mitigazione dei contenuti più traumatici e problematici, corrisponde un equivalente processo di addomesticamento del personaggio di Katniss: per esempio, se nel romanzo la sua prima uccisione è espressione deliberata di un sentimento di vendetta collerica, nel film diventa un atto di resistenza e di difesa personale. Il percorso di formazione di Katniss, «from disorientation to resourceful self-possession»,⁸⁵ sembra così uniformarsi alla parabola evolutiva tipica degli eroi della *young adult literature*, che «tendono sempre verso un’affermazione positiva e una sensazione di crescita e maturazione alla fine della loro evoluzione narrativa».⁸⁶ In questo senso, la propensione alla normalizzazione e all’attenuamento di ogni possibile portato eversivo si pone in lineare continuità con lo sviluppo del genere *teen movie* degli ultimi decenni.

Hollywood’s teenpics since the 1950s and 1960s have reflected a distinct movement away from leather-jacketed alienation and countercultural rebellion toward well-scrubbed conformity and sexual restraint. The adolescent racket that began in 1955 with *Blackboard Jungle* and *Rebel Without a Cause* and that pumped up the volume in the 1960s with *Wild in the Streets* and *Easy Rider* modulated its melody in the late 1970s. Since then, the young have been more likely to obey their elders than to defy them. From *Star Wars* to *The Matrix* (1999), aimless youths seek out nurturing mentors who drill them in the spiritual

⁸² ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign*, cit., p. 27.

⁸³ CHANG, JUSTIN, *The Hunger Games*, «Variety», 7, March 26, 2012, p. 26.

⁸⁴ BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, cit., p. 68.

⁸⁵ HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, cit., p. 54.

⁸⁶ BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, cit., p. 41.

and athletic ways of the world. With an almost religious devotion, they recite the father figure's words of wisdom and follow like good sons in his footsteps. During the 1950s and 1960s, when parent culture was at its strongest and most authoritative, the teenpics catered to rebellion against Mom and Dad and liberation from the confines of the home. In an age where parent culture is vacillating, disjointed, or absent, the teenpics commemorate filial duty and stoke home fires.⁸⁷

Dunque, se si può affermare ragionevolmente che *The Hunger Games* ricorre a *tòpoi* e stilemi del genere distopico, è altrettanto vero che se ne appropria e li rielabora per adattarli alle peculiarità del *teen movie* dell'epoca convergente. Katniss, infatti, appare sia come una «adolescente *révoltée*»,⁸⁸ sia come una «reluctant soldier»,⁸⁹ e le sue azioni sono dettate più da motivazioni affettive e personali che da argomentazioni ideologiche. In questo senso, dunque, Katniss interiorizza e incarna quella tendenza alla normalizzazione che contraddistingue lo sviluppo dei *teen movies* negli ultimi decenni, secondo la quale, sintetizza Doherty, «adolescents liberated from adult authority turn into responsible adults».⁹⁰

Katniss also takes up both maternal and paternal roles in relationship to her family and loved ones. She protects her mother, sister, and her friend and fellow games contestant, Peeta, along with young Rue and other games participants. [...] Her loving care, which we see her bestow on Rue and Peeta during the games, and on her little sister Prim outside of the games, displays her maternal side. But, her hunting prowess and ability to survive in the forest and therefore in the games displays her paternal side. With her father dead and her mother emotionally unavailable, Katniss must take up both roles and mother and father herself and those around her.⁹¹

⁸⁷ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 208-209.

⁸⁸ BAUMANN, FABIEN, *Hunger Games: la Révolte, partie 1*, «Positif», 647, 2015, p. 47.

⁸⁹ MAYER, SOPHIE, *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2*, cit., p. 70.

⁹⁰ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., p. 201.

⁹¹ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, «Humanities», Vol.3, Issue 4, 2014, p. 678.

The Hunger Games si configura così non solo come un prodotto transmediale e convergente destinato al *teen market*, bensì come autentico *teen movie*. Del resto, i quattro lungometraggi che compongono la saga sono disseminati di stereotipi, convenzioni e temi ricorrenti ereditati dai tradizionali filoni del genere.

Di diretta derivazione dalle commedie di ambientazione scolastica è, per esempio, la presenza del «teacher-hero»,⁹² secondo la definizione di Considine, qui quadripartita nei personaggi del coach Haymitch Abernathy, della presentatrice Effie Trinket, del Capo degli Strateghi Plutarch Heavensbee e dello stilista Cinna. Si tratta di una figura archetipica che appartiene alla produzione dei *teen movies* fin dagli anni Cinquanta, il cui modello d'ispirazione può essere riconosciuto nel Professore Dadier del già citato *Blackboard Jungle*. Tra riconferme e aggiornamenti costanti, il prototipo del *teacher-hero* si consolida nel corso dei decenni, soprattutto in relazione all'emergere di quella tendenza alla normalizzazione esposta poco sopra: basti citare, tra i molti, titoli come *To Sir, With Love* (*La scuola della violenza*, 1967), *Stand and Deliver* (*La forza della volontà*, 1988), *Dead Poets Society* (*L'attimo fuggente*, 1989), *Dangerous Minds* (*Pensieri pericolosi*, 1995), *Finding Forrester* (*Scoprendo Forrester*, 2000), *The School of Rock* (*School of Rock*, 2003) o *Freedom Writers* (*Id.*, 2007). La durevole e regolare ricorrenza di questo tipo di personaggio determina, conseguentemente, l'affermazione di una parabola narrativa peculiare, secondo la quale si strutturano i *teen movies* di ambientazione scolastica: «in order for the teacher to emerge as hero, it was necessary for other teachers, and in particular for principals and administrators, to be depicted as villains. At its most simple level, this format led to a formula in which teacher meets class, teacher wins class, teacher loses class, teacher wins class back».⁹³

Anche i mentori di *The Hunger Games* si uniformano a questo paradigma: con la sola eccezione di Cinna, presentato da subito come pienamente positivo, gli altri personaggi appaiono tutti, a diversi livelli, sinistramente complici o compromessi col potere del Presidente Snow. Per questo vengono trattati con iniziale diffidenza dalla protagonista, pur riuscendo infine, secondo lo schema abituale, a ottenerne, tradirne e ancora riconquistarne la fiducia.

⁹² CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, cit., p. 36.

⁹³ *Ivi*, cit., p. 36.

In questo senso, risulta particolarmente rappresentativo il personaggio di Haymitch Abernathy: vincitore di una lontana edizione degli Hunger Games, avrebbe il compito di allenare fisicamente e preparare psicologicamente Katniss alla prova dei giochi mortali. L'uomo, però, sembra patire i disturbi della cosiddetta sindrome da stress post-traumatico e vive la drammatica difficoltà di reinserimento nel tessuto sociale tipica dei reduci di guerra. Il suo mutismo e la sua propensione all'alcolismo lo rendono scostante e inaffidabile, ma l'intrepida ostinazione della ragazza riesce a vincerne l'indifferenza. Risvegliato dal suo stato di apatico torpore, Haymitch può così adempiere alla sua missione: conquistare la fiducia di Katniss, diventarne guida e amico e, infine, insegnarle a comprendere e gestire la «uncomfortable double awareness of herself as a person and as an actor in a reality show».⁹⁴

Secondo questa prospettiva, risulta particolarmente calzante e suggestiva anche la descrizione di Considine della scuola «as a battleground instead of as a space for education and support».⁹⁵ Sottolinea infatti Catherine Driscoll: «this teacher-hero scenario confirms that high school is a social space, organized first of all by the currency of respect. [...] School delinquency films are often dominated by race, or by race and class, as factors in the proper management of youth and as distinctions between groups of youth».⁹⁶ Nel caso di *The Hunger Games*, il campo di battaglia è più sanguinosamente reale che mai, ma le dinamiche che ne sottendono equilibri e meccanismi sono le stesse di qualsiasi *high school*. Non a caso, la rigida divisione di Panem in Distretti risponde alle stesse logiche di razza e di classe citate da Driscoll in relazione all'istituzione di gruppi e *cliques* all'interno dell'ambiente scolastico. *The Hunger Games* costituisce quindi «hyper-charged version of high school, an everyday place with incessant anxieties: constant judgment by adults, hazing, bullying, and cliques».⁹⁷

⁹⁴ HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, cit., p. 55.

⁹⁵ CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, cit., p. 144.

⁹⁶ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 37.

⁹⁷ DENBY, DAVID, *Kids at Risk*, «The New Yorker», April 2, 2012, <<http://www.newyorker.com/magazine/2012/04/02/kids-at-risk>> (consultato il 12 ottobre 2016).

VII.4 Sopravvivenze

La fitta rete di rimandi, retaggi e affinità tra *The Hunger Games* e le convenzioni del genere *teen movie* risulta però soprattutto evidente nell'analisi del personaggio di Katniss Everdeen. Innanzitutto, il *franchise* aderisce e rafforza quel filone di film che si propone di intercettare il favore della componente femminile della *teen audience* di riferimento, il cui peso commerciale diventa progressivamente preminente a partire dagli anni Novanta: «certainly one important aspect of this trend is that in both film and television s that female characters are no longer relegated to the mergins of a male-centred narratives. [...] These young women are not only at the center of the narrative, they are the narrative's driving force».⁹⁸ Per questo, con sempre maggiore consistenza negli anni Duemila, «strong girl protagonists are becoming popular in Young Adult Fiction and Blockbuster Hollywood films such as *Twilight*, *Hannah*, *Kick Ass*, *Frozen*, *The Hunger Games* and *Divergent*, among others».⁹⁹

The '10s continued to feature the lone tough girl character as alternately comical (the proud virgin in *Easy A*, 2010), conflicted (the guilt-ridden *Margaret*, 2011), and creative (the self-designed Latina of *Girl in Progress*, 2012). The flourishing of these character types continued in *Kick-Ass* (2010) with its depiction of a pre-teen crime-fighting superhero girl; *Hick* (2011), about a thirteen-year-old Nebraskan who embarks on a westward odyssey and survives trying ordeals in her exodus; and *God Bless America* (2011), an audacious tale of a teenage girl joining a middle-aged man motivated by pop culture outrage to kill despicable people.¹⁰⁰

Se l'epigono di questa tendenza può essere rintracciato nel già citato *Heathers* o nella serie televisiva *Buffy the Vampire Slayer* (*Buffy l'ammazzavampiri*, 1997-2003), il successo di *The Hunger Games* incorona Katniss icona di riferimento del filone delle *tough girls*.¹⁰¹ Al punto che l'economista Noreen Hertz, nel suo recente studio socio-

⁹⁸ TROPIANO, STEPHEN, *Foreword*, cit., pp. X-XI.

⁹⁹ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, cit., p. 675.

¹⁰⁰ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 142.

¹⁰¹ Il sito Box Office Mojo ha stilato la classifica dei film d'azione più redditizi aventi protagonista un personaggio femminile. I quattro capitoli della saga *The Hunger Games* occupano rispettivamente dalla

economico delle abitudini dei ragazzi statunitensi nati tra il 1995 e il 2002, ne fa il simbolo di quella che battezza Generazione K.¹⁰² Il suo personaggio, dunque, aderendo al prototipo della *tough girl*, raccoglie l'eredità dei *teen female characters* proposti dai *teen movies* nel corso dei decenni. In questo senso, infatti, Katniss conferma il modello della «individual girl hero who is ruthless by necessity»¹⁰³ proposto da *Heathers* e, soprattutto, aggiorna la tradizione delle «victimised survivors»¹⁰⁴ tipica degli *slasher horror* dagli anni Settanta in poi.

In questa prospettiva, infatti, *The Hunger Games* sembra riuscire a integrare all'interno del proprio racconto distopico stilemi e strutture narrative propri del *teen horror*. Nota infatti Vivien Sobchack che, all'interno di questo sottogenere, si impongono quali elementi ricorrenti l'assenza – o l'impotenza – della famiglia e la condizione di isolamento dell'adolescente protagonista: «these films abstract and ritualize adolescent isolation, rage, and helplessness, and it is particularly interesting to note how they rigorously repress the presence of parents and families, the latter's impotence and failure an absence that necessitates and structures the violence of the narrative».¹⁰⁵ Significativamente, nel corso della narrazione, Katniss è chiamata a confrontarsi con una madre debole e inerme e «the fantasy of the father beaten to death».¹⁰⁶ Di fronte all'assenza del padre e alla passività indolente della madre, la ragazza è costretta a farsi carico da sola dei bisogni della famiglia: caccia la selvaggina, taglia la legna, procura il

seconda alla quinta posizione, superati solo dal recente *Star Wars: The Force Awakes* (*Star Wars – Il risveglio della Forza*, 2015). Fonte: < <http://www.boxofficemojo.com/genres/chart/?id=actionheroine.htm> > (consultato il 19 settembre 2016).

¹⁰² Su questo argomento si vedano HERTZ, NORRENA, *Generation K: What It Means to Be a Teen*, «Financial Times», April 20, 2015, < <https://www.ft.com/content/1642f9d2-e3ac-11e4-9a82-00144feab7de> >; HERTZ, NORRENA, *Generation K: Who Are They, and What Do Know About Them?*, «New York Times», April 21, 2015, < <http://nytlive.nytimes.com/womenintheworld/2015/04/21/generation-k-who-are-they-and-what-do-we-know-about-them/> >; HERTZ, NORRENA, *Think Millenials Have It Tough? For 'Generation K' Life is Even Harsher*, «The Guardian», March 19, 2016, < <https://www.theguardian.com/world/2016/mar/19/think-millennials-have-it-tough-for-generation-k-life-is-even-harsher> > (consultati il 12 ottobre 2016).

¹⁰³ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 57.

¹⁰⁴ SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, cit., p. 90.

¹⁰⁵ SOBCHACK, VIVIAN, *Bringing It All Back Home: Family, Economy and Generic Exchange*, in GRANT, BARRY KEITH (a cura di), *The Dread of Difference: Gender and the Horror Film*, Austin, University of Texas Press, 1996, p. 150.

¹⁰⁶ KRISTEVA, JULIA, *A Father is Beaten to Death*, < <http://www.kristeva.fr/father.html> > (consultato il 12 ottobre 2016).

cibo, ricava qualche soldo, gestisce la casa, conforta emotivamente la sorella minore, in una dinamica che si replica e rinforza anche nel suo rapporto con Peeta e con alcuni contendenti degli Hunger Games. In continuità con le convenzioni tradizionali del *teen horror* e, allo stesso tempo, con la tendenza alla normalizzazione del genere, «with her father dead and her mother emotionally unavailable, Katniss must take up both roles and mother and father herself and those around her».¹⁰⁷ Inoltre, secondo questo approccio, il Presidente Snow, al pari del Freddy Krueger di *A Nightmare on Elm Street* e del Jason Voorhees di *Friday the 13th*, si configura come quello che Jayson Williams definisce «the ultimate bad father».¹⁰⁸ Attraverso i confronti serrati con la protagonista, infatti, il suo personaggio viene modellato per conformarsi alle caratteristiche dell'abituale ritratto del «ultimate oppressive, abusive parental authority figure, a teenager's true nightmare».¹⁰⁹

Infine, il reticolo di influenze e corrispondenze tra *The Hunger Games* e il *teen horror* prende corpo con puntuale evidenza soprattutto nella riproposizione del *tòpos* della «final girl»:¹¹⁰ Katniss sembra infatti raccogliere e aggiornare la rilevante eredità di quella che Carol J. Clover riconosce come la figura più rappresentativa del sottogenere. «She is the one who encounters the mutilated bodies of her friends and perceives the full extent of the preceding horror and of her own peril; who is chased, cornered, wounded; who we see scream, stagger, fall, rise, and scream again».¹¹¹ La forza e la rilevanza del personaggio di Katniss risiedono nella sua capacità di conformarsi e, allo stesso tempo, rinnovare l'archetipo della *final girl* sotto molteplici aspetti, aggiornandolo secondo le esigenze contingenti del *teen movie* della convergenza.

Innanzitutto, secondo Clover, la *final girl* «is not sexually active».¹¹² In questo senso, sebbene la saga veda Katniss protagonista di un triangolo amoroso, è importante riconoscere come la narrazione sentimentale non risulti mai prevalente nell'economia dell'intreccio narrativo. La relazione con Peeta, che pure sfocia in un *ménage* coniugale,

¹⁰⁷ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, cit., p. 678.

¹⁰⁸ WILLIAMS, TONY, *Trying to Survive on the Darker Side: 1980s Family Horror*, in GRANT, BARRY KEITH (a cura di), *The Dread of Difference: Gender and the Horror Film*, Austin, University of Texas Press, 1996, p. 175.

¹⁰⁹ SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex*, cit., p. 152.

¹¹⁰ CLOVER, CAROL J., *Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film*, Princeton, Princeton University Press, 1992, p. 35.

¹¹¹ *Ibidem*.

¹¹² *Ivi*, cit., p. 39.

prende avvio a favore di telecamera come una cinica strategia di sopravvivenza, mentre il legame con Gale vacilla presto con l'evolversi delle sommosse rivoluzionarie, a causa di visioni politiche discordanti. «Indeed, Katniss's relationship to both Gale and Peeta is more like a relationship to brothers than lovers».¹¹³ In questo senso, *The Hunger Games* rispecchia tanto le caratteristiche peculiari del *teen movie*, quanto quelle dei tipici prodotti del cinema della convergenza, che, come sottolinea Schatz, esigono una «*love story* all'insegna della castità».¹¹⁴ Conseguentemente, al pari della *final girl*, anche Katniss si presenta come «a male surrogate».¹¹⁵ Cresciuta in una squallida regione mineraria e abituata a una vita di stenti e ristrettezze, la ragazza tende a presentarsi prevalentemente come un soldato o un cacciatore, armata di arco, frecce e pratico buon senso. Tuttavia, la sua immagine non appare meno credibile ed efficace nei pirotecnici abiti da sera che le confeziona lo stilista Cinna per le dirette televisive. Non a caso, l'avidio pubblico di Capitol City ne acclama estatico la femminilità, e la spinge a furor di televoto a stringere una corrispondenza di amorosi sensi col sodale Peeta.

Katniss herself is a symbol of ambiguity. Specifically, she embodies gender ambiguity, as she is shown fresh-faced, wearing hunting garb that could just as well have hung in her hunting pal Gale's closet, alternating with princess gowns and full make-up for the pageants and televised interviews. While it is clear that Katniss prefers her Tomboy look and practical hunting clothes, the movies (more so than the books) show her in extravagant dresses looking radiant. The "girl on fire" is hot. The films alternate between showing us Katniss as Tomboy and Katniss as beauty queen, but they do not show us Katniss as sex symbol. (One movie poster for the second film shows Katniss as half princess and half hunter, her face split in half). Indeed Katniss's sexuality is a mystery, even to herself. And it is her gender ambiguity and her ambivalent sexuality that make her attractive.¹¹⁶

¹¹³ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, cit., p. 679.

¹¹⁴ SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, cit., p. 50.

¹¹⁵ CLOVER, CAROL J., *Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film*, cit., p. 119.

¹¹⁶ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, cit., p. 677.

In questa adesione consapevole all'ambiguità risiede il tratto più innovativo, progressista e culturalmente significativo di Katniss.¹¹⁷ È interessante notare come Clover, riferendosi ancora alla *final girl*, sentenzi: «she is abject terror personified».¹¹⁸ In questo senso, è possibile leggere quest'ultima affermazione in relazione alla definizione di Julia Kristeva del concetto di abiezione, *abjection* appunto, come «whatever disturbs identity, system, order. What does not respect borders, positions, rules; the in-between, the ambiguous».¹¹⁹

Il personaggio di Katniss, così ambivalentemente in bilico tra guerra e amore, pubblico e privato, maschile e femminile, paterno e materno, scardina quel sistema di «borders, positions, rules» all'interno del quale sono sempre stati circoscritti i *female teen characters* proposti dal *teen movie*. Minando le convenzioni di genere e di *gender*, «the ambiguity of Katniss's identity and the ambivalence of her desires open up possibilities traditionally unavailable»¹²⁰ e promuove «a feminist aesthetics of ambiguity as an imaginary space where alternatives identities are possible».¹²¹

La sua cruenta battaglia per la sopravvivenza, diventa dunque felice metafora di quel percorso di ricerca identitaria di sé che, secondo Driscoll, costituisce il vero tratto peculiare e caratterizzante comune a tutti i filoni e i sottogeneri afferenti al *teen movie*.

The horrifyingly abject describes something more dramatic than the difficult relations between identity, the body, and the social characterizing adolescence, but adolescence works as a symbol for this encounter. Teen film [...] is a place where failure to properly negotiate this composition is exposed.¹²²

Katniss incarna dunque quello «state of in-between-ness»¹²³ che contraddistingue e accomuna i *teen movies* e l'adolescenza stessa. Se si può sostenere quindi, come affermato precedentemente, che «the subject of teen film is in the process of becoming a

¹¹⁷ Per una lettura filosofica dell'impatto di Katniss quale oggetto culturale di massa si veda anche il volume del collettivo CHE VUOI, *Katniss. La macchina delle emozioni*, L'Aquila, Textus, 2015.

¹¹⁸ CLOVER, CAROL J., *Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film*, cit., p. 35.

¹¹⁹ KRISTEVA, JULIA, *Powers of Horror: An Essay on Abjection*, New York, Columbia University Press, 1982, p. 4.

¹²⁰ OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, cit., p. 685.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 89.

¹²³ *Ivi*, cit., p. 97.

‘subject’»,¹²⁴ la rappresentazione di Katniss riesce a dare vita a percorsi alternativi di «becoming a subject» e, in definitiva, a nuove possibilità di sviluppo per il genere *teen movie*.

¹²⁴ DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 104

CONCLUSIONI

Il caso di *The Hunger Games* dimostra come il *teen movie*, genere eclettico e versatile, riesca ancora una volta a modificarsi per assecondare i trend emergenti di ogni epoca e mantenere così la propria incisività all'interno del mercato cinematografico, pur conservando inalterata, allo stesso tempo, la propria autonomia e riconoscibilità intrinseca. Dall'affermazione delle narrazioni distopiche e fantasy fino all'inedita rilevanza dei personaggi femminili, dall'articolazione di ecosistemi transmediali fino allo sfruttamento sinergico delle potenzialità commerciali proprie del *global entertainment franchise*, *The Hunger Games* si dimostra sensibile e permeabile ai principali elementi di novità introdotti e promossi dal cinema della convergenza.

L'esempio della saga, in questo senso, si pone in lineare continuità con una propensione alla trasformazione, alla rimodulazione e all'aggiornamento continui che definisce e caratterizza il processo di evoluzione tipico del genere nel suo complesso. Sin dalla sua origine, infatti, il *teen movie* dimostra la sua capacità di configurarsi come fertile recettore dei cambiamenti culturali della società, rivelandosi altresì abile nel riuscire a modificare prontamente le proprie istanze peculiari per adeguarsi in maniera commercialmente efficace a tali metamorfosi.

Il percorso di ricostruzione storica tracciato precedentemente, dunque, permette di cogliere due fenomeni fondamentali che definiscono e contraddistinguono il genere lungo l'arco di tutta la sua evoluzione. Innanzitutto, come detto, il *teen movie* si dimostra duttile, poliedrico ed eterogeneo, sviluppando fin da subito una spiccata tendenza ad appropriarsi e a rimodulare convenzioni e stili tipici di altri generi ben consolidati, come il musical, l'horror, la commedia e il melodramma, senza per questo rinunciare al proprio statuto identitario. In secondo luogo, e soprattutto, lo sviluppo del *teen movie* si rivela imprescindibilmente connesso alla stretta maglia di rapporti tra i cambiamenti dell'industria culturale, l'introduzione di innovazioni tecnologiche, la ricerca di nuovi mercati e l'affermazione dei teenager come categoria sociale e, in particolare, come fascia di pubblico potenziale.

La rilevanza della *teen audience* e l'influenza del *teen market* da essa dipendente, risultano elementi centrali e determinanti per lo sviluppo del genere attraverso i decenni. In un percorso di trasformazione che coinvolge in pari misura tanto le pratiche di consumo del pubblico quanto le pratiche di produzione dell'industria cinematografica, il *teen movie* è portato dunque a interrogare le proprie formule e i propri *tòpoi*, le proprie strutture sintattiche e le proprie organizzazioni semantiche, sopravvivendo a se stesso in un inesauribile processo di evoluzione e rinegoziazione costante.

In questo senso, il *teen movie* si conferma un genere *statico* e *dinamico* allo stesso tempo.¹ Da una parte, infatti, il ricorso puntuale e sistematico a un catalogo di stereotipi e convenzioni narrative si rivela una caratteristica fondante del *teen movie*, come suggerito implicitamente anche dalla pellicola *Not Another Teen Movie* citata in apertura. La ripetizione diventa, anzi, una vera e propria strategia evolutiva² attraverso la quale il *teen movie* riesce a istituire quel rapporto di *familiarità* e, conseguentemente, di *riconoscibilità* come genere unitario e coerente, che si rivela determinante nel processo di fidelizzazione della propria audience di riferimento.³

Dall'altra parte, però, il *teen movie* si dimostra anche un genere aperto, fluido ed estendibile, capace di aggiornare continuamente le proprie istanze peculiari attraverso la riappropriazione e la rimodulazione di elementi provenienti da generi diversi. In questo processo, incidono in misura fondamentale tanto i cambiamenti socio-politici e le rivoluzioni di costume in atto in ogni periodo storico, quanto il peso delle pratiche produttive intraprese dall'industria cinematografica, che si rivelano cruciali nella definizione di un genere nato, come detto, per esigenze squisitamente commerciali.⁴

Il *teen movie* si rivela così, allo stesso tempo, un genere altamente ripetitivo e genuinamente adattabile, eclettico ed eterogeneo, permeato da un distintivo carattere di *flessibilità* che ne impedisce la catalogazione entro confini saldi e stabili. Soltanto appellandosi a questo fondamentale carattere di flessibilità, dunque, è possibile approcciare in maniera efficace ed esaustiva l'analisi del *teen movie* all'interno del sistema dei generi, riconsegnandoli così una statura scientifica e una autonomia identitaria preclusagli dalla tradizione della teoria dei generi.

¹ SCHATZ, THOMAS, *Film Genre and the Genre Film*, cit., p. 564.

² DRISCOLL, CATHERINE, *Teen Film: A Critical Introduction*, cit., p. 83.

³ SCHATZ, THOMAS, *Hollywood Genre: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, cit., p. 6

⁴ DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics*, cit., pp. 35-36.

Le semplici logiche di lettura semantica e sintattica, infatti, si rivelano fallaci e insufficienti per esaminare e identificare un genere così complesso, sfaccettato e inafferrabile. Per questo motivo, si è ritenuto qui necessario ricorrere a strumenti di indagine nuovi e diversi, attraverso i quali interrogare un oggetto filmico in relazione a quella condizione intermedia, ibrida, plurale e in continua metamorfosi che caratterizza il sistema di produzione e consumo culturale contemporaneo.⁵ Per questo, in un percorso di ricostruzione storiografica che non rinuncia agli strumenti specifici dei *film studies*, si è deciso di inserire l'analisi dello sviluppo del *teen movie* all'interno del campo di osservazione e di studio designato più propriamente dai *media studies*. Del resto, le dinamiche imposte dal regime della cultura convergente trasformano il cinema stesso, come ogni medium, in un *dispositivo sociale* in perenne trasformazione, che reagisce a un mutato contesto tecnologico, mediale e sociale sia evolvendo lungo traiettorie coerenti e interne, mantenendo le proprie prerogative tradizionali, sia rimediando le condizioni di sinergia e integrazione imposte dal sistema culturale della convergenza.⁶

In questo contesto, dunque, il *teen movie* si conferma prodotto d'elezione di quel sistema industriale dell'entertainment che si intreccia con la società e l'economia del proprio tempo, riuscendo così a incidere fortemente sulla cultura popolare: il *teen movie*, più e meglio di altri generi, si inserisce in un contesto in cui spettacoli, media e prodotti culturali si legano inscindibili a una dimensione più propriamente economica e industriale, valicando i confini della propria specificità mediale e offrendosi anche a letture sociologiche, antropologiche, politiche.⁷ In un reticolo sempre mutevole di tradizione e innovazione, dunque, il *teen movie* intraprende un processo perpetuo di trasformazione e aggiornamento per rispondere efficacemente ai cambiamenti sociali e culturali, consolidando così la sua posizione di rilevanza all'interno del mercato cinematografico. E conseguentemente, attraverso tale rilevanza commerciale, confermare il suo valore impattante di evento culturale.

⁵ FADDA, MICHELE, *Corto circuito: o di cosa parliamo quando parliamo di cinema contemporaneo*, in ID. (a cura di), *Corto circuito. Il cinema nell'era della convergenza*, Bologna, ArchetipoLibri, 2011, p. 13.

⁶ MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, cit., p. 169.

⁷ MENDUNI, ENRICO, *Entertainment. Spettacoli, centri commerciali, talk show, parchi a tema, social network*, cit., pp. 20-23.

In questa prospettiva, il successo riscontrato dalla saga imperniata sulle gesta dell'eroina Katniss Everdeen pone *The Hunger Games* come punto di riferimento fondamentale per un nuovo filone di *teen movies* che definisce e caratterizza l'evoluzione del genere nel suo complesso nel contesto della contemporaneità. Solo attraverso una prospettiva temporale più distesa sarà possibile capire se questo ciclo di pellicole si costituirà in un vero e proprio sottogenere, al pari del fortunato e prolifico *teen horror*, oppure sarà destinato a esaurirsi entro il volgere di un lustro, come il *science fiction teen film* sorto e tramontato nella seconda metà degli anni Ottanta. Tuttavia, quello che preme sottolineare in questa sede è come *The Hunger Games* permetta di cogliere pienamente la duplice attitudine del *teen movie* alla conservazione e, insieme, alla trasformazione. O meglio, alla conservazione attraverso la trasformazione: in definitiva, alla *sopravvivenza*.

BIBLIOGRAFIA

[S.N.], *The Dreamy Teen-Age Market: 'It's Neat to Spend'*, «Newsweek», September 16, 1957.

[S.N.], *A New \$ 10-Billion Power: the U.S. Teen-Age Consumer*, «Life», August 31, 1959.

[S.N.], *Zanuck: Zip, Zig, and Zag*, «Variety», April 13, 1955.

ALTMAN, RICK, *Film/Genre*, Londra, The British Film Institute, 1999; trad. it. (consultata) ID., *Film/Genere*, Milano, Vita e Pensiero, 2004.

ANDERSON, CHRIS, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion, 2006 ; trad. it. (consultata) ID., *La coda lunga. Da un mercato di massa ad una massa di mercati*, Torino, Codice Edizioni, 2007.

ARNEEL, GENE, *Pix' Big and Bold Bid for Gold*, «Variety», August 8, 1956.

BAKHTIN, MIKHAIL M., *The Dialogic Imagination: Four Essays*, Austin, University of Texas Press, 1982.

BARNES, BROOKS, *How to Build a Must-See Fever*, «The New York Times», March 19, 2012.

BAUMANN, FABIEN, *Hunger Games: la Révolte, partie 1*, «Positif», 647, 2015.

BECATTINI, EDOARDO, *Promuovere come? Promuovere cosa?*, «Segnocinema», 175, XXXII, Maggio-Giugno, 2012.

BELLAVITA, ANDREA, *Hunger Games*, «Segnocinema», 176, XXXII, Luglio-Agosto, 2012.

BERNSTEIN, JONATHAN, *Pretty in Pink: The Golden Age of Teenage Movies*, New York, St. Martin's Griffin, 1997.

BETROCK, ALAN, *The I Was a Teenage Juvenile Delinquent Rock 'n' Roll Horror Beach Party Movie Book*, New York, St. Martin's, 1986.

BILTEREYST, DANIEL, *A Constructive Form of Censorship: Disciplining Kubrick's Lolita*, in LJUJIĆ, TATIANA, KRAMER, PETER, DANIELS, RICHARD (a cura di), *Stanley Kubrick: New Perspective*, Londra, Black Dog Publishing, 2014.

BISONI, CLAUDIO, INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione*, in BISONI, CLAUDIO, INNOCENTI, VERONICA (a cura di), *Media Mutations – Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, Modena, Mucchi Editore, 2013.

BITEL, ANTON, *The Hunger Games*, «Sigh & Sound», XXII, 5, May, 2012.

BONI, MARTA, *Mappare le reinvenzioni culturali intorno a "The Hunger Games"*, «Cinergie», 5, marzo, 2014.

BORDWELL, DAVID, THOMPSON, KRISTIN, *Film History: An Introduction*, New York, McGraw-Hill, 1994; trad. it. (consultata) ID., *Storia del cinema e dei film*, Milano, Editrice Il Castoro.

BORDWELL, DAVID, *Intensified Continuity: Visual Style in Contemporary American Film*, «Film Quarterly», LV, 3, 2002.

BORDWELL, DAVID, STAIGER, JANET, THOMPSON, KRISTIN, *The Classical Hollywood Cinema*, Londra-New York, Routledge, 1985.

BRAGA, ROBERTO, *Il blockbuster contemporaneo. L'evento, il prototipo, il franchise e quel che resta della pirateria*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

BREMBILLA, PAOLA, *You Can Literally Feel the Fear in This Campus. La rappresentazione della paura nel franchise Scream, tra cinema e televisione*, «Griseldaonline», 15, 2015, < <http://www.griseldaonline.it/temi/paura/rappresentazione-paura-scream-cinema-televisione-brembilla.html> > (consultato il 20 ottobre 2016).

BROWN, CORIE, *The Years Without Ross*, «Premiere», January 1996.

BRUEGGEMANN, TOM, *Arthouse Audit: Record Surprise 'Spring Breakers' Puts New Distrib A24 On Map*, «Indiewire», March 17, 2013, < <http://www.indiewire.com/2013/03/arthouse-audit-record-surprise-spring-breakers-puts-new-distrib-a24-on-map-198944/> > (consultato il 15 settembre 2016).

BUCKINGHAM, DAVID, TINGSTAD, VEBJØRG, *Childhood and Consumer Culture*, Londra, Palgrave Macmillan UK, 2010.

BUCKINGHAM, DAVID, *Introducing Identity*, in BUCKINGHAM, DAVID (a cura di), *Youth, Identity and Digital Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2008.

BUCKINGHAM, DAVID, BRAGG, SARA, KEHILY, MARY JANE (a cura di), *Youth Cultures in the Age of Global Media*, Londra, Palgrave Macmillan UK, 2014.

BUTLER, JUDITH, *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*, Londra-New York, Routledge, 1993.

BUTLER, JUDITH, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Londra-New York, Routledge, 1990.

CACCIA, RICCARDO, *Sotto i colori niente*, «Duellanti», 81, giugno-luglio 2013.

CAGIN, SETH, DRAY, PHILIP, *Hollywood Films of the Seventies: Sex, Drugs, Violence, Rock'n'Roll and Politics*, New York, Harper & Row, 1984.

CASETTI, FRANCESCO, EUGENI, RUGGERO, *Altman e l'ornitorinco. Costruire e negoziare i generi cinematografici*, in ALTMAN, RICK, *Film/Genere*, Milano, Vita e Pensiero, 2004.

CASETTI, FRANCESCO, *L'esperienza filmica e la ri-locazione del cinema*, «Fata Morgana», 4, aprile 2008.

CASETTI, FRANCESCO, *Galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene*, Milano, Bompiani, 2015.

CASETTI, FRANCESCO (a cura di), *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*, Venezia, Marsilio, 1984.

CATEORA, PHILIP R., *An Analysis of the Teenage Market*, Austin, Texas Bureau of Business Research, 1963.

CELATA, GIANDOMENICO, CARUSO, FABIO, *Cinema. Industria e marketing*, Milano, Guerini e Associati, 2003.

CHANG, JUSTIN, *The Hunger Games*, «Variety», 7, March 26, 2012.

CHAPMAN, JAMES, *Cinemas of the World: Film and Society from 1895 to the Present*, Londra, Reaktion Book, 2003.

CHAFE, WILLIAM, *The Unfinished Journey: America Since World War II*, Oxford, Oxford University Press, 1991.

CHE VUOI, *Katniss. La macchina delle emozioni*, L'Aquila, Textus, 2015.

CHILD, BEN, *How the Hunger Games inspired the revolutionary in all of us*, «The Guardian», October 12, 2015, < <https://www.theguardian.com/film/filmblog-/2015/oct/12/hunger-games-mockingjay-part-2> > (consultato il 9 settembre 2016).

CHRISTIE, THOMAS A., *John Hughes and Eighties Cinema: Teenage Hopes and American Dreams*, Maidstone, Kent, Crescent Moon Publishing, 2009.

CLOVER, CAROL J., *Men, Women and Chainsaws: Gender in the Modern Horror Film*, Princeton, Princeton University Press, 1992.

COHEN, STANLEY, *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Londra, MacGibbon and Kee, 1972.

COLLINS, SUZANNE, *A Conversation: Questions & Answers with Suzanne Collins, Author of the Hunger Games Trilogy*, < <http://www.scholastic.com/thehungergames/media/qanda.pdf> > (consultato il 2 settembre 2016).

COLOMBO, ANDREA, *Pazza idea. Ascesa e declino del conflitto generazionale*, in ILARDI, MASSIMO (a cura di), *Ragazzi senza tempo. Immagini, musica, conflitti delle culture giovanili*, Genova, Costa & Nolan, 1993.

CONSIDINE, DAVID M., *The Cinema of Adolescence*, Jefferson, McFarland & Company, 1985.

COOK, DAVID A., *Lost Illusions: American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam 1970-1979*, University of California Press, 2000, in «History of the American Cinema», vol. 9.

CREMONINI, GIORGIO, *Made in USA: linguaggio e storia nel "cinema della nostalgia"*, «Il Ponte», 6, giugno 1974.

CUCCO, MARCO, *Il film blockbuster. Storia e caratteristiche delle grandi produzioni hollywoodiane*, Roma, Carocci, 2010.

DE BERTI, RAFFAELE, *Tra ripetizione e differenza: la parodia nel cinema postmoderno della New Hollywood*, in ID. (a cura di), *La Nuova Hollywood tra autori e generi cinematografici. Analisi di film*, Milano, Cuem, 2005.

DEBORD, GUY, *La société du Spectacle*, Parigi, Édition Buchet-Chastel, 1967; trad. it. (consultata) ID., *La società dello spettacolo*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2001.

DE KOSNIK, ABIGAIL, *Fandom as Free Labor*, in (a cura di) SCHOLZ, TREBOR, *Digital Labor: Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013.

DELEUZE, GILLES, GUATTARI, FÉLIX, *Mille Plateaux*, Parigi, Minuit, 1980.

DENBY, DAVID, *Kids at Risk*, «The New Yorker», April 2, 2012, <<http://www.newyorker.com/magazine/2012/04/02/kids-at-risk>> (consultato il 12 ottobre 2016).

DE SOLA POOL, ITHIEL, *Technologies of Freedom*, Cambridge, Harvard University Press, 1983; trad. it. (consultata) ID., *Tecnologie di libertà: informazione e democrazia nell'era elettronica*, Torino, UTET, 1995.

DE SOLA POOL, ITHIEL, NOAM, ELI M., *Technology without Boundaries: On Telecommunications in Global Age*, Cambridge, Harvard University Press, 1990; trad. it. (consultata) ID., *Tecnologie senza frontiere: le telecomunicazioni nell'era globale*, Torino, UTET, 1998.

DI CHIO, FEDERICO, *American Storytelling. Le forme del racconto nel cinema e nelle serie TV*, Roma, Carocci Editore, 2016.

DI CHIO, FEDERICO, *L'illusione difficile. Cinema e serie TV nell'età della disillusione*, Milano, Bompiani, 2013.

DRESNER, LISA M., *Love Labor's Lost? Early 1980s Representation of Girls' Sexual Decision Making in Fast Times and Ridgemont High and Little Darlings*, in MCDONALD, TAMAR JEFFERS (a cura di), *Virgin Territory: Representing Sexual Inexperience in Film*, Detroit, Wayne University Press, 2010.

DOHERTY, THOMAS, *Teenagers and Teenpics: The Juvenilization of American Movies in the 1950s*, Philadelphia, Temple University Press, 2002.

DUFFETT, MARK, *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*, Londra, Bloomsbury Academic, 2013.

EPSTEIN, EDWARD JAY, *The Rise of the Home Entertainment Economy*, «MPA: Worldwide Market Research», 2005, <
<http://www.edwardjayepstein.com/mpa2004.htm> > (consultato il 29 ottobre 2016).

FADDA, MICHELE, *Corto circuito: o di cosa parliamo quando parliamo di cinema contemporaneo*, in ID. (a cura di), *Corto circuito. Il cinema nell'era della convergenza*, Bologna, ArchetipoLibri, 2011.

FANCHI, MARIAGRAZIA, *L'audience. Storia e teorie*, Roma-Bari, Laterza, 2014.

FASCE, FERDINANDO, *Le anime del commercio. Pubblicità e consumi nel secolo americano*, Roma, Carocci, 2012.

FASSONE, RICCARDO, *Essi ri-vivono. Il remake nel cinema horror americano contemporaneo*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014.

FASSONE, RICCARDO, *Film come evento mediale. La trilogia de Il signore degli anelli*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014.

FRENCH, EMMA, *Selling Shakespeare to Hollywood: The Marketing of Filmed Shakespeare Adaptations from 1989 into the New Millennium*, Hatfield, University of Hertfordshire Press, 2006.

FROW, JON, *Genre: The New Critical Idiom*, Londra-New York, Routledge.

GILBERT, JAMES, *A Cycle of Outrage: America's Reaction to the Juvenile Delinquent in the 1950s*, New York, Oxford University Press, 1986.

GIULIANO, MIKE, *The Movie Brats: How the Film Generation Took over Hollywood*, «MLN», 5, December 1980.

GOLDWYN, SAMUEL, *Avoids Gats and Gams*, «Variety», January 4, 1958.

GRASSO, ALDO, SCAGLIONI, MASSIMO, *La televisione convergente*, in GRASSO, ALDO, SCAGLIONI, MASSIMO (a cura di), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*, Milano, Link Ricerca, RTI, 2010.

GRAY, JONATHAN, SANDVOSS, CORNEL, HARRINGTON, C. LEE, *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York, New York University Press, 2007.

GRMEK, MIRKO D., *Histoire du sida*, Parigi, Payot, 1989; trad. it. (consultata) ID., *AIDS. Storia di una epidemia attuale*, Roma-Bari, Laterza, 1989.

GROSSBERG, LAWRENCE, *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*, Londra-New York, Routledge, 1992.

HALL, G. STANLEY, *Adolescence: Its Psychology and its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*, 2 Vols., New York, Appleton, 1904.

HAMPTON, HOWARD, *Leveling the Playing Field*, «Film Comment», L, 1, January-February, 2014.

HANDEL, LEO A., *Hollywood Looks at Its Audience*, Urbana, University of Illinois Press, 1950.

HARVEY, COLIN B., *Transmedia Storytelling, memoria "sfocata" e il dominio del fantasy*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

HASSLER, DONALD. M., WILCOX, CLYDE (a cura di), *Political Science Fiction*, Columbia, University of South California Press, 1997.

HAYS, WILL H., *Annual Report on the Motion Picture Industry*, New York, Motion Picture Producers and Distributors of America, 1933.

HERTZ, NORRENA, *Think Millennials Have It Tough? For 'Generation K' Life is Even Harsher*, «The Guardian», March 19, 2016, < <https://www.theguardian.com/world/2016/mar/19/think-millennials-have-it-tough-for-generation-k-life-is-even-harsher> > (consultato il 12 ottobre 2016).

HERTZ, NORRENA, *Generation K: What It Means to Be a Teen*, «Financial Times», April 20, 2015, < <https://www.ft.com/content/1642f9d2-e3ac-11e4-9a82-00144feab7de> > (consultato il 12 ottobre 2016).

HERTZ, NORRENA, *Generation K: Who Are They, and What Do Know About Them?*, «New York Times», April 21, 2015, <
<http://nytlive.nytimes.com/womenintheworld/2015/04/21/generation-k-who-are-they-and-what-do-we-know-about-them/> > (consultato il 12 ottobre 2016).

HIFT, FRED, *Adjustment to TV is Biggest Issue*, «Variety», January 9, 1957.

HOLLINGER, HY, *'Lost Audience': Grass vs. Class*, «Variety», December 5, 1956.

HOLLINGER, HY, *Teenage Biz vs. Repair Bills*, «Variety», December 19, 1956.

ILAR, SANDRA, *The Hunger Games Viral Marketing Campaign: A Study of Viral Marketing and Fan Labor*, Stoccolma, Stockholms Universitet Press, 2014.

INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Architettura dell'informazione nella serialità televisiva*, «Imago», 3, 2011.

INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, ROSATI, LUCA, *Converging Universes and Media Niches in Serial Narratives. An Approach through Information Architecture*, in LUGMAYR, ARTUR, DAL ZOTTO, CINZIA (a cura di), *Media Convergence Handbook – Vol. 2. Firms and Users Perspectives*, Berlino, Springer, 2016.

INNOCENTI, VERONICA, PESCATORE, GUGLIELMO, *Dalla cross-medialità all'ecosistema narrativo. L'architettura complessa del cinema hollywoodiano contemporaneo*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

INNOCENTI, VERONICA, *Serialità*, in CARLUCCIO, GIULIA, MALAVASI, LUCA, VILLA, FEDERICA (a cura di), *Il cinema. Percorsi storici e questioni teoriche*, Roma, Carrocci editore, 2015.

IVERS, JOHN D., *Aim at Youth and Reduce Violence, Panelists Insist*, «Motion Picture Herald», September 8, 1956.

JANCOVICH, MARK, *Rational Fears: American Horror in the 1950s*, Manchester, Manchester University Press, 1996.

JENKINS, HENRY, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006; trad. it. (consultata) ID., *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007.

JENKINS, HENRY, FORD, SAM, GREEN, JOSHUA, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York, New York University Press, 2013; trad. it. (consultata) ID., *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Milano, Apogeo, 2013.

JENKINS, HENRY, *Transmedia Storytelling 101*, March 22, 2007, <http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html> (consultato il 23 settembre 2016).

JERSLEV, ANNE, *Youth Films: Transforming Genre, Performing Audiences*, in LIVINGSTONE, SONIA, DROTNER, KRISTEN (a cura di), *International Handbook of Children, Media and Culture*, Londra, Sage Publications, 2008.

JOHNSON, ARNO H., *Film Future: GI Baby Boom*, «Variety», March 5, 1968.

JOHNSON, DEREK, *Media Franchising: Creative License and Collaborations in the Culture Industries*, New York, New York University Press, 2013.

JONES, CHARLIE, *Merchant-Exhibitor Collaboration for Better Times for Both on Main Street*, «Motion Picture Herald», October 11, 1958.

KAVENEY, ROZ, *Teen Dreams: Reading Teen Film from Heathers to Veronica Mars*, Londra, I.B. Tauris, 2006.

KERRIGAN, FINOLA, *Film Marketing*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2010.

KINDER, MARSHA, *Playing with the Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Berkeley, University of California Press, 1993.

KING, GEOFF, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, Londra, I.B. Tauris & Co., 2002; trad. it. (consultata) ID., *La Nuova Hollywood*, Torino, Einaudi, 2004.

KINGSLE, KATHERINE, *Does My Hero Look White In This: Hollywood's White Saviour Complex*, «The Artifice», June 15, 2013, < <http://the-artifice.com/hollywoods-white-saviour-complex/> > (consultato il 12 novembre 2016).

KIRBY, PHILIP, *The Girl on Fire: The Hunger Games, Feminist Geopolitics and the Contemporary Female Action Hero*, «Geopolitics», 20, 2, February 3, 2015.

KLEINHANS, CHUCK, *Girls on the Edge of the Reagan Era*, in GATEWARD, FRANCES, POMERANCE, MURRAY (a cura di), *Sugar, Spice and Everything Nice: Cinemas of Girlhood*, Detroit, Wayne University Press, 2002.

KNEGT, PETER, *Specialty Box Office: 'Spring Breakers' Soars in Limited Debut; Has Already Outgrossed All of Harmony Korine's Other Movies*, «Indiewire», March 17, 2013, < <http://www.indiewire.com/2013/03/specialty-box-office-spring-breakers-soars-in-limited-debut-has-already-outgrossed-all-of-harmony-korines-other-movies-40122/> > (consultato il 14 settembre 2016).

KRISTEVA, JULIA, *A Father is Beaten to Death*, < <http://www.kristeva.fr/father.html> > (consultato il 12 ottobre 2016).

KRISTEVA, JULIA, *Powers of Horror: An Essay on Abjection*, New York, Columbia University Press, 1982.

LANDIS, PAUL H., *Understanding Teenagers*, New York, Appleton-Century-Crofts, 1955.

LA POLLA, FRANCO, *Poetiche della nostalgia*, «Cinema e Cinema», 2, gennaio-marzo, 1975.

LA POLLA, FRANCO, *Sogno e realtà americana nel cinema di Hollywood*, Roma-Bari, Editori Laterza, 1987.

LAZARSELD, PAUL F., *Audience Research in the Movie Field*, «Annals of the American Academy of Political and Social Science», 254, November 1947.

LEBEAU, VICKY, *Lost Angels: Psychoanalysis and Cinema*, Londra-New York, Routledge, 1995.

LEWIS, JON, *Hollywood V. Hard Core: How the struggle over censorship created the modern film industry*, New York, NYU Press, 2002.

LEWIS, JON, *The Road to Romance and Ruin: Teen Films and Youth Culture*, Londra-New York, Routledge, 1992.

LIBERTI, FABRIZIO, *Un ritorno attuale. Il fascino indiscreto della distopia*, «Cineforum», 537, LIV, 7, Settembre 2014.

LIEBER, MARLON, ZAMORA, DANIEL, *Rebel Without a Cause*, «Jacobin», April 1, 2016, < <https://www.jacobinmag.com/2016/01/hunger-games-review-capitalism-revolution-mockingjay-suzanne-collins/> > (consultato il 9 settembre 2016).

LOPEZ, DANIEL, *Films by Genre: 775 Categories, Styles, Trends, and Movements Defined, with a Filmography for Each*, Jefferson, McFarland & Company, 1993.

MACDONALD, DWIGHT, *A Caste, a Culture, a Market*, «The New Yorker», November 22, 1958.

MALAVASI, LUCA, FASSONE, RICCARDO, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, in CARLUCCIO, GIULIA, MALAVASI, LUCA, VILLA, FEDERICA (a cura di), *Il cinema. Percorsi storici e questioni teoriche*, Roma, Carrocci editore, 2015.

MANCO, PAUL, *The Sixties 1960-1969*, Berkeley-Los Angeles-Londra, University of California Press, 2000, in «History of the American Cinema», vol. 8.

MARANGI, MICHELE, *Assonanze e dissonanze*, «Duellanti», 81, giugno-luglio 2013.

MARCUCCI, SARA, *Lolita: analisi di un'ossessione*, Roma, Bulzoni, 1999.

MARELLI, MATTEO, *Hunger Games*, «Cineforum», 514, LII, 4, Maggio, 2014.

MARTIN, ADRIAN, *Teen Movies: The Forgetting of Wisdom*, in ID., *Phantasms: The Dreams and Desires at the Heart of our Popular Culture*, Ringwood, McPhee Gribble, 1994.

MARSH, CALUM, *Teens Think 'Spring Breakers' is the Worst Movie Ever Made*, March 25, 2013, < <http://www.mtv.com/news/2770395/spring-breakers-worst-movie-ever/> > (consultato il 15 settembre 2016).

MAUSS, MARCEL, *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, «L'Année sociologique» (1896/1897-1924/1925), 1, 1923; trad. it. (consultata) ID., *Saggio sul dono: forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino, Einaudi, 2002.

MAYER, SOPHIE, *The Hunger Games: Mockingjay – Part 2*, «Sight & Sound», XXVI, 1, January, 2016.

MENDELSON, SCOTT, *How Anti- 'Twilight' Hysteria Turned 'The Hunger Games' Into a Phenomenon*, «Forbes», November 18, 2015, <
<http://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2015/11/18/how-anti-twilight-hysteria-turned-the-hunger-games-into-a-phenomenon/#1f25c1b07816> > (consultato il 2 settembre 2016).

MENDUNI, ENRICO, *Entertainment. Spettacoli, centri commerciali, talk show, parchi a tema, social network*, Bologna, Il Mulino, 2013.

MICKLETHWAIT, JOHN, *Paramount's Problems with Eddie Murphy Soul Honey of a Deal*, «The Wall Street Journal», August 13, 1989.

MURPHY, A.D., *Twenty Weeks of Weekly Film Tickets Sales in the U.S. Theatres*, «Variety», March 15, 1989.

MYLES, LINDA, PYE, MICHAEL, *The Movie Brats: How the Film Generation Took Over Hollywood*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1979.

NAZZARO, GIONA A., *Della morte indicibile: limiti dell'action movie contemporaneo*, «Close Up – Storie della visione», XI, 2, 21, 2007.

NEALE, STEVE, *Genre and Hollywood*, Londra-New York, Routledge, 2000.

OLIVER, KELLY, *Ambiguity, Ambivalence and Extravagance in The Hunger Games*, «Humanities», Vol.3, Issue 4, 2014.

PERRETTI, FABRIZIO, *Studios hollywoodiani e media conglomerates. Tipologie e profili dei gruppi multimediali*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

PESCATORE, GUGLIELMO, *Convergenza digitale e nuove forme culturali*, in FADDA, MICHELE (a cura di), *Corto circuito. Il cinema nell'era della convergenza*, Bologna, ArchetipoLibri, 2011.

PESCATORE GUGLIALMO, *I generi come forme seriali*, in ANTONINI, ANNA (a cura di), *Il film e i suoi multipli*, Atti del IX Convegno Internazionale degli Studi sul Cinema (Udine, 20-23 marzo 2002), Udine, Forum, 2003.

PETERSON, ANNE HELEN, *That Teenage Feeling: Twilight, Fantasy and Feminist Reader*, «Feminist Media Studies», 12, 1, 2012.

PIRO, SINIBALDO, *I sentieri impraticabili della nostalgia americana*, «Cinema Nuovo», 235-236, maggio-agosto 1973.

POLLONE, MATTEO, *Tutto si tiene, tutto si distrugge. Il superhero movie contemporaneo e il caso di The Dark Knight*, in CARLUCCIO, GIULIA (a cura di), *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, Torino, Kaplan, 2014.

QUIGLEY JR., MARTIN, *You Must Be Served*, «Motion Picture Herald», June 23, 1956.

QUIGLEY JR., MARTIN, *Who Goes to the Movies... and Who Doesn't*, «Motion Picture Herald», August 10, 1957.

RESMINI, ANDREA, ROSATI, LUCA, *Pervasive Information Architecture: Designing Cross-Channel User Experiences*, Burlington, Elsevier, 2011.

ROBERTS, KIMBERLEY, *Pleasures and Problems of the "Angry Girl"*, in (a cura di) GATEWARD, FRANCES, POMERANCE, MURRAY, *Sugar, Spice and Everything Nice: Cinemas of Girlhood*, Detroit, Wayne State University Press, 2002.

SALISBURY, HARRISON E., *The Shook-Up Generation*, New York, Harper and Brothers, 1958.

SAVAGE, JON, *Teenage: The Creation of Youth Culture*, Londra, Viking, 2007.

SEDGWICK, JOHN, POKORNY, MICHAEL, *The Characteristics of Films as a Commodity*, in ID. (a cura di), *An Economic History of Film*, Londra-New York, Routledge, 2007.

SCAGLIONI, MASSIMO, *Potere Tween*, «LINK», 8, 2009.

SCHATZ, THOMAS, *Conglomerate Hollywood. Blockbuster, franchise e convergenza dei media*, in ZECCA, FEDERICO (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.

SCHATZ, THOMAS, *Film Genre and the Genre Film*, in BRAUDY, LEO, COHEN, MARSHALL, *Film and Criticism*, New York, Oxford University Press, 2009.

SCHATZ, THOMAS, *The Genius of the System: Hollywood Filmmaking in the Studio Era*, Londra, Faber and Faber, 1998 (1988).

SCHATZ, THOMAS, *Hollywood Genre: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, New York, Random House, 1981.

SCHATZ, THOMAS, *The Studio System and Conglomerate Hollywood*, in McDONALD, PAUL, WASKO, JANET (a cura di), *The Contemporary Hollywood Film Industry*, Malden, MA, Wiley-Blackwell, 2008.

SCHERFFING, CLARA MIRANDA, *Come si vende un film*, «Prismo», novembre 19, 2015, <<http://www.prismomag.com/cinema-digital-marketing/>> (consultato il 18 settembre 2016).

SELTZER, SARAH, *The Imminent Whitewashing Of The Hunger Games' Heroine*, «Jezebel», March 14, 2011, < <http://jezebel.com/5781682/the-imminent-whitewashing-of-the-hunger-games-heroine> > (consultato il 12 novembre 2016).

SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex: The Image of Youth in American Cinema since 1980*, Austin, University of Texas Press, 2014, (I ed. *ibid.* 2002).

SHARY, TIMOTHY, *The Teen Film and its Methods of Study: A Book Review Essay*, «Journal of Popular Film and Television», Vol. 25, Iss. 1, 1997.

SHARY, TIMOTHY, *Teen Films: The Cinematic Image of Youth*, in BARRY KEITH GRANT (a cura di), *Film Genre Reader III*, Austin, University of Texas Press, 2003.

SHARY, TIMOTHY, *Teen Movies: American Youth on Screen*, Londra-New York, Wallflower, 2005.

SINISCALCHI, CLAUDIO, *La Hollywood classica. L'impero costruito sull'etica americana (1915-1945)*, Roma, Edizioni Studium, 2009.

SOBCHACK, VIVIAN, *Bringing It All Back Home: Family, Economy and Generic Exchange*, in GRANT, BARRY KEITH (a cura di), *The Dread of Difference: Gender and the Horror Film*, Austin, University of Texas Press, 1996.

SOREL, EDWARD, *The Graduate*, «Esquire», May 5, 1980.

SPEED, LESLEY, *Pastel Romance: The Teen Films of John Hughes*, «Metro», 113/114, 1998.

STAEHLING, RICHARD, *From Rock Around the Clock to The Trip: The Truth about Teen Movies*, in (a cura di) MCCARTHY, TODD, FLYNN, CHARLES, *Kings of the Bs: Working without the Hollywood System*, New York, Dutton, 1975.

STUEVER, HANK, *Most Likely to Understand*, «The Washington Post», August 8, 2009, < <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/08/07/AR2009-80703506.html> > (consultato il 27 settembre 2016).

TAVES, BRIAN, HOFFMAN, JUDI, LUND, KAREN (a cura di), *The Moving Image Genre-Form Guide*, Washington DC, The Library of Congress, 1998.

THOMPSON, KRISTIN, *Fantasy, Franchises and Frodo Baggins: The Lord of the Rings and Modern Hollywood*, «Velvet Light Trap», IV, 52, 2003.

TROPIANO, STEPHEN, *Foreword*, in SHARY, TIMOTHY, *Generation Multiplex: The Image of Youth in American Cinema since 1980*, Austin, University of Texas Press, 2014, (I ed. *ibid.* 2002).

TROPIANO, STEPHEN, *Rebels and Chicks: A History of the Hollywood Teen Movie*, New York, Back Stage Books, 2006.

WALD, GAYLE, *Clueless in the Neocolonial World Order*, «Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies», 42, 1999.

WEEKS, JANET, *Hollywood is Seeing Teen: Younger Set Favors Movies Above All*, «USA Today», December 22, 1997.

WEINRAUB, BERNARD, *Who's Lining Up at the Box Office? Lots and Lots of Girls*, «New York Times», February 23, 1998.

WENWORTH, HAROLD, FLEXNER, STUART BERG (a cura di), *Dictionary of American Slang*, II ed., New York, Thomas Y. Crowell, 1975.

WILLIAMS, TONY, *Trying to Survive on the Darker Side: 1980s Family Horror*, in GRANT, BARRY KEITH (a cura di), *The Dread of Difference: Gender and the Horror Film*, Austin, University of Texas Press, 1996.

WILLIAMS, WHITNEY, *'Exploitation Pictures' Paid Off Big for Majors, Also Indie Producers*, «Variety», January 9, 1946.

WOOD, DENIS, *Controversy and Correspondence: Seeing and Being*, «Film Quarterly», vol. 39, n. 3, Spring 1986.

WOOD, DENIS, *No Place for a Kid: Critical Commentary on The Last Starfighter*, «Journal of Popular Film and Television», 14, N. 1, Spring 1986.

WYATT, JUSTIN, *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*, Austin, University of Texas Press, 1994.

YINGER, JOHN MILTON, *Contraculture and Subculture*, in ARNOLD, DAVID O. (a cura di), *The Sociology of Subcultures*, Berkeley, Glendessary Press, 1970.

ZECCA, FEDERICO, *Cinema Reloaded. Dalla convergenza dei media alla narrazione transmediale*, in ID. (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, 2012.