

Andy warhol e il cinema



Fig. 1

Edie Sedgwick fotografata da Andy Warhol, provini fotografici, 1968.

Modella newyorkese segnata dagli abusi sessuali del padre e dall'anoressia, **Edie Sedgwick** (1943-1971) fu una delle personalità più note e controverse del Dopoguerra americano, vera icona che Warhol plasmò e rese protagonista dei suoi girati (celebri *Vinyl*, *Poor Little Rich Girl* e *Chelsea Girls*) fino alla fine degli anni Sessanta.

Andy Warhol è stato affascinato per tutta la vita dalle **immagini in movimento**, che ha utilizzato con **ogni tipo di supporto tecnico disponibile** nei suoi anni di attività, dalle sperimentazioni video in bianco e nero alla pellicola professionale fino alla televisione. Le ragioni di questa attrazione erano opposte: da una parte il film consente un alto grado di **sperimentazione linguistica**, dall'altra, se prodotto su scala commerciale, porta in contatto con un pubblico molto più vasto di quello dell'arte visiva.

Tra il 1963 e il 1968 ha prodotto **circa 650 film**, centinaia dei quali erano provini di visi o di gruppi nonché riprese volutamente casuali. L'artista, infatti, era interessato a sperimentare **nuovi tipi di immagini, senza una storia che le sorreggesse o con un nuovo modo di raccontare per sintesi e shock**, realizzati quasi sempre con una camera fissa. Nei casi più estremi siamo di fronte a riprese che anticipano molto del video di epoca digitale, compresa la pratica del *selfie*. I filmati più noti, oltre a quelli che riprendono la vita di feste e di lavoro all'interno della sua *Factory*, sono stati realizzati con una cinepresa Bolez o con una Auricon; rappresentano azioni consuete o anche provocatorie: dare baci sensuali (*The Kiss*, 1963), dormire (*Sleep*, 1963), mangiare (*Eat*, 1963), godere (*Blow Job*, 1963), fissare per otto ore lo stesso edificio (*Empire State Building*, 1964). In altri casi le storie raccontate avevano un contenuto non immediatamente accettabile al pubblico benpensante, come nel caso di *My Hustler* (1965), una commedia sulla vita dei gay; in altri ancora ciò che veniva tentato era un nuovo modo di montare le immagini, per esempio su doppio schermo come accade in *Chelsea Girls* (1966), che fu distribuito nelle sale ed ebbe un certo successo di pubblico. Certamente il suo modo di raccontare era **lontano dagli stereotipi di Hollywood**: la vita dei cowboy che si trova nel suo *Lonesome Cowboys* (1968) è antierica e lontana dalla consueta epopea di conquistatori forti e scaltri.

La produzione continuò anche con macchine da presa amatoriali, con cui vennero "provinati" (messi davanti all'obiettivo anche per ore) gli amici che passavano per la *Factory*. Dal 1965 la direzione del settore cinema della *Factory* fu assegnata da Andy Warhol a **Paul Morrissey**, che fu anche autore della più nota trilogia proveniente da quella casa di produzione: essa comprende i film *Flesh* ('Carne', 1968), *Trash* ('Spazzatura', 1970) e *Heat* ('Calore', 1972). Gli aspetti più interessanti di questi e altri film prodotti (ma non necessariamente diretti) da Warhol furono due. Anzitutto **il tipo di storie**, centrate sulla realtà del sottoproletariato urbano nonché sul continuum di identità di genere che va dal gay maschio al bisessuale, al travestito all'omosessuale femmina: con anticipo sui tempi si rivelava la crisi della famiglia tradizionale, a cui, invece, la pubblicità e la televisione amate da Warhol stesso sembravano fare riferimento. In secondo luogo riveste grande importanza **il montaggio**, in cui si trovano discontinuità accentuate, stacchi, lunghi momenti di camera fissa, disobbedienze ed errori apparenti – ma voluti – rispetto al montaggio raffinato del cinema di Hollywood. Nel 1971 Warhol comprò un Sony Portapack e iniziò a produrre *The Factory Diaries*: girati grezzi che contenevano immagini di Lou Reed, Ultra Violet, David Bowie, Yves Saint-Laurent e altri famosi nomi dell'avanguardia internazionale. Ciò fu la base per i suoi programmi televisivi, che produsse sempre alla *Factory* con un numero crescente di tecnici e che culminò, tra il 1985 e il 1987, con la serie degli **Andy Warhol Fifteen Minutes**. Il programma precorreva i talk show delle celebrità e dava corpo alla sua convinzione che, in futuro e grazie ai nuovi mezzi di diffusione dell'immagine, **chiunque avrebbe avuto diritto a 15 minuti di celebrità**. La stessa filosofia reggeva del resto la rivista di moda, gossip e arte "Interview", che ha proseguito l'attività anche dopo la sua morte continuando a tutt'oggi ad essere un classico del suo genere. L'idea di intervista nasceva dal bisogno di eliminare le mediazioni critiche, gli intellettualismi, le complicazioni, per mettere il pubblico di fronte a persone famose colte anche nelle loro debolezze e nella transitorietà della loro fama. Comprendiamo dunque la seguente nota autobiografica: "*Prima che mi sparassero, ho sempre avuto il sospetto che, invece di vivere un'esistenza reale, stessi guardando la televisione. Nel preciso istante in cui mi spararono seppi che stavo guardando la televisione*". Warhol comprese, in largo anticipo sui tempi, che **la presentazione della persona sui media** (al cinema o in televisione, ma lo stesso avviene oggi per il web) **stava rivoluzionando il concetto del sé e il senso di identità che ciascuno si costruisce**. Come i social network hanno ribadito dagli anni duemila, ciò che è replicato o riprodotto diventa più vero della realtà.