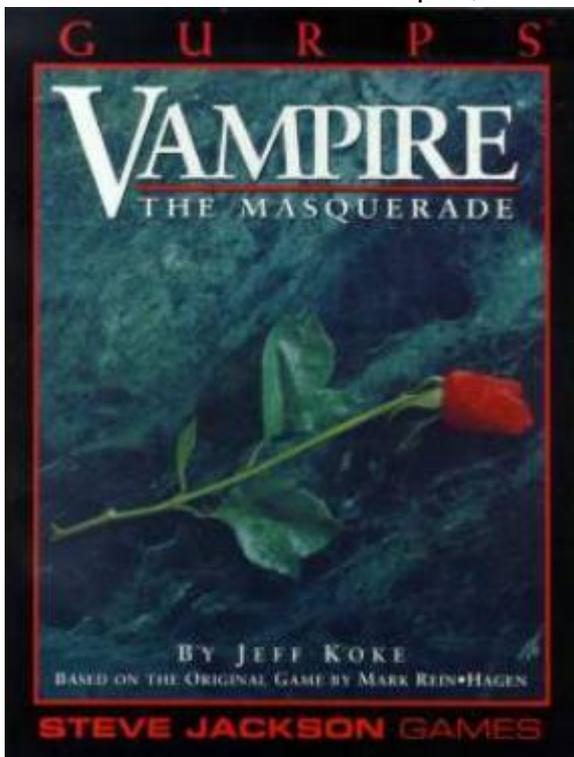


I CANINI DEL VAMPIRO

Il vampiro, metafora dei media creati dai media

Il vampiro creatura dei media

Il vampiro è un mito. Eppure si tratta di un mito che non ha un archetipo, ma vive e si costituisce progressivamente attraverso forme medialità diverse. E tramite questa sua continua nascita e rinascita il mito si fa denso di significati, diventando metafora per l'intero immaginario dei nostri giorni, irrompendo (con i suoi molteplici significati) nella cultura contemporanea, dalla narrativa popolare a Internet. Mito antichissimo, quello dei vampiri, giacché affonda le radici in credenze senza tempo, riscontrabili a tutte le latitudini. Le tracce del vampiro, come è noto, compaiono in



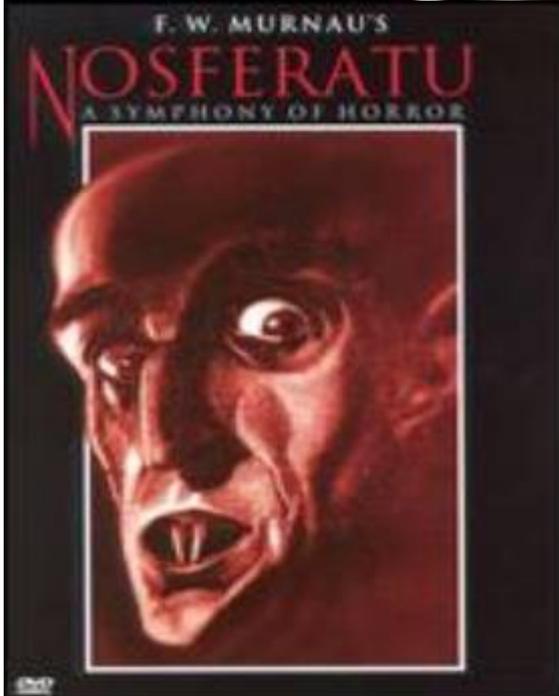
antiche figure mitologiche, da alcune divinità mesopotamiche alla ebraica Lilith. Ma al contrario di altri miti evaporati nei secoli, il vampiro riesce a installarsi nella cultura postmoderna. Tutti i media hanno veicolato il vampiro, ma nel far ciò lo hanno anche *creato*. Il percorso della costruzione del mito vampirico va dalla tradizione orale delle prime superstizioni, alle innumerevoli "dissertazioni" settecentesche, al teatro e all'opera lirica, al cinema, al fumetto, alla televisione, alla pubblicità, al videogame, ai giochi di ruolo.

Il mito del vampiro, dunque, si rivela unico, senza paragoni. Un mito che nasce nella superstizione popolare durante il XVIII secolo, ma che si costruisce e si fonda nel corso del tempo, proprio grazie a diverse forme di comunicazione. Prima la narrativa, con i romanzi di John William Polidori e di Bram Stoker, poi il teatro, quindi il cinema. Da semplice cadavere che

torna dalla tomba per contagiare i vivi, nelle leggende popolari settecentesche, il vampiro diventa un nobile vestito di nero, grande seduttore/seduttrice, capace di mutarsi in lupo e chiroterro, che teme la croce, l'aglio, i paletti di frassino, la luce del sole (perché anche i metodi per distruggere il vampiro sono stati "inventati" attraverso un mix tra superstizione di origine folclorica e fantasticazione dell'immaginario letterario, teatrale, cinematografico).

Gli spostamenti progressivi del mito attraverso i media lo hanno a poco a poco strutturato, modificato, rielaborato, sino a costruire l'immagine e la sostanza del vampiro nell'immaginario contemporaneo. Il vampiro che conosciamo nel Terzo millennio è il risultato di questo percorso. Il mantello nero, le presunte origini in Transilvania, l'assenza di riflesso negli specchi, sono tutte caratteristiche aggiunte volta a volta da diverse creazioni della comunicazione scritta o di quella audiovisiva.

Ma tra i tanti esempi del legame stretto tra media e vampiri, nella costruzione stessa di questo mito moderno, uno soprattutto si rivela esplicativo: i canini del vampiro. Questi sono ormai un dato acquisito dal nostro immaginario. Chiunque descriva le caratteristiche di un vampiro, oggi, non può



che citare i denti aguzzi con cui Dracula & company succhiano il sangue dalle vene giugulari, lasciando l'inconfondibile marchio (i due segni rotondi del "morso sul collo"). Ebbene, se il mito del vampiro risale al Settecento, con le grandi epidemie che scossero la salute (e la mente) degli europei, questo particolare aspetto è molto più recente. Infatti, all'iconografia del vampiro si aggiungono i canini appuntiti solo nel Novecento, e per la

precisione nel 1958 con il film *Horror of Dracula* (*Dracula il vampiro*) di Terence Fisher. Prima dell'apparizione di Christopher Lee nei panni del conte transilvano in quel celebre film della Hammer inglese, mai era stato ritratto il vampiro con i canini appuntiti, eppure oggi per noi questo dato è senza tempo, è assunto come inscindibile dall'idea stessa di vampiro.

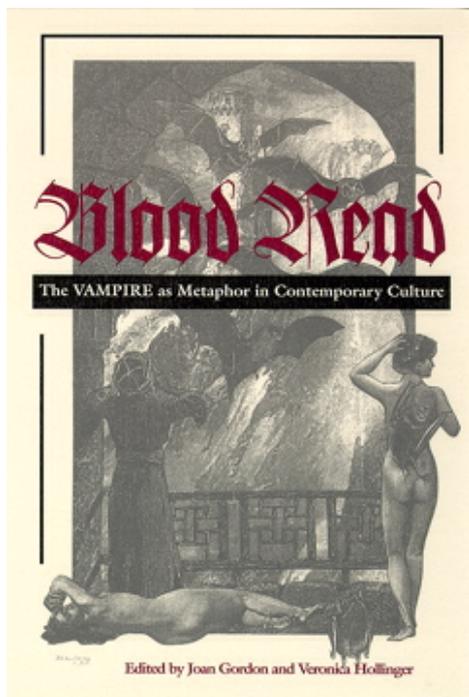
Il *Nosferatu* di Max Schreck, nel film di F. W. Murnau del 1922, aveva due lunghi incisivi, simili a quelli di un roditore, mentre il *Dracula* di Bela Lugosi, nel film di Tod Browning del 1931, aveva una normalissima dentatura. Solo nel 1958 viene ideato questo dettaglio apparentemente



secondario, eppure destinato a diventare permanente, i canini appuntiti.

Il vampiro è una metafora

Del vampiro come potente metafora si erano accorti autori italiani sin dagli anni Settanta, innanzitutto Alberto Abruzzese (cfr. *La grande scimmia*, Napoleone, 1979). E quasi vent'anni dopo ecco apparire, negli Stati Uniti, *Blood Read. The Vampire Metaphor in Contemporary Culture* (a cura di Joan Gordon e Veronica Hollinger, University of Pennsylvania Press, 1997), che confermava autorevolmente la potenza metaforica del vampiro. Ma, a testimonianza della difficile comunicabilità tra le culture anche in un mondo globalizzato, i saggi americani non citano mai nessuna di quelle elaborazioni italiane. *Blood Read* si avvaleva degli interventi di scrittori che hanno dedicato romanzi al vampiro, come Brian Aldiss, Suzy McKee Charnas, Jewelle Gomez, Brian Stableford, e di importanti studiosi che hanno scritto lunghe trattazioni sulla figura del



vampiro nell'immaginario, come Nina Auerbach e Margaret L. Carter.

In sostanza un'analisi a tutto campo delle implicazioni presenti nel mito vampirico, sviluppata poi dal professor Tony Anemone, dell'università di Washington, che in un corso tenuto nel 1999 su *Vampires and Popular Culture* ha associato al vampiro tematiche importanti, così elencate: folklore, sesso, sangue, stranieri, immigrazione, religione, cultura, classi, repressione, famiglia. Di tutto ciò il vampiro sarebbe metafora. E in quanto metafora della malattia, il vampiro si è dimostrato utile per innumerevoli romanzi e film dove l'Aids è avvicinata al vampirismo. Così come il vampiro è anche un simbolo di morte, pienamente inserito nella tendenza odierna al macabro e al necrofilo (attraverso il cinema, la letteratura, la pubblicità, l'arte, il fumetto, ecc.).

La forza della metafora vampirica sta nella sua capacità di spiegare molti aspetti dei nostri tempi, ma soprattutto la sessualità e il potere. Già nel 1985 George A. Waller, con *The Living and the Undead* (Univeristy of Illinois Press, 1985), aveva analizzato il concetto di potere che emerge dalla filmografia vampiresca. I film di vampiri, infatti, mostrano essenzialmente una comunità assediata che reagisce all'insidia dei succhiasangue, distruggendoli con le armi dell'ideologia e della "tecnica".

Il vampiro può quindi essere considerato una figura decisiva per la cultura del nostro millennio, perché ne svela i caratteri fondamentali. Il catalogo delle metafore vampiriche, in realtà, potrebbe essere infinito. Ma una metafora soprattutto si attaglia al vampirismo. Il vampiro, infatti, è diventato metafora per eccellenza dei media della seconda metà del Novecento e di questo inizio del nuovo secolo, basati sulla sottrazione di idee, sul plagio, sulla vampirizzazione (appunto) tra generi e strumenti dell'industria culturale. La televisione è l'apice del vampirismo, l'apice della cultura di fine millennio:

I media vampirizzati

I media, dunque, si sono appropriati da lungo tempo del vampiro. Ma è la stessa "essenza" dei media contemporanei a sembrare afflitta da vampirismo. "Oggi tutto è parassitario e vampirico: i romanzi, i racconti, il cinema, il teatro, il video, il software per computer, vivono installati nei resti di cose già scritte, dette e viste" (*Manifesto del vampirismo di fine millennio*, in Fabio Giovannini, *I vampiri sono tra noi!*, Stampa Alternativa, 1997).

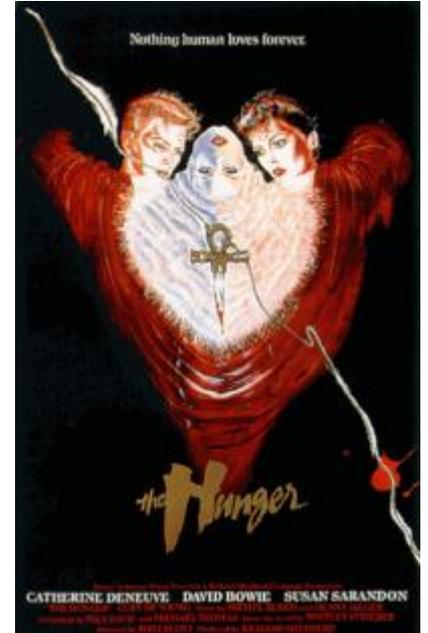
L'immaginario odierno non inventa più nulla, ma si fa contaminare da ciò che lo ha preceduto in un riciclaggio infinito che culmina nel dilagare della *citazione*. Come il vampiro trasforma in mostro la sua vittima, dopo averne succhiato tutta l'energia, così l'immaginario contemporaneo sottrae e deforma gli immaginari precedenti. Il consumismo stesso è stato letto come vampirismo, e la sua arma principale, la pubblicità, si è svelata una seduttrice in grado di porta "alla rovina" il consumatore, come una vamp mediatica.

La serialità, il fascino della ripetizione, tipiche dei media attuali, avviluppano in un abbraccio vampirico i fruitori/vittime, una forma di vampirismo che è presente non solo in tv, ma nel cinema e nella letteratura. Il meccanismo narrativo e produttivo delle "puntate", che ritornano con il sempre-uguale-sempre-diverso, dal romanzo d'appendice e dal feuilleton (celeberrimo l'ottocentesco *Varney the Vampire* di Thomas Presket Prest e James Malcolm Ryder), ai primi serial cinematografici (*Les Vampires* di Louis Feuillade, nel 1915), dai film "a catena" delle case



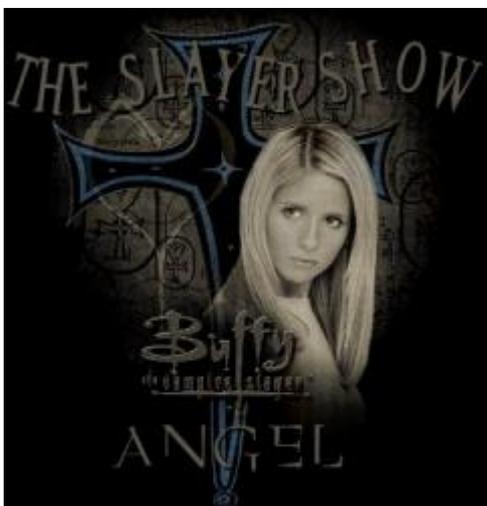
produttrici Universal e Hammer ai telefilm di *Dark Shadows* o *Buffy*.

La televisione è stata a lungo demonizzata, come vampiro che degradava la "cultura alta", e ancora di recente risuonano le accuse contro questo mezzo di comunicazione. Se è discutibile la capacità vampiresca della tv nei confronti degli spettatori, di certo la tv si è dimostrata vampira verso gli altri media. Tra le accuse contro la tv, ad esempio, c'è quella ricorrente di "far morire" le altre forme di espressione. Non si va più a teatro per colpa della televisione, non si va più al cinema per colpa della televisione, non si legge più per colpa della televisione. E



se queste morti sono tutte da dimostrare, la tv, di certo, sottrae idee e storie agli altri media, ruba personaggi e situazioni.

Se il vampirismo si basa sul contagio, trasformando la vittima in una creatura uguale al suo carnefice, la televisione è vampira perché ha contaminato il cinema. Se si analizza il linguaggio cinematografico degli scorsi decenni, infatti, si nota una contaminazione da parte dei linguaggi televisivi. Proprio il "cinema di vampiri" ce lo dimostra. Il film *The Hunger* (*Miriam si sveglia a mezzanotte*, 1983 di Tony Scott ci rivela più di altri questa contaminazione. Ed è un film "di vampiri". La fotografia di *The Hunger*, infatti, era direttamente influenzata dalla videomusic, che proprio negli anni Ottanta stava vivendo la sua stagione principale. Significativamente, il film si apriva con una sorta di video musicale, incentrato sulla celebre canzone *Bela Lugosi Is Dead* dei Bauhaus. Lo stile era televisivo nelle inquadrature, nel montaggio, nell'illuminazione, nell'uso del flou e del controluce. Questa sorta di matrimonio tra vampirismo e clip musicale viene consacrato anche dalla saga avviata dalla scrittrice Anne Rice: il suo vampiro più celebre, infatti, è un cantante rock che si aggira nell'America odierna, anche se la sua nascita "mortale" ci riporta a molti secoli prima.



Non è un caso che proprio dagli anni Ottanta lo scambio vampirico tra cinema e televisione si faccia esplicito. Nel decennio di dominio incontrastato del televisivo, la tv-vampira non si accontenta di riciclare e assorbire, ma dissangua le altre forme di comunicazione. E le stesse vittime di questa vampirizzazione sono costrette ad assimilarsi alla tv: non si vende un libro e non si promuove un film senza passaggi televisivi.

Il recentissimo successo della serie tv *Buffy* (e la serie gemella *Angel*) è l'ennesima dimostrazione che la televisione si appropria del cinema rivivificandosi anche là dove il cinema agonizza. *Buffy* era stato inizialmente un film vero e

proprio, per le sale, ma di scarso successo. Evidentemente l'idea alla base del film (una ragazzina liceale con doti soprannaturali, in grado di sconfiggere i vampiri) era adatta alla tv e presto la

macchina produttiva ha assorbito/vampirizzato il flop cinematografico tramutandolo in trionfo televisivo. E per solidificare questo successo sono stati rielaborati alcuni temi del cinema vampiresco anni Ottanta: i teenager erano già stati centrali in alcune fortunate pellicole come *Fright Night (Ammazzavampiri)* e *Vamp*, così come da quel medesimo sottofilone *Buffy* recupera anche le mostrificazioni dei vampiri, portate poi alle estreme conseguenze dal tarantiniano *From Dusk Till Dawn (Dal tramonto all'alba)*.

Televisione vampiresca, dunque. Ma soprattutto “schermo” vampiresco, nell’epoca del personal computer e della comunicazione digitale. Lo schermo diventa il vero vampiro. Uno schermo che è davanti ai nostri occhi sempre più spesso, grazie ai monitor del computer oltre che agli apparecchi tv. Quante ore della propria vita, i cittadini delle società sviluppate, passano davanti a uno schermo tv o al monitor di un pc? Per lavoro o per intrattenimento, lo schermo occupa, invade, vampirizza il nostro tempo. Segnando l’ultimo, definitivo trionfo del vampiro.

