

INDICE

Prefazione (di Gian Paolo Gasperi)	XII
Introduzione – Una speranza navajo	XI
Capitolo 1 – Guerre marziane	1
Capitolo 2 – La terra di Zoom	13
Capitolo 3 – Soldati spaziali di plastica	29
Capitolo 4 – Iperguida	43
Capitolo 5 – Come diventare un Jedi	63
Capitolo 6 – Buck Rogers nel ventesimo secolo	81
Capitolo 7 – Home Free	103
Capitolo 8 – La mia cosuccia spaziale	113
Capitolo 9 – Parodie stellari	141
Capitolo 10 – <i>Star Wars</i> ha una posse	157
Capitolo 11 – La prima bobina	181
Capitolo 12 – Uscita	203
Capitolo 13 – L'Impero fortuito	219
Capitolo 14 – Ecco che arrivano i cloni!	233
Capitolo 15 – Come esagerare nei sequel	255
Capitolo 16 – Essere Boba	283
Capitolo 17 – La fine del Jedi?	289
Capitolo 18 – Fra le guerre	305
Capitolo 19 – L'universo si espande	321

Capitolo 20 – Il ritorno dello scrittore	333
Capitolo 21 – Aggiunta speciale	347
Capitolo 22 – La fila	361
Capitolo 23 – I prequel conquistano <i>Star Wars</i>	371
Capitolo 24 – Costruire un personaggio	391
Capitolo 25 – Come ho smesso di preoccuparmi e ho imparato ad amare i prequel	399
Capitolo 26 – Usando l’universo	415
Capitolo 27 – Hello Disney	427
Conclusione – Da un capo all’altro dell’universo	443
Epilogo – Un risveglio	465
Ringraziamenti	475
Appendice fotografica	477
Indice analitico	495

PREFAZIONE

Per le generazioni di spettatori nati dopo il 1977 è difficile immaginare un mondo dove ancora non esisteva *Star Wars*. La presenza di questo film (e di tutto quello che poi ne è scaturito) ci appare oggi tanto scontata e naturale quanto i classici della letteratura moderna e i capisaldi della storia della musica, ovvero una parte importante dell'odierno bagaglio culturale del mondo occidentale.

Eppure, per capire le ragioni di questo fenomenale *imprinting* di massa bisogna fare qualche passo indietro e pensare a cosa era e in quale stato versava l'industria del cinema hollywoodiano e il suo sempre potente armamentario di influenza culturale prima dell'arrivo di *Star Wars* nelle sale cinematografiche di tutto il mondo.

Tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta, Hollywood faticava a uscire dal pantano della crisi dello *studio system*, simboleggiata dal colossale fallimento di *Cleopatra* (id., 1963, di Joseph L. Mankiewicz). Con la complicità del sempre più crescente potere del mezzo televisivo, che ormai portava intrattenimento ed evasione nelle case di tutta la classe media, il pubblico di quegli anni non pareva granché interessato a riempire le sale cinematografiche per assistere a vuoti spettacoli costosi e faraonici. Il messaggio viene colto rapidamente dall'industria hollywoodiana, ora in mano a una nuova classe dirigente uscita dalle più prestigiose università americane e sempre più predisposta a coinvolgere grandi gruppi multinazionali nella gestione di quello che sarebbe diventato un nuovo modello di *studio system*, il quale, con le opportune evoluzioni, persiste ancora oggi.

È lo stesso futuro regista di *Star Wars* ad aver ricordato in diverse interviste rilasciate nel corso degli anni che furono proprio gli *studios* a cercare nelle scuole di cinema statunitensi giovani talenti e nuove promesse a cui affidare la costituzione di un "nuovo cinema americano". Tuttavia, molti di quegli allora giovanotti (alcuni

VIII CHRIS TAYLOR

dei quali rispondevano al nome di Francis Ford Coppola, Brian De Palma, Martin Scorsese e Steven Spielberg) non sembravano granché interessati a lavorare alle dipendenze delle *majors*, ma piuttosto coltivavano il sogno di creare una vera e propria industria cinematografica indipendente e libera da condizionamenti commerciali, ispirata alla Nouvelle Vague del cinema francese. È in questo solco che nel 1969 nasce l'American Zoetrope, lo studio di produzione indipendente fondato dal regista e sceneggiatore Francis Ford Coppola, che diverrà la culla artistica anche dell'allora giovanissimo George Lucas. L'idea è quella di produrre film e raccontare storie differenti dai modelli preconfezionati delle case di produzione, lasciando campo libero alla fantasia e al talento dei filmmaker. Gli *studios* non ci mettono molto a capire che qui si trova la linfa che può garantire nuovi successi ed è infatti proprio a Coppola che la Paramount Pictures si rivolgerà quando metterà in cantiere la produzione dell'adattamento cinematografico de *Il padrino* (*The Godfather*, 1972), che il regista scriverà e realizzerà su commissione della casa di produzione ma imprimendogli un fortissimo marchio autoriale.

È in questo clima che George Lucas – dopo un periodo di praticantato presso l'American Zoetrope – muove i suoi primi passi come filmmaker indipendente, realizzando prima la angosciante favola distopica *L'uomo che fuggì dal futuro* (*THX 1138*, 1971) e poi il suo personale “amarcord” giovanile, *American Graffiti* (id., 1973), il quale gli vale il suo primo bagno di fama e successo internazionale. Nulla tuttavia lasciava presagire che questo giovane talento con l'aria del *nerd* barbuto e occhialuto sarebbe stato poi colui che, col suo film successivo, avrebbe rivoluzionato (forse suo malgrado) l'intero sistema hollywoodiano e creato un nuovo modello di cinema d'intrattenimento di cui si coglie l'influenza anche a distanza di quasi quarant'anni. Il fenomenale successo commerciale de *Lo squalo* (*Jaws*, 1975) diretto da Steven Spielberg – ovvero l'altro *wonder boy* del cinema americano – squassa le fondamenta del sistema hollywoodiano e dimostra che una nuova generazione di registi e filmmaker è pronta a prendere definitivamente le redini della più grande industria di intrattenimento mondiale: da questo momento in poi Hollywood comincia a ragionare in termini di strategie in grado di trasformare le sue produzioni più imponenti in “eventi” imperdibili, capaci di riportare nelle sale un pubblico vastissimo, i cosiddetti “blockbuster”. Tutto questo però senza ricorrere per forza al potere dello *star system* o a formule ormai consumate, ma piuttosto affidandosi al talento di registi capaci di riportare il piacere del puro spettacolo visivo al centro dell'esperienza cinematografica. Ma il successo de *Lo squalo* è soltanto l'antipasto di ciò che sarebbe avvenuto un paio d'anni più tardi, quando *Star Wars* arriva nelle sale cinematografiche statunitensi il 25 maggio 1977.

La realizzazione dell'opera di Lucas è divenuta leggendaria quasi quanto la storia che il film racconta e chissà che parte delle difficoltà e delle sfide affrontate dal creatore della saga cinematografica più celebre del mondo non abbia lasciato un segno più profondo di quanto non si pensi nel risultato finale e sull'evoluzione stessa della sua creatura. Molto è stato scritto e raccontato in proposito – e il presente libro è il resoconto più approfondito ed esaustivo sull'argomento che sia mai stato scritto finora – sia ufficialmente sia ufficiosamente, ma tutto ciò forse è assai meno importante rispetto all'impatto planetario che *Star Wars* ha avuto sull'industria cinematografica e, di conseguenza, sull'immaginario collettivo mondiale. Ciò che Lucas colse con spirito realmente pionieristico e visionario – non importa se volontariamente o meno – fu che il cinema era pronto per una nuova rivoluzione tecnologica e che allo stesso tempo il pubblico aveva nuovamente bisogno di storie che si riallacciassero al Mito. Ciò che in superficie apparve come una spensierata avventura per bambini, un variopinto fumetto in carne e ossa o una fantasiosa favola della buonanotte, nascondeva dentro di sé sia elementi di dirompente novità sia pilastri di profonda tradizione. E dunque gli effetti speciali pirotecnici, la messa in scena innovativa e l'inedito impianto visivo sono controbilanciati da una narrazione basata su archetipi che più classici non si può, nonché dalla tonitruante e coinvolgente colonna sonora sinfonica di John Williams, che ripropone e aggiorna il lessico tradizionale tardo-romantico delle partiture di Erich Wolfgang Korngold che accompagnavano i film di “cappa e spada” degli anni Trenta e Quaranta come *Capitan Blood* e *Lo sparviero del mare*.

È così che George Lucas – insieme al suo amico Spielberg – diventa l'emblema di ciò che un tempo si sarebbe definita “la fantasia al potere”, perlomeno in ambito cinematografico, segnando profondamente l'esperienza cinematografica di un'intera generazione e regalando un nuovo e potente immaginario.

Tuttavia, nel corso degli anni la creazione di George Lucas si è trasformata, nel bene e nel male, da opera cinematografica visionaria a vero e proprio vessillo della cosiddetta *pop culture*. E anche se, a ben guardare, i semi dell'anima più sfacciatamente “mercantile” di *Star Wars* furono piantati già nel 1977 (è risaputo quanto Lucas insistette con la Twentieth Century Fox per detenere e controllare tutti i diritti sul *merchandising* legato al film, ovvero ciò che nel tempo ha generato il maggior gettito di denaro nelle casse delle sue compagnie), col passare del tempo la natura extra-cinematografica della sua creazione ha assunto aspetti e proporzioni sempre più importanti e imponenti, diventando ciò che nel lessico del marketing moderno si chiama *franchise* oppure *property*. E guarda caso, nel 2012 è diventata proprietà della Walt Disney Company, ossia la più potente multinazionale dell'entertainment globalizzato, la quale è pronta a rilanciare il marchio di *Star Wars* con una nuova serie di

film (e di tutto quello che ne consegue) che ci accompagneranno per il prossimo decennio.

Ma, al netto di considerazioni economiche e finanziarie, ciò che stupisce ancora oggi è quanto del fascino di quella avventura scanzonata piena di fantasia e immaginazione rimanga ancora intatto e irresistibile, riuscendo a coinvolgere con il medesimo entusiasmo generazioni di padri e figli ai quattro angoli del globo. L'antropologo e mitografo americano Joseph Campbell lo aveva capito sin dall'inizio: *Star Wars* non è altro che una versione moderna delle storie che il Mito racconta sin dagli albori dell'Uomo ed è per questa ragione che la storia di quella "galassia lontana lontana" continua – e continuerà – a esercitare il suo potere sugli spettatori di ogni età e di ogni luogo.

Gian Paolo Gasperi*

** Gian Paolo Gasperi, traduttore editoriale da oltre vent'anni, ha curato gran parte delle pubblicazioni italiane di Star Wars fin dagli anni '90. Dal 2012 è consulente e supervisore dell'edizione italiana della nuova collana di romanzi di Star Wars pubblicata da Multiplayer Edizioni.*

INTRODUZIONE

UNA SPERANZA NAVAJO

George James Sr aveva ottantotto anni quando lo incontrai per la prima volta nel luglio del 2013, ma nel chiarore rossastro di un tramonto nel deserto sembrava quasi senza età. Indossava uno Stetson bianco, aveva una pelle coriacea, una corporatura esile e occhi infossati, neri come il carbone. Camminava leggermente curvo, a causa dello shrapnel che aveva nella schiena dal 1945. James è Tohtsohnii, e fa parte del clan Big Water del popolo navajo, ed è nato dove vive ancora oggi, sulle montagne vicino a Tsaile, in Arizona. Quando aveva diciassette anni, James venne chiamato alle armi e divenne uno dei più rari esperti della Seconda guerra mondiale: un *code talker*. Era uno dei cinque *code talker* che fecero incursione sulle spiagge di Iwo Jima e trasmisero più di ottocento messaggi di vitale importanza dall'isola al posto di comando al largo della costa, nella loro lingua madre. I loro codici erano praticamente indecifrabili, perché, a quel tempo, le persone non appartenenti al popolo navajo in grado di parlare quella lingua erano meno di trenta in tutto il mondo. Per di più, James, che pesava settantacinque chili, riuscì a salvare la vita a un commilitone privo di sensi, trasportandone la stazza di novanta chili attraverso le sabbie nere di Iwo fin dentro una buca. La sua calma durante lo scontro a fuoco contribuì a determinare l'andamento della battaglia e, probabilmente, della guerra. “Se non fosse stato per il Navajo”, ammise un maggiore nella divisione di George, “i marine non avrebbero mai espugnato Iwo Jima”.

La storia di James fu sufficiente a lasciarmi a bocca spalancata, quando lo conobbi. Ma c'era qualcos'altro in lui di altrettanto incredibile. George James era la prima persona che incontravo, in un anno di ricerche, che sembrava non sapere assolutamente nulla del film che stavamo per guardare: una cosa chiamata *Star Wars*.

“Quando sentii il titolo, pensai: ‘Le stelle sono in guerra?’”, disse James, scrollando le spalle. “Io non vado al cinema”¹.

Non ci sono cinema qui a Window Rock, in Arizona, la capitale riarsa dal sole del popolo navajo, da quando l’ultimo ha chiuso nel 2005. Window Rock è una cittadina con un solo semaforo, un McDonald’s, un negozio “tutto a un dollaro”, un paio di hotel, l’omonimo arco di pietra naturale, e una statua in onore dei *code talker*. Ci sono un sacco di schermi qui, ma sono tutti personali: sono quelli dei ragazzini che smanettano con gli smartphone nei parcheggi. A Window Rock si possono trovare iPad, TV e Wi-Fi come in qualsiasi altra moderna città occidentale. Ma non ci sono schermi giganti pubblici dove la gente – chiamata Diné, Navajo, o semplicemente il Popolo – può riunirsi e condividere un sogno proiettato.

Eppure, per un’unica notte, nel 2013 tutto cambiò. Il 3 luglio, il primo film mai doppiato nella lingua degli indiani d’America fu trasmesso in un’arena da rodeo, su un mega schermo imbullonato sul fianco di un camion a dieci ruote. Appena fuori città, sulla Highway 49, si trovava l’unico cartellone che pubblicizzava lo storico evento: un tabellone in mezzo al deserto che, per una volta, diventò la più popolare attrazione sulla strada, sul confine Arizona-New Mexico. “*Star Wars: Episodio IV – Una nuova speranza* tradotto nella lingua navajo”, recitava, accanto a un poster del film del 1977.

Devo aver visto quel poster di *Star Wars* un milione di volte, ma sulla strada proveniente da Gallup, fuori dal mio elemento e circondato da mesa coperte di cespugli, riuscivo quasi a guardarlo con occhi nuovi. Il ragazzo vestito di bianco sembra stringere una specie di torcia elettrica puntata verso il cielo, una giovane donna con degli strani chignon in testa regge un’arma e posa al suo fianco. Alle loro spalle, incombe una gigantesca maschera antigas con occhi privi di vita, sormontata da un elmo da samurai. Che strano sogno, dev’essere questo film.

Appena dentro la città, si trova il Navajo Nation Museum, che ha passato gli ultimi tre anni a convincere la Lucasfilm a collaborare a questo adattamento di *Star Wars*. Mi sono chiesto perché avessero insistito così tanto invece di scegliere un altro progetto di traduzione, poi sono entrato nell’ufficio del direttore del museo, Manuelito Wheeler, e ho visto uno scaffale pieno di statuette di Boba Fett orgogliosamente esposte. Manny, come tutti lo conoscono, è un omone con un’espressione stoica e la scura coda di cavallo striata d’argento. Il direttore di museo più rilassato e modesto che si possa sperare d’incontrare. Mi ha chiamato “amico” sin dalla prima telefonata. Mi disse di aver amato la trilogia originale da quando, poco più che ventenne, la guardò per la prima volta su videocassetta. Regge senza alcuna difficoltà il confronto nel tipico rituale di affiatamento dei fan che citano a memoria le battute di *Star Wars* (quando ero in ritardo per un incontro, ci scambiavamo messaggi

al telefono che riportavano il dialogo dell'assalto nel canalone della Death Star*: "Stai sul bersaglio", "Non manovro più!", "Stai sul bersaglio!").

Wheeler riusciva a sdilinquirsi in merito allo scopo della proiezione, che il museo aveva concepito come un modo per incoraggiare e preservare l'uso della lingua navajo, ma capiva anche che per far sì che la campagna diventasse più efficace, queste questioni avevano bisogno di essere affrontate nello stesso modo in cui *Star Wars* richiede di essere affrontato: con esuberanza e leggerezza.

Non che la necessità di preservare l'idioma navajo non sia importante. La lingua madre del popolo, conosciuta anche come Diné, sta morendo. Meno della metà delle trecentomila persone che fanno parte della popolazione riesce a farne uso, e meno di centomila la parla correntemente. Meno di uno su dieci sa leggere il Diné. Ai tempi di George James, i bambini imparavano l'inglese nelle scuole della riserva e parlavano il Diné a casa. Oggigiorno, il Diné viene insegnato a scuola, ma ai bambini del ventunesimo secolo non importa di impararlo. Perché prendersi il disturbo, quando l'inglese invade i loro smartphone, i tablet e la TV? "Siamo tutti sapientoni ora", disse Wheeler sospirando. "Abbiamo bisogno di reinventarci"².

Ciò di cui la generazione futura di Diné aveva necessità, secondo lui, era esattamente quello che George Lucas pensava occorresse alla gioventù degli anni Settanta: avventura, emozioni, la lotta fra il bene e il male, una favola del tutto separata nello spazio e nel tempo dal mondo reale, eppure fondata su temi e miti familiari. La storia su cui Lucas aveva lavorato per anni era, sotto molti punti di vista, un prodotto del suo tempo e delle epoche che l'avevano preceduta, ma il sogno che lui aveva catturato nella celluloida si rivelò pienamente malleabile ed esportabile. *Star Wars* avrebbe potuto semplicemente avere il potere di dare nuova vita al Diné.

Ma non è soltanto una forma di imperialismo culturale americano, in cui il popolo degli indiani d'America capitola di fronte alla potenza di Hollywood? Wheeler ha tre parole in merito a quest'idea: "Ma dài, amico". *Star Wars* non è Hollywood. È il frutto dell'ingegno di un regista di Marin County, fermamente indipendente e ostile a Hollywood, che reclutò un gruppo di ragazzi fautori di un approccio alternativo agli effetti visivi in un magazzino di Van Nuys. La rappresentazione del male in questa fiaba, l'Impero, fu ispirata dall'esercito statunitense in Vietnam, gli Ewok dai Viet Cong e l'Imperatore dal presidente Nixon. Il racconto era deliziosamente benevolo, abbastanza da mascherare questa realtà, e ora ogni cultura del pianeta, a torto o a ragione, si riconosce nell'Alleanza Ribelle. Ma il carattere sovversivo della storia esisteva già nel momento in cui Lucas si mise a sedere per scrivere la prima stesura. "*Star Wars* si fonda su un contesto sociale, emotivo e politico molto,

* Morte Nera, nell'edizione italiana. [N. d. T.]

molto elaborato”, disse Lucas nel 2012. «Ma naturalmente, nessuno ne era consapevole».

E c'è un'altra ragione per cui i Navajo comprendono *Star Wars* più della maggior parte delle culture. «Qui c'è qualcosa di spirituale», sostiene Wheeler. Il direttore del museo fa notare che Joseph Campbell, il gigante della mitologia universale, si addentrò nella cultura navajo. Era questo l'argomento del primo libro di Campbell, *Where the Two Came to Their Father* (1943), pubblicato tre anni prima di *L'eroe dai mille volti*. Se George Lucas è stato influenzato da quel libro come sostiene, ammette Manny, «allora *Star Wars* in Navajo chiude il cerchio».

Chiesi a Wheeler cosa pensassero gli anziani – le persone più vecchie sono tenute in grande considerazione nella cultura diné – in merito al film. Lui alzò un dito, tirò fuori il suo iPhone e mi mostrò delle foto dalla proiezione per il cast e la troupe, un avvenimento più privato al quale aveva invitato un centinaio di anziani. Fece scorrere foto di donne attempate con indosso vestiti di colore rosso e azzurro brillante. «È una cultura matriarcale», osservò, «quindi quando la principessa Leia compare sullo schermo e si rivela un personaggio così potente, loro capiscono». Wheeler ghignò e indicò sua nonna. «E lei apprezza davvero Obi-Wan».

Mi entusiasmai per la nonna di Wheeler, ma il mio disappunto era palpabile. Probabilmente non lo sapeva, ma invitando gli anziani alla proiezione privata per il cast, aveva fatto naufragare la mia ultima, vera speranza di trovare qualcuno che fosse un autentico profano di *Star Wars*.

Il percorso che mi aveva condotto a Window Rock cominciò poco prima del trentacinquesimo anniversario di *Star Wars*, nel 2012. Durante un meeting per stabilire lo spazio da concedere a questa pietra miliare su *Mashable*, il sito web per cui lavoro, venne fuori che uno dei nostri – la cronista Christine Erickson – non aveva mai visto *Star Wars*. La nostra reazione immediata fu: ma come era riuscita a sottrarsi così a lungo? Per tutta la vita, Christine aveva sentito frasi incomprensibili come: «Che la Forza sia con te» e «Questi non sono i droidi che state cercando». Christine ricorda: «Dovevo chiedere alla gente di cosa stesse parlando»³. La reazione dei suoi amici di solito era «a metà fra la presa in giro e la risata».

La dimestichezza con *Star Wars* – o almeno con il film del 1977, che ha generato sufficienti sequel, prequel, adattamenti TV e altri spin-off da lasciare allibiti e giustificare il libro che ora tenete fra le mani – rappresenta la *conditio sine qua non* della nostra cultura globale moderna e influenzata dai media. Vergogna e sdegno sono il minimo che quelli come Christine si possono aspettare. «Ci sono state persone che mi hanno detto: 'Non possiamo più essere amici'»⁴, afferma Natalia Kochan, una studentessa che, non si sa come, è riuscita a lasciarsi sfuggire il

film nonostante abbia frequentato l'alma mater di George Lucas, la University of Southern California (USC).

Cominciai a notare quanto la vita moderna fosse pervasa da *Star Wars*: i riferimenti saltano fuori nei posti più strambi. Andai a un corso di yoga, e il modo con cui l'insegnante descriveva la tecnica di respirazione ujjayi era: "Respirate come Darth Vader". Andai negli uffici di Facebook per seguire un briefing per la stampa in merito all'algoritmo che controlla i contenuti che vediamo nei nostri news feed e il dirigente lo spiegò mostrando come Yoda avrebbe visto i diversi post di Luke Skywalker rispetto ai post che Darth Vader e la principessa Leia[†] vedevano nei loro feed, a causa delle differenti relazioni familiari. Nessuno nella stanza batté ciglio. *Star Wars* è diventato l'unica serie di film per cui è perfettamente accettabile, nella società moderna, il fatto di discutere di spoiler (a proposito, Vader è il padre di Luke Skywalker).

Forse bisogna aspettarselo nella sede di Facebook, dal momento che il fondatore, Mark Zuckerberg, era abbastanza nerd da organizzare una festa a tema *Star Wars* per il suo Bar Mitzvah. Ma è sufficiente dare un'occhiata a quei feed sulle notizie per vedere la frequenza con cui i meme e i riferimenti invadono i social media. Mentre scrivevo questo libro, il film originale aveva ricevuto 268 milioni di "Mi piace" dagli utenti di Facebook.

O, se volete essere più tradizionalisti in proposito, accendete la TV. Non conta quale canale scegliate. *30 Rock*, *Big Bang Theory*, *Bones*, *Community*, *The Daily Show*, *Tutti amano Raymond*, *I Griffin*, *Friends*, *The Goldbergs*, *Dr. House*, *Ink Master*, *Just Shoot Me*, *King of the Hill*, *Lost*, *MythBuster*, *NewsRadio*, *The Office*, *I Simpson*, *Saturday Night Live*, *South Park*, *Scrubs*, *That 70s Show*... tutti questi programmi e altri ancora hanno buttato lì riferimenti casuali a *Star Wars*, scritto trame basate su *Star Wars* o proposto episodi speciali su *Star Wars*. La famosa sitcom *How I Met Your Mother*, in onda ormai da nove anni negli Stati Uniti, con la sua ossessione per la trilogia originale di *Star Wars*, parla a nome di intere generazioni. Il protagonista dello show impara a non uscire mai con una donna che non l'abbia mai visto, mentre l'amico playboy tiene un costume da stormtrooper[‡] in bella vista nel suo appartamento. Fra le due trilogie, c'è stato un momento in cui *Star Wars* ha vissuto ai margini fanatici della società. Ora non più. Pare che la società ci stia dicendo che *Star Wars* aiuti addirittura a rimorchiare.

Star Wars è tanto famoso nel mondo quanto lo è in America. In Gran Bretagna, c'è un programma televisivo e radiofonico molto popolare nel quale agli ospiti viene chiesto di eseguire un'attività che devono vergognosamente ammettere di non aver mai fatto.

[†] Dart Fener e principessa Leila, nell'edizione italiana. [N. d. T.]

[‡] Soldato delle truppe d'assalto o assaltatore, nell'edizione italiana. [N. d. T.]

Il titolo è *Never Seen “Star Wars”*⁵. In Giappone vanno pazzi per *Star Wars*, a Tokyo ho incontrato un americano che si era trasferito lì per stare con il suo ragazzo e, a distanza di anni, subiva ancora le prese in giro dei classici genitori giapponesi del suo compagno, non per l’orientamento sessuale, ma perché il povero giovane non aveva mai visto *Star Wars*. “Continuano a citarmi le battute dei dialoghi”, si lamentava.

Noi di *Mashable* non potevamo permettere che questa condizione di ignoranza e vergogna continuasse a riguardare uno dei nostri. Venne pianificato un live blog. Mostriamo a Christine il film originale. Lei postò dei commenti su Twitter e noi tutti intervenimmo. L’hashtag di Twitter per l’evento era: “#starwarsvirgin”. La comunità di *Mashable* era in subbuglio. Come appare *Star Wars* a occhi inesperti? Christine ne rimarrà entusiasta? Potremmo catturare lo spirito sfuggente del 1977, solo per un momento?

Insomma, non esattamente. Christine fu del tutto coinvolta dalla vicenda, questo è certo, ma... beh, quasi tutto appariva stranamente familiare. Ogni film con effetti speciali ad alto costo di produzione, da *Star Wars* in avanti, ha utilizzato elementi provenienti dal film originale – così tanti, da diventare ora tutti tropi riconoscibili (per esempio, l’universo realistico – quel modo di far sembrare la tecnologia e i costumi futuristici reali, sporchi e vissuti – era una novità di *Star Wars*. A partire dai primi anni Ottanta, praticamente tutti i film di fantascienza l’hanno preso in prestito, da *Blade Runner* a *Mad Max* e così via). I profani di *Star Wars* non sono stati nemmeno risparmiati dal mondo della pubblicità, che racchiude una ricca gamma di omaggi a *Star Wars*. Nel 2013, Verizon produsse una pubblicità per Halloween in cui intere famiglie vestivano come i personaggi di *Star Wars*; e, perché, non è scontato che lo facciano tutti? La reazione di Christine alla vista dei droidi R2-D2 e C-3PO⁶ per la prima volta: “Oh, ecco da dove arrivano gli smartphone” (Verizon e Google hanno ottenuto il diritto di utilizzazione del nome “Droide” dalla Lucasfilm). La donna ha riconosciuto R2-D2 come un refrigeratore della Pepsi che stava accanto alle gradinate dello stadio della scuola superiore. Darth Vader? Christine conosceva il costume: era quello indossato dal bambino nella pubblicità della Volkswagen per il Super Bowl del 2011. E, sì, perfino lei sapeva già che Vader era il padre di Luke.

Ogni presunto profano di *Star Wars* è di fatto entrato in contatto con un numero incredibile di spoiler durante la propria vita: questa era la mia ipotesi. Decisi di verificarla in un esperimento più vasto. Per il 4 di maggio – lo *Star Wars* Day, un evento suggerito per la prima volta nel 1979 da un membro del parlamento britannico

⁵ *Mai Visto “Star Wars”* [N. d. T.]

⁶ D-3BO e C1-P8 nell’edizione italiana della trilogia originale, nomi non più utilizzati, per decisione della Lucasfilm, dal 1999, con l’uscita di *Star Wars: Episodio I – La minaccia fantasma*. [N. d. T.]

durante un gioco di parole riferito a “May the Force”^{**}, ma diventato effettivamente una festa solo nel 2013 – *Mashable* ha chiesto alla Lucasfilm e al sito di petizioni *Change.org* di collaborare alla proiezione del film originale per #StarWarsnewbies (decidemmo che “profano” era un termine un po’ troppo discutibile), in programma nella sede di *Change.org* a San Francisco.

La prima cosa che scoprimmo fu quanto fosse difficile, nel ventunesimo secolo, trovare qualcuno nella Bay Area che non avesse mai visto un film di *Star Wars*. Dopotutto, si trattava del “ground zero” della prima bomba culturale. Bastò arrivare alla fine del 1977 per accorgersi che il numero di persone che avevano comprato un biglietto in città per vedere *Star Wars* aveva superato quello della popolazione stessa, ossia 750.000. Perfino con lo sforzo di reclutamento combinato di StarWars.com, Change.org e *Mashable*, riuscimmo a scovare solo trenta neofiti, insieme a un numero più vasto di amici e parenti che volevano semplicemente vederli guardare il film per la prima volta.

Prima della proiezione, i neofiti furono intervistati per stabilire quanto effettivamente sapessero. Di nuovo, ci sorpresero. “So che è particolare”, disse Jamie Yamaguchi, una madre trentaduenne di Oakley, California, parlando dell’esalogia. “Pensavo fosse un po’ strano”⁵ (il severo codice religioso dei suoi genitori prevedeva che guardasse pochi film, per cominciare). I personaggi che conosceva: la principessa Leia, Obi-Wan Kenobi, R2, Luke, “il tipo dorato, e quello irritante che parla in modo buffo. Oh, e Darth Vader”.

Si possono trovare molte risposte fra le righe di questa (anch’essa vera) reazione: “Oh, in realtà non conosco i nomi dei personaggi... a parte Luke Skywalker, Han Solo^{††}, la principessa Leia, Darth Vader, Obi-Wan Kenobi e Yoda. È tutto quel che so”.

“Conosco la grande rivelazione”, disse Tami Fisher, un’insegnante dell’UC Hastings College of the Law ed ex impiegata alla Corte Suprema della California. “La relazione tra padre e figlio, non ricordo i loro nomi”⁶.

“I miei figli mi hanno chiesto se Luke e Leia sapessero di essere fratello e sorella”, disse Yamaguchi. “Io pensai: ‘Perché, lo sono?’”.

Diventa sempre più difficile evitare spoiler riguardo a *Star Wars*. Ci bombardano dalla nascita, che lo vogliamo o no. Molti genitori sono venuti da me durante la stesura di questo libro e mi hanno chiesto come fosse possibile che i loro giovani figli sapessero tutti i nomi dei personaggi e dei pianeti di *Star Wars* e fossero in grado di recitare a memoria i dettagli storici più oscuri alla base di quasi ogni aspetto della serie, nonostante il fatto che quei bambini siano troppo piccoli per aver visto uno dei sei film. Replacai chiedendo: “Da dove viene Luke Skywalker?”, o “Come si chiamano quelle creature

^{**} “May” in inglese significa anche “maggio”. [N. d. T.]

^{††} Ian Solo, nell’edizione italiana. [N. d. T.]

che sembrano orsetti ne *Il ritorno dello Jedi?*”. Quando i genitori rispondevano “Tatooine” o “Ewok”, io osservavo: “Ecco qua. Il pianeta non viene mai nominato nel film originale di *Star Wars* e quelle creature non vengono mai effettivamente chiamate per nome in nessuno dei film di *Star Wars*. Avete appreso i loro nomi da qualche altra parte” (io scoprii il nome di Tatooine all’età di quattro anni, nel 1978, anni prima di vedere *Star Wars*, quando lo lessi sul retro di una scatola di cereali. Scoprii gli Ewok nel 1983, grazie a un album di figurine, mesi prima dell’uscita de *Il ritorno dello Jedi*).

Quanto si è diffusa questa infezione culturale benigna? Esiste qualcuno sul pianeta Terra che non abbia in testa un piccolo pezzo di *Star Wars*? “Non sappiamo quante persone siano fisicamente state in un cinema per vedere un film di *Star Wars*”, mi disse un portavoce della Lucasfilm, “ma sappiamo per certo che ci sono stati approssimativamente 1,3 miliardi di ingressi in tutto il mondo per i sei film”. Sembra una stima prudente, e risulterebbe altrettanto prudente se ci aggiungessimo un altro miliardo di spettatori per l’home video, a giudicare dai sei miliardi di dollari che il franchise ha guadagnato in VHS e DVD nel corso degli anni. E questa cifra non comprende minimamente i video a noleggio o il vasto mercato delle copie pirata. Quanti altri miliardi di persone l’hanno guardato in TV, o hanno visto una pubblicità, o hanno acquistato un piccolo pezzo appartenente al merchandise di *Star Wars* che ha fruttato trentadue miliardi di dollari di *Star Wars* in giro per il mondo? O, per considerare l’altro lato della questione, quanti miliardi, o milioni, di persone sono riuscite a evitare ogni singolo dettaglio di *Star Wars*? E chi sono queste persone?

Fui abbastanza ingenuo da credere di poter andare in un luogo come Window Rock per cogliere qualche sprovveduto nell’atto di guardare *Star Wars* per la prima volta a occhi spalancati. Ma la speranza svanì nel momento in cui le guarnigioni di Albuquerque e Salt Lake City della 501st Legion, un’organizzazione caritatevole di appassionati che possiedono e indossano i costumi dei “cattivi” di *Star Wars*, si presentarono a Window Rock dopo lunghissimi viaggi, indossarono le loro uniformi e marciarono nell’arena da rodeo al tramonto. Furono accolti da applausi entusiastici provenienti dalle gradinate gremite: un’accoglienza migliore di qualsiasi altra io abbia visto ricevere dalla 501st a un Comic-Con o a una convention ufficiale di *Star Wars*. Passarono marciando lungo le file di spettatori che si stavano formando da ore con una temperatura di 42 gradi centigradi: uno stormtrooper, uno snowtrooper, un biker scout, una guardia imperiale, un cacciatore di taglie e, naturalmente, un Signore Oscuro dei Sith in persona. Darth Vader fu assalito da madri elettrizzate che gli spingevano i bimbi fra le braccia mentre scattavano foto con i loro iPad.

Notai perfino un gruppo di ragazzini intraprendenti che vendevano spade laser. Indossavano magliette con gli stormtrooper

con la scritta: “Questi non sono i Diné che state cercando”. Chiesi a Wheeler se le T-shirt fossero opera sua, ma lui scrollò le spalle. Aveva fatto solo le magliette nere con la scritta scintillante “Navajo *Star Wars*” per la troupe. Vagava lì intorno per farsi fare una foto con Boba Fett.

Aiutatemi, Anziani, pensai. Siete la mia unica speranza.

E poi, mentre le mesa passavano dal rosso del tramonto all'indaco del crepuscolo e una tempesta di fulmini cominciava a crepitare in lontananza, incontrai George James Sr, reduce di Iwo Jima e profano di *Star Wars*. Fu come vedere un unicorno che saltellava su un doppio arcobaleno. Era troppo bello per essere vero. Elencai velocemente una lista di nomi: Skywalker. Solo. Lucas. Wookiee.

James scosse la testa di fronte a ognuno di questi, disorientato.

Additai il tizio alto con l'elmo nero, che in quel momento se la stava vedendo con una fila di ragazzi che si indicavano e si ghermivano la gola: volevano fare una foto per un famoso meme di internet chiamato “Vadring”, in cui fai un salto e fingi di essere soffocato con la Forza dal Signore Oscuro. James era perplesso. Non aveva davvero idea del motivo per cui i ragazzini della sua tribù stavano combattendo con bastoni luminosi. Quando Wheeler si alzò per presentare la talentuosa voce navajo locale, dovetti dire a James che no, non era quello il signor Lucas del quale stavo parlando poco prima.

Poi, non appena la luce dei riflettori si abbassò e il logo della Twentieth Century Fox apparve sullo schermo, James ricordò. Aveva visto qualcosa sulla TV di qualcuno una volta, l'immagine di un film ambientato nello spazio. “Ho visto degli uccelli selvatici”, disse.

Uccelli selvatici nello spazio? Come può essere? Ci penso un secondo. Alzo le braccia e poi le abbasso a 45 gradi. “Così?”

James annuisce, e gli si illuminano gli occhi quando ricorda.

“Uccelli selvatici”.

Gli X-wing^{##}.

Perfino l'ottantottenne George James Sr, che vive sulle montagne e dorme sotto una pelle di pecora in una casa così isolata da essere bloccata dalla neve per mesi di seguito, aveva in testa un frammento del codice di *Star Wars*: proprio come voi e me, e quasi tutti coloro che vivono su questo pianeta.

La fanfara della Twentieth Century Fox finì, lo schermo si oscurò e un delirio di applausi si levò dalla folla. Le familiari lettere blu apparvero sullo schermo, ma in questo caso, per la prima volta nella storia, la frase “*Tanto tempo fa, in una galassia lontana lontana...*” venne espressa con parole così aliene da essere state un tempo proibite dal governo degli Stati Uniti e così sconosciute al resto del mondo da venire usate dalla crittografia durante la Seconda guerra mondiale:

^{##} Ala-X, nell'edizione italiana. [N. d. T.]

*Aik'idaa' yadahodiiz'aadaa,
Ya' ahonikaandi...*

Fu sufficiente. La folla esplose in un boato così forte che riuscii a fatica a udire lo squillo dell'accordo di apertura della colonna sonora. E *Star Wars* conquistò con disinvoltura un'altra cultura terrestre.

Questo libro è una biografia del franchise che ha trasformato il pianeta Terra nel pianeta *Star Wars*.

Ha un duplice obiettivo. Primo, fornire la prima cronologia completa del franchise, dalle sue fantastiche origini fino all'acquisizione della Lucasfilm, la casa di produzione che ha realizzato i film, da parte della Disney per 4,05 miliardi di dollari. Secondo, e forse ancor più interessante, il libro mira a esplorare l'altro lato della relazione: come *Star Wars* ha condizionato ed è stato condizionato dal suo pianeta di fan.

La storia dello stesso franchise di *Star Wars* mostra una creatività al massimo della sua potenza. È il racconto di come una cosa chiamata *Journal of the Whills*⁵⁵, un paio di pagine di un'incomprensibile fan fiction di *Flash Gordon* scarabocchiate a matita e poi abbandonate dal loro creatore, si sia trasformata d'incanto in un vasto universo che ha fruttato (e continua a fruttare) trentadue miliardi di dollari di merchandise in tutto il mondo (tenendo conto delle vendite dei biglietti, dei prodotti su licenza e di altri flussi di reddito, è probabile che *Star Wars* abbia generato più di quaranta miliardi di dollari fra il 1977 e il 2013). Gran parte di quel successo aveva a che fare con il duro lavoro di un piccolo gruppo di sostenitori impegnati, e fra i loro nomi non compariva quello di George Lucas. Ma *Star Wars* ha milioni di devoti accolti che vanno ben al di là di questa conventicola iniziale: collezionisti e gruppi di *costuming*, costruttori di droidi e amanti delle spade laser, parodisti e satiristi... e molti di questi gruppi sono inaspettatamente diventati parte del franchise stesso.

Perfino Lucas, nel suo momento più messianico, riconobbe il fatto di essere responsabile, al massimo, di un terzo di ciò a cui noi ci riferiamo quando parliamo di *Star Wars*. "Io sono il padre dell'universo cinematografico di *Star Wars*: l'intrattenimento video, i film e le serie televisive", dichiarò nel 2008. "Li creo, istruisco la gente e li porto a termine. Io sono il padre e questo è il mio lavoro. Poi abbiamo il gruppo che concede i diritti di utilizzazione, che realizza i giochi, i giocattoli e tutte le altre cose. Io lo chiamo il figlio... e il figlio fa spesso ciò che vuole. Poi abbiamo il terzo gruppo, lo spirito santo, che è composto dai blogger e dai fan.

⁵⁵ *La cronaca degli Whill*, in italiano. [N. d. T.]

Hanno creato il loro mondo. Io mi preoccupo del mondo del padre. Il figlio e lo spirito santo possono andare per la loro strada”⁷⁷.

Da quando Lucas ha detto queste parole, anche il padre ha preso la sua strada. Lucas si è ritirato dopo la vendita della Lucasfilm, e mentre i nuovi film di *Star Wars* si dirigono a rotta di collo verso i multisala del pianeta Terra, lo sguardo vigile della matrigna del franchise, l'esperta produttrice Kathleen Kennedy, li tiene d'occhio. Quando il nuovo film di *Star Wars* arriverà sul grande schermo, sarà il primo nella storia a venire alla luce senza la supervisione iperprotettiva dello stesso Creatore⁷⁸.

Con *Star Wars* pronto a entrare in una nuova fase della sua lunga storia, il momento è appropriato per fermarsi e valutare attentamente questa creazione. In particolare, vale la pena puntualizzare che, dietro le quinte, il mondo di *Star Wars* non è mai stato tanto unito quanto suggerisce la metafora sulla santissima trinità di Lucas. Sembra che più ci si innamori del franchise, più ci si renda conto di quanto traballanti siano le sue fondamenta space fantasy. I maggiori fan dell'Expanded Universe (il nome collettivo per le centinaia di romanzi di *Star Wars*, le migliaia di fumetti e gli innumerevoli videogiochi e altri media che hanno creato personaggi e intrecci narrativi estranei agli stessi film di *Star Wars*) sono i primi a dire quanto sia contraddittorio e faccia schifo. E molti amanti di *Star Wars* sono decisamente di parte – e protettivi – nei confronti degli stessi film. I fan della trilogia originale (*Episodi IV, V e VI*, usciti dal 1977 al 1983) si sono ossessivamente preoccupati di ogni cambiamento avvenuto nelle versioni aggiornate di Lucas (ritoccate per le successive distribuzioni del 1997, 2004, 2006 e 2011) e rimangono fortemente divisi sulla trilogia di prequel (*Episodi I, II e III*, usciti dal 1999 al 2005). Questi sentimenti ambivalenti, di amore e odio, sono compagni tanto fedeli dei fan di *Star Wars* quanto lo sono i Jedi e i Sith, o i soli gemelli di Tatooine.

Nel 2005, un ventunenne di Vancouver di nome Andrey Summers ha assistito in prima persona ai profondi scismi interni al mondo degli appassionati di *Star Wars*, durante una proiezione notturna di *Episodio III*. Lo spettacolo era preceduto da un concorso in costume e Summers rimase scioccato quando, durante il contest, i fan più anziani cominciarono addirittura a fischiare i costumi fatti in casa dei fan più giovani. “Fu quello il momento in cui realizzai”, mi disse Summers, “che questi stronzi non lo fanno per divertirsi. Lo fanno per l'accuratezza canonica”⁸. Andò a casa e scrisse un articolo per una rivista online chiamata *Jive*, intitolandolo *The Complex and Terrifying Reality of Star Wars Fandom*⁷⁹. Come gran parte dello

⁷⁷ Questo è un nomignolo che Lucas ha dato a se stesso nel 2007, dopo che il presidente George W. Bush si è notoriamente definito “il Decisore”. Rispondendo a una domanda di Conan O'Brien in merito al fatto che i fan lo stessero sfidando, Lucas fece notare di essere un altro George W. Disse al presentatore: “Io sono più del Decisore. Io sono il Creatore!”

⁷⁹ “La complessa e spaventosa realtà del fandom di *Star Wars*”. [N. d. T.]

stesso *Star Wars*, l'articolo aveva un taglio abbastanza spiritoso ma era scritto in modo serio.

L'idea bizzarra era rappresentata dal fatto che Summers stesse avendo difficoltà a spiegare il mondo degli appassionati alla sua ragazza, perché i veri fan odiano *tutto* ciò che riguarda *Star Wars*, dalla piagnucolosa dizione di Mark Hamill nei panni di Luke Skywalker nella trilogia originale, alle pagliacciate in computer grafica di Jar Jar Binks nei prequel. “Se incontri qualcuno che sostiene di trovare il franchise piuttosto divertente, di aver gradito tanto gli originali quanto i prequel e perfino di avere tutti i DVD e qualche libro, questo impostore *non è un fan di Star Wars*”, scrisse.

La rivista *Jive* ora non esiste più, ma l'articolo di Summers divenne virale, fu tradotto in varie lingue e rimbalzò da un forum all'altro in tutto Internet. L'autore fu bombardato dalle mail di fan divertiti che avevano colto lo spirito, e di altri arrabbiati che non lo avevano colto per nulla. Summers era chiaramente sulla pista giusta quando puntualizzò che l'amore e l'odio sono i sentimenti ambivalenti di ogni vero fan di *Star Wars*, e benché non lo sapesse, il suo articolo era l'eco di qualcosa che era stato detto nei corridoi della stessa Lucasfilm.

“Per fare *Star Wars*, devi odiare *Star Wars*”. Questa è una massima che ho sentito dalla bocca di più di un veterano del reparto artistico della Lucasfilm. Ciò che intendono è che se si è troppo reverenziali verso quello che è venuto prima, allora si è condannati. Bisogna essere ribelli e pionieri. Il franchise deve rinnovarsi costantemente estraendo elementi assurdi da un calderone di influenze esterne, come ha fatto dall'inizio lo stesso Lucas. Analogamente, il fandom deve rinnovarsi costantemente accogliendo nuove generazioni di spettatori introdotti dai prequel e da aggiunte più recenti al corpus, come le serie TV animate *The Clone Wars* e *Rebels...* e fra breve, anche dai sequel delle prime due trilogie.

Proprio come i nuovi fan sono essenziali per tenere in vita e in salute *Star Wars*, i fan vecchi e annoiati devono rinnovarsi tornando a ciò che, all'inizio, li aveva fatti divertire. “Per essere un fan di *Star Wars*”, disse Summers nel suo articolo, “bisogna possedere l'abilità di vedere un milione di fallimenti e cadute, per poi in qualche modo unirli in un quadro più ampio di perfezione. Ogni vero fan di *Star Wars* è un Luke Skywalker che guarda il padre perverso e malvagio e riesce a vederci qualcosa di buono”.

“Odiamo tutto ciò che riguarda *Star Wars*”, concluse Summers, prima di regalare una frase con cui tutti i fan del mondo possono essere d'accordo: “Ma è l'*idea* di *Star Wars*... l'idea che amiamo”.

A Window Rock, i lampi si biforcavano sopra le colline distanti, ma il pubblico sembrava non farci caso o non preoccuparsi. La gente applaudiva entusiasta mentre il prologo scorreva sullo schermo all'inizio del film, in cui ogni parola era in diné. Una volta che il

dialogo cominciò, le risate riecheggiarono per i primi quindici minuti. Il pubblico non rideva per il film o per la recitazione, ma per la gioia di guardare per la prima volta un film nella propria lingua.

Per uno spettatore come me, cresciuto guardando *Star Wars* in inglese, la gran parte del film suonava sorprendentemente nello stesso modo. Lucas amava i suoni fichi e la musica travolgente e il vocio dei dialoghi più dei dialoghi stessi. Per buona parte del film non ci sono dialoghi o vengono sostituiti dalle chiacchiere in lingua sconosciuta di alieni e droidi. Pensate a R2, o ai Jawa: intenzionalmente incomprensibili, e noi li amiamo per questo. Pensate a quanto sia il tempo occupato dagli spari dei fulminatori o dal rombo dei caccia stellari TIE (di fatto, il barrito di un elefante al rallentatore) o dal ronzio delle spade laser (una TV rotta, un vecchio proiettore). Quando all'inizio sentii che la squadra di traduttori di Wheeler era riuscita a tradurre il film dall'inglese al navajo in sole trentasei ore, mi sembrò un'impresa sovrumana. In effetti, non c'è così tanto inglese in *Star Wars* quanto si potrebbe ricordare.

Alcune parole sono intraducibili e rimangono in inglese. Il titolo della “principessa Leia” rimane esattamente lo stesso, dal momento che il diné non prevede il concetto di regalità. Lo stesso si può dire di “Senato Imperiale” e “Alleanza Ribelle” (i Navajo possiedono un egualitarismo così radicato che il governo degli Stati Uniti ha dovuto obbligarli a costituire un organo esecutivo con cui poter trattare). I dialoghi tradotti sono una specie di *mélange* – i traduttori parlano tre diversi dialetti del diné – ma la cosa pare non avere alcuna importanza. Dopotutto, non suona così strano a chi parla l'inglese che metà degli attori siano britannici o mezzi americani (Carrie Fisher sembra usare entrambi gli accenti, ma ci siamo abituati ad accettare anche questo).

La parte comica si traduce in modo differente, naturalmente. Il pubblico pareva ridere a ogni parola di 3PO. La ragione può essere in parte dovuta al fatto che il droide è un po' effeminato: la voce dell'attrice Geri HONGEVA-CAMARILLO si abbina perfettamente al suo tono lezioso (qualche mese più tardi ho parlato con Anthony DANIELS, il 3PO originale, di questa ambivalenza sessuale. “I Navajo devono essere una razza molto confusa”¹⁰, mi ha risposto con la classica voce petulante di 3PO, prima di ammiccare e ricordarmi che il concept artist RALPH MCQUARRIE – uno degli eroi di *Star Wars* prevalentemente misconosciuti – aveva originariamente immaginato il personaggio di Daniel come un robot femmina con un fisico da modella).

La battuta che Leia dice a bordo della Death Star si aggiudica la più grossa risata della serata: “Governatore Tarkin. Dovevo aspettarmi di trovarvi con in mano il guinzaglio di Vader. Ho riconosciuto il vostro fetore quando sono stata portata a bordo”. Sembra esserci una sorta di rozzezza nella frase che suona in modo particolarmente divertente in navajo, anche se la Fisher pensava fosse una delle

battute più difficili del film: Peter Cushing, l'attore che recitava nel ruolo di Tarkin, "in realtà profumava di lino e lavanda", disse l'attrice.

Quanto era strano guardare *Star Wars* in una lingua sconosciuta e farsi comunque catturare completamente. Di nuovo mi stupii di quanto impeccabilmente scorresse la storia. Poi fu il turno dei mostri generati al computer di Mos Eisley, dello sparo di Greedo, dell'assurda comparsa di un Jabba in computer grafica, e io trasalii. Mi fu ricordato che, per approvare questo adattamento, la Lucasfilm aveva preteso che Wheeler usasse l'Edizione Speciale in alta qualità.

Il film comincia a rallentare leggermente verso la scena dello schiacciatore di rifiuti. I bambini, in particolar modo, sembravano distratti, preferivano giocare con le spade laser nei corridoi: erano più coinvolti dall'idea di *Star Wars* più che dallo stesso *Star Wars*. Le famiglie si alzarono e se ne andarono prima dell'assalto nel canalone della Death Star; erano le 23:00 e l'ora di andare a dormire per i bambini era passata da un pezzo. Ma per le centinaia di persone che rimasero quando le luci si riaccesero, il film creò il proprio piccolo culto di celebrità, proprio come è successo per qualsiasi altra cultura abbia invaso. In seguito, i sette doppiatori principali si fermarono a firmare autografi, e la fila per incontrarli serpeggiava intorno all'arena. I doppiatori erano tutti dilettanti (Darth Vader, per esempio, era interpretato dall'allenatore sportivo locale, Marvin Yellowhair) ed erano stati scelti fra centodiciassette persone che avevano fatto un'audizione per i ruoli. Furono selezionati per la passione nella recitazione, non per la conoscenza del diné. Funzionò: la loro esuberanza, insieme alla buona conoscenza dell'argomento, trionfò.

Andai in cerca di reazioni da parte dei pochi anziani che avevo visto in fila. Prima di allora, non ero mai arrivato così vicino a conoscere l'esperienza completa di un adulto neofita di *Star Wars*. Tutti gli anziani con cui parlai condividevano la stessa perplessità di George James in merito al titolo: perché le stelle sono in guerra? Gli anziani fecero eco anche a una delle maggiori lamentele sollevate nei confronti di *Star Wars* nel 1977: era troppo veloce (naturalmente, il pubblico moderno lo vede come troppo lento, l'ethos di *Star Wars* ha aiutato a generare l'ethos di MTV). Alcuni erano confusi riguardo a ciò per cui combattevano esattamente le due parti. Si può tradurre "piani rubati" in navajo, ma non si può fare in modo che abbia senso.

Poi imparai qualcosa di spirituale da questo gruppo di anziani: Manny aveva ragione in merito al collegamento di Joseph Campbell che porta *Star Wars* a chiudere il cerchio. A quanto sembra, "che la Forza sia con te" è la traduzione quasi letterale di una preghiera navajo. "La Forza", secondo le loro usanze, può essere descritta come una specie di campo di energia positiva, vitale ed extrasensoriale che li circonda. "Chiediamo forza e

protezione dalla negatività”¹¹, mi spiegò Thomas Deel, ottantadue anni, tramite un interprete.

Alcuni anziani intravidero il loro sistema di credenze nella creazione di George Lucas. “Il bene cercava di sconfiggere il male, e chiedeva protezione nel farlo”, riassunse Annette Bilgody, un’ottantanovenne con indosso il vestito tradizionale di una nonna diné. L’anziana donna offrì anche il più grande elogio della serata: “Mi è piaciuto tanto quanto è piaciuto a mia nipote”¹².

E non era la sola. Nei mesi a venire, Wheeler portò la versione tradotta del film in tourné, proiettandola per le comunità di nativi americani nei festival cinematografici in giro per gli Stati Uniti. Un DVD di *Star Wars* in navajo andò esaurito diverse volte nei Walmart del Sudovest. La Twentieth Century Fox e la Lucasfilm si presero tutto il denaro, ma a Manny non importava. Ciò che contava, disse, era che “il concetto stesse fiorendo”. In tutta la nazione, gli veniva posta sempre e solo un’unica domanda: quale sarà il prossimo film che faremo in navajo? Si interessarono perfino per costruire un altro cinema a Window Rock.

E George James Sr? Dieci minuti dopo l’inizio del film, si assentò scusandosi e non tornò più. Forse, come reduce di Iwo Jima, non voleva vedere persone che si sparavano a vicenda con armi modellate su quelle usate nella Seconda guerra mondiale. Forse, come *code talker*, non aveva apprezzato una storia che girava intorno a un innocente perseguitato per aver commesso il crimine di portare un messaggio. Ma mi piace pensare che, andandosene in anticipo, James sia riuscito a conservare parte del mistero che aveva portato in quella serata e che sia ancora là fuori, nella sua casa sulle montagne, a farsi domande sugli uccelli selvatici e sulle stelle in guerra.

NOTE

¹ George James Sr, intervista dell'autore, 3 luglio 2013.

² Manuelito Wheeler, intervista dell'autore, 3 luglio 2013.

³ Christine Erickson, intervista dell'autore, 16 settembre 2013.

⁴ Natalia Kochan, intervista di Daniel Terdiman di CNET, 4 maggio 2013.

⁵ Jamie Yamaguchi, intervista di Daniel Terdiman di CNET, 4 maggio 2013.

⁶ Tami Fisher, intervista di Daniel Terdiman di CNET, 4 maggio 2013.

⁷ *Total Film Magazine*, aprile 2008.

⁸ Andrey Summers, intervista dell'autore, 13 febbraio 2014.

⁹ Andrey Summers, "The Complex and Terrifying Reality of *Star Wars* Fandom", *Jive*, 31 maggio 2005.

¹⁰ Anthony Daniels durante una conversazione con l'autore nei corridoi della *Star Wars* Celebration Europe II, 25 luglio 2013.

¹¹ Thomas Deel, intervista dell'autore, 3 luglio 2013.

¹² Annette Bilgodui, intervista dell'autore, 3 luglio 2013.

1

GUERRE MARZIANE

Indubbiamente, *Star Wars* è una maestosa epopea mitologica che attraversa tutta la galassia. Però no, un momento, è una favola formato famiglia ambientata in una terra lontana lontana. A meno che non sia un racconto di samurai, o forse un'avventura in stile Seconda guerra mondiale.

Sin dal primo film del 1977, i fan e la critica hanno spaziato in ogni direzione nel tentativo di spiegare l'attrattiva di *Star Wars*, facendo accenni a dozzine di generi differenti. Nessuno è più esperto in questo di George Lucas, che l'ha più volte paragonato a un western all'italiana, a un fantasy eroico, a *2001: Odissea nello spazio*, a *Lawrence d'Arabia*, *Capitan Blood* e all'intera serie di James Bond: e tutto ciò perfino prima che il film originale venisse girato. Navigate oltre questo campo d'asteroidi di influenze, e ciò che troverete al centro di *Star Wars* sarà un sottogenere semplice e bizzarro: lo space fantasy.

Lo space fantasy sta al suo progenitore, la fantascienza, come Luke Skywalker sta a Darth Vader. George Lucas si avvicinò alla fantascienza con il suo primo film, *L'uomo che fuggì dal futuro* (*THX 1138*), per poi abbandonarla perché troppo reale, troppo cupa e troppo impopolare al botteghino. La fantascienza proietta un'immagine del futuro attraverso le lenti del presente. Si concentra sulla tecnologia e sulle sue implicazioni. Si sforza di aderire alle leggi fisiche dell'universo. È narrativa che ha come argomento la scienza, laddove lo space fantasy è, beh, il fantasy ambientato nello spazio*. La fantascienza rispecchia il nostro mondo, lo space fantasy va oltre il nostro mondo. È nostalgico e romantico e più apertamente

* Probabilmente, ogni film che Lucas ha fatto, o che ha supervisionato come produttore, era una sorta di fantasy o fantasia. *American Graffiti* faceva parte della seconda categoria. Il genere che propose per *THX 1138* era "fantasy documentaristico".

avventuroso, e fa della tecnologia un mero punto di partenza. Mette da parte le leggi della fisica a favore del divertimento. “Temevo che gli appassionati di fantascienza avrebbero detto cose come: ‘non ci sono suoni nello spazio’”, disse Lucas nel 1977. “Volevo solo dimenticare la scienza”. Nello spazio, tutti possono sentirsi fare *pew pew*[†].

Questo enorme contrasto della narrativa speculativa, ciò che è possibile contro ciò che è meramente divertente, ha le sue radici nella rivalità di fine secolo fra il pioniere francese della fantascienza Jules Verne e il suo contemporaneo inglese, venuto dal niente, H.G. Wells. Per esplicita ammissione, Verne non era uno scienziato, ma voleva risultare scientificamente plausibile. In *Dalla Terra alla Luna* (1865), Verne spedisce i suoi esploratori lunari in una capsula sparata da un cannone gigante e include pagine di calcoli precisi nel coraggioso tentativo di dimostrare che una cosa del genere era possibile[‡]. Wells, come Lucas, è sempre stato più interessato al funzionamento della società e all’individuo, piuttosto che ai meccanismi della scienza. Quando si mise a scrivere il suo romanzo lunare, *I primi uomini sulla Luna* (1901), Wells fece dichiarare al suo scienziato di non aver mai sentito parlare del libro di Verne¹. Il suo protagonista lavora per scoprire una sostanza antigravità chiamata “Cavorite” che fa semplicemente fluttuare la sua capsula, con all’interno se stesso e un uomo d’affari suo ospite, verso la Luna. Verne si impunta così tanto sui dettagli che le sue avventure non arrivano sulla Luna se non in un romanzo successivo. Wells voleva inviare i suoi eroi sul satellite il più velocemente possibile, così che essi potessero esplorare un’immaginaria civiltà lunare che lui si era inventato (ciò infastidì Verne a tal punto da fargli avanzare una richiesta beffarda e piuttosto inutile nei confronti di Wells: io posso mostrarti la polvere da sparo, tu mostrami la Cavorite!²). Quando Lucas decise di riempire lo spazio cosmico con il rumore delle raffiche laser e con lo stridio dei caccia, si stava schierando con la tradizione wellsiana[§].

Erano in disaccordo riguardo ai mezzi, ma ciò che univa Verne e Wells era un bisogno evidente di espandere il panorama dell’immaginazione umana. I miti, come osservò una volta Lucas, sono invariabilmente posti “in quel luogo appena oltre la collina”³ – la frontiera successiva, sufficientemente reale da suscitare interesse ma abbastanza inesplorata da essere misteriosa: le lontane isole greche nell’età classica, la foresta oscura nelle favole medievali,

[†] Il suono che fanno i fulminatori laser.

[‡] Coraggioso, ma fondamentalmente errato. Non è possibile spararsi sulla luna tramite un cannone. Non provate a farlo a casa.

[§] Questa spaccatura fra Verne e Wells si può trovare anche nei primi cortometraggi muti di fantascienza. Questa volta, la linea di separazione era rappresentata più dall’Atlantico che dal canale della Manica. Georges Méliès fece *Viaggio nella Luna* nel 1902, sparando i suoi esploratori in un cannone. Thomas Edison fece *A Trip to Mars* nel 1910, in cui uno scienziato si ricopre di polvere antigravità e fluttua verso il Pianeta Rosso.

le Americhe in seguito a Colombo. Nel ventesimo secolo, con l'esplorazione della gran parte del pianeta, lo spazio divenne l'ultimo luogo rimasto appena oltre la collina. E un angolo di spazio in particolare affascinava gli autori e i lettori e consolidava il lignaggio che conduceva a *Star Wars*: Marte.

La mania per Marte si diffuse enormemente dopo che un astronomo italiano, Giovanni Schiaparelli, individuò nel 1877, com'è noto, dei *canali* sul Pianeta Rosso. I giornali inglesi e americani, senza ben comprendere o preoccuparsi della differenza fra *canali* e "canals"¹, amavano pubblicare ampi articoli congetturali e ricchi di illustrazioni riguardanti la civiltà marziana, in special modo dopo che l'astronomo dilettante Percival Lowell scrisse una trilogia di saggi che descrivevano nel dettaglio come avrebbe potuto apparire quella civiltà. Gli scrittori che non possedevano un background scientifico cominciarono a scrivere romanzi che parlavano di esplorazione marziana. I metodi per raggiungere il Pianeta Rosso variavano totalmente. In *Across the Zodiac* (1880), il giornalista inglese Percy Greg invia i suoi esploratori su un razzo antigravità chiamato *Astronaut* (fu lui a coniare la parola). Nel 1894, Gustavus Pope, un dottore di Washington DC i cui libri precedenti rivaleggiavano con quelli di Shakespeare, scrisse *Journey to Mars*. Il romanzo racconta dell'incontro, fra un tenente della marina americana e i marziani, che avviene su una piccola isola vicino al Polo Sud. Alla fine, gli alieni lo riportano sul loro pianeta in una "macchina ethervolt" antigravità (Wells, nel frattempo, nel classico del 1897 *La guerra dei mondi*, confondeva i generi letterari facendo arrivare gli invasori marziani con capsule sparate da cannoni marziani: Verne al contrario).

Ma Marte incontra per la prima volta lo space fantasy in un libro che è l'improbabile bisnonno di *Star Wars*. Scrittore inglese e figlio di un'autorità nel giornalismo, Edwin Lester Arnold decise di mettere totalmente da parte le astronavi. In *Lieutenant Gullivar Jones: His Vacation* (1905), lo scrittore prende un altro tenente immaginario della marina degli Stati Uniti e lo spedisce su Marte con un tappeto magico persiano. Marte di Arnold è inaspettatamente medievale. Il popolo di Hither, indolente e sbronzo di vino, è assediato dalle orde barbare di Thither. Gli Hitheriani hanno una classe di schiavi, un re e una bellissima principessa. Quando la principessa viene portata in dono a Thither, Jones parte per un lungo viaggio sul pianeta per liberarla. Stranamente, il protagonista è poco affascinante, incline ai lunghi discorsi: troppo compiaciuto per essere un eroe, troppo onesto per essere un antieroe. Incide "USA" sul fianco di una montagna durante il suo viaggio. Arnold sembrava indeciso fra il racconto d'avventura e la satira antiamericana,

¹I *canali* di cui parla Schiaparelli sono di origine naturale, mentre il vocabolo inglese "canals" indica una costruzione artificiale. Il termine corretto avrebbe dovuto essere "channels". [N. d. T.]

e il romanzo fu un flop. Costernato, smise di scrivere (il romanzo non sarebbe stato pubblicato negli Stati Uniti fino al 1964).

L'idea di Arnold di un Marte fantasy venne riscattata⁴ cinque anni dopo da un improbabile salvatore: un manager trentacinquenne di venditori di temperamatite di Chicago. Il tizio delle matite aveva molto tempo a disposizione, un sacco di cancelleria in ufficio e un desiderio di grandezza che non voleva andarsene. Leggeva riviste pulp, e notando che gran parte delle loro storie erano “sciocchezze”, si cimentò in qualcosa di suo. Come quello di Arnold, il suo racconto è narrato da un ufficiale americano che viene magicamente trasportato su Marte, questa volta in un battito di ciglia, dalla mera forza di volontà. Niente Cavorite, niente tappeti, soltanto un uomo “trasportato da un improvviso pensiero nell’impervia immensità dello spazio”. Come Jones, il protagonista del tizio delle matite incontra bizzarri personaggi dalle sembianze umane e uomini scimmia, e combatte eroicamente per la mano di una principessa. Il ragazzo delle matite pensava che la sua storia fosse infantile e ridicola. Chiese che fosse pubblicata sotto uno pseudonimo volto a rivelare il suo buonsenso: Normal Bean^{**}. Pensava che il suo vero nome fosse inappropriato per un autore: era Edgar Rice Burroughs.

Il racconto a puntate divenne *La principessa di Marte* e fu pubblicato per la prima volta nel febbraio del 1912 da un mensile pulp di nome *All-Story*. Fu un successo travolgente. Il capitano John Carter, eroe fuori dell’ordinario (e zio fittizio) di Burroughs, trovò un pubblico di ammiratori che Gullivar Jones poteva solo sognare. Questa non era satira sconclusionata: nel libro di Burroughs le linee di confine fra bene e male sono tracciate chiaramente. Carter è meno prolisso – non si trova nemmeno una riga di dialogo nel primo terzo del libro – e affronta pericoli più spesso di Jones. Dal primo capitolo, quando viene attaccato *proprio* dagli indiani d’America in Arizona, Carter viene assalito con lance, spade, fucili e artigli. La minor gravità di Marte (che Burroughs battezza “Barsoom”) fornisce a Carter sufficiente vantaggio in fatto di forza da aiutarlo a superare queste considerevoli disparità. Può saltare gli edifici con un singolo balzo. Oltre ad aver dato una bella spinta allo space fantasy, Carter può rivendicare il diritto di essere il primo supereroe: è il progenitore tanto di Superman quanto di Luke Skywalker.

Burroughs comprò un ranch chiamato Tarzana nella Los Angeles contemporanea, lasciò il lavoro con le matite e sfornò altri tre sequel a puntate – più la storia che prese il nome della sua nuova casa, *Tarzan delle scimmie* – prima che *La principessa di Marte* arrivasse persino a essere pubblicato sotto forma di libro. Durante il resto di una vita produttiva e ricca, Burroughs sarebbe tornato a Barsoom in altri undici libri. Barsoom è un pianeta affascinante, e una miscela

^{**} Tipo Normale. [N. d. T.]

di idee passate e future senza precedenti. È un mondo morente e prevalentemente barbaro, ma una fabbrica di atmosfera lo tiene in vita.

Oltre a macchine volanti militari, pistole al radio, telepatia, città coperte da cupole e una medicina che allunga la vita di un migliaio di anni, offre anche combattimenti con la spada, codici d'onore cortigiani, un bestiario medievale di creature, nonché una serie di condottieri che portano lance sui loro destrieri. L'ambientazione esotica del deserto sembra uscita direttamente da *Le mille e una notte*.

Le storie di Barsoom seguono una formula sicura. Fughe, salvataggi, duelli e guerre sono l'attrazione principale, ma, fra le righe, Burroughs rivela aspetti di questo mondo curioso con la sicurezza di un buon reporter di viaggio. I territori sono chiaramente delineati. I verdi Thark sono prevalentemente barbari nomadi, gli abitanti rossi di Helium sono aristocratici razionali. Nel suo secondo libro, *Gli dèi di Marte*, troviamo Barsoomiani biondi e dalla pelle chiara, che sono assassini malvagi e decadenti e che sfruttano gli abitanti del pianeta con la falsa promessa del paradiso.

Burroughs era modesto e prudente quando diceva che scriveva solo per denaro. Ma è riduttivo. Leggetelo oggi, e verrete facilmente contagiati dallo stesso vigoroso, puro e fanciullesco divertimento che avvolgeva l'autore mentre scriveva. Barsoom offre versi eroici moralmente limpidi, con tutta la profondità mitologica che vi va di investire nei suoi misteri. Il brivido dell'esplorazione e la meraviglia di un mondo che è in grado di far sospendere la nostra incredulità sono espressi con lo stesso brio che Lucas avrebbe in seguito descritto nei suoi film come "esuberante leggerezza"⁵. Si può ritrovare questo spirito nel lavoro di artisti tanto diversi come J.R.R. Tolkien e Stan Lee: ideale per la forma mentis adolescente, sì, ma accessibile a tutti e suscettibile di grandiosità. L'epigrafe di Arthur Conan Doyle per *Il mondo perduto* (1912) spiegò questo concetto così bene che in seguito abbellì anche il materiale di stampa per lo *Star Wars* originale:

*Sono riuscito nel mio intento
Se ho dato un'ora di gioia
Al ragazzo che è già mezzo uomo
O all'uomo che è per metà ragazzo.*

Questa affermazione è errata sotto un unico aspetto: ben presto risultò chiaro che questa roba piaceva anche a donne e ragazze. Dejah Thoris, la moglie barsoomiana di John Carter, che gli dà un figlio benché appartenga a una specie ovipara (non ci è dato sapere come ciò sia possibile, ma ripeto: è space fantasy), non viene riconosciuta come un'eroina a tutti gli effetti dagli standard del ventesimo secolo (Carter ha dovuto salvarla da presunti rapimenti dozzine di volte in undici libri). Ma l'eponima principessa del primo

libro è una scienziata, un'esplosatrice e una negoziatrice. I noti ritratti a seno nudo, eseguiti dall'artista fantasy Frank Frazetta negli anni Sessanta, l'hanno trasformata in un'icona sessuale, ma le rendevano a malapena giustizia. Secondo gli standard della sua epoca, Dejah Thoris era una suffragetta. La principessa Leia aveva una lunga serie di antenate, e una di queste era Dejah.

Burroughs pubblicò gli ultimi racconti di Barsoom nel 1943, e quello finale in un ciclo similare dedicato a Venere nel 1942, otto anni prima di morire. A quel tempo, il genere era ormai già variamente noto come space fantasy, space opera, planetary romance e sword and planet, ed era stato adottato da molti successori di Burroughs. La più memorabile fu la sua collega di Los Angeles Leigh Brackett, in seguito nota come la regina della space opera. Saltò fuori dal nulla nel 1940, all'età di venticinque anni, vendendo alle riviste pulp una sorprendente serie di ventisei racconti in quattro anni. Erano tutti ambientati in quello che divenne famoso come il sistema solare di Brackett. La sua concezione dei pianeti era ben poco originale – Marte e Venere assomigliavano molto a quelli di Burroughs – ma la Brackett eccelleva nella descrizione del conflitto interplanetario fra essi. Il campo d'azione si era esteso dalle guerre marziane alle guerre solari. Anche le opportunità della Brackett stavano aumentando, e la scrittrice cominciò a lavorare su sceneggiature di Hollywood come *Il grande sonno*. Non fu in grado di far combaciare le due carriere fino al 1978, quando le venne affidato l'incarico di scrivere la prima bozza de *L'Impero colpisce ancora*.

Anche il marito della Brackett, Edmond Hamilton, fornì il suo contributo a *Star Wars*, anche se in maniera più vaga. *Kaldar, mondo di Antares*, il racconto che finì nella rivista pulp *Weird Tales*, contiene questa pionieristica descrizione dell'arma maneggiata dal suo eroe – una spada fatta di luce:

A prima vista, la spada non sembrava che un lungo spadino di metallo. Ma poi scoprì che quando stringeva forte l'impugnatura scattava un pulsante che inviava una potentissima energia immagazzinata nell'impugnatura alla lama, illuminandola. Qualunque cosa toccasse questa lama luminosa veniva distrutta all'istante dalla sua energia.

Scoprì che l'arma si chiamava spada di luce.

Il racconto di Hamilton fu ristampato in brossura nel 1965, otto anni prima che un giovane regista di nome George Lucas cominciasse a divorare qualsiasi racconto di fantascienza pulp su cui riuscisse a mettere le mani.

Insieme a Burroughs, le riviste pulp che pubblicavano Hamilton, Brackett e altri scrittori dello stesso genere erano, sotto vari aspetti,

gli altri nonni di *Star Wars*. Due dei racconti più importanti nella preistoria del franchise apparvero nell'edizione dell'agosto del 1928 di *Amazing Stories*. La copertina mostrava un uomo con un jetpack. Era la star di *L'allodola dello spazio*, una storia scritta da E. E. "Doc" Smith, un chimico alimentare che scriveva racconti come hobby quando non era impegnato a ideare la ciambella perfetta. Smith aveva lo spumeggiante entusiasmo di Burroughs abbinato al desiderio di inoltrarsi nello spazio. I suoi eroi pilotano una navicella spaziale alimentata "dall'elemento X" – Cavorite all'ennesima potenza – che li lancia oltre il sistema solare e fra le stelle per la prima volta nella storia della narrativa. I protagonisti rimbalzano da un pianeta all'altro come se fossero in gita con un vecchio macinino. Una guerra planetaria provoca loro meno guai del doppio matrimonio e della cerimonia di premiazione che segue. Ne *L'allodola dello spazio* si trova tutta la velocità, il romanticismo e l'umorismo di *Star Wars*. Smith continuò a scrivere i racconti di Lensman: le avventure di mistici cavalieri interstellari che influenzarono il concetto di Jedi di Lucas. Smith estese la sfera di conflitto all'intera galassia.

Quell'edizione di *Amazing Stories* fu perfino più importante per un altro racconto, *Armageddon 2419*. Il nome dell'eroe, che viene accidentalmente asfissiato con un gas che lo fa addormentare nel ventesimo secolo e risvegliare nel venticinquesimo, era Anthony Rogers. Il soprannome ora leggendario non gli fu affibbiato finché il suo creatore, il cronista Philip Nowlan, si rivolse a una società nazionale di syndication chiedendo di fare una striscia a fumetti regolare basata sul personaggio. L'agenzia disse che "Anthony Rogers" suonava un po' troppo rigoroso per la sezione fumetti. Perché non usare un nome un po' più da cowboy... tipo, Buck?⁶

Buck Rogers è, essenzialmente, John Carter nel futuro: un eroe spaesato e coraggioso. Ma il fatto di essere vecchio di cinque secoli non gli garantisce alcun superpotere. E ciò fornisce un'apertura per la sua versione di Dejah Thoris, Wilma Deering. Wilma è un soldato, come tutte le donne americane del venticinquesimo secolo, epoca in cui il Nord America è stato invaso da orde di mongoli. Lei è molto più intelligente ed esperta di Buck. In una delle prime strisce, la vediamo costruire una radio con un mucchio di componenti elettronici, con grande stupore di Buck. Catturata e costretta a indossare un abito dall'imperatore mongolo, esclama: "Cos'è questo, un musical?". Che differenza, aveva fatto il suffragio.

Buck resiste e si evolve. Dopo qualche anno, i mongoli vengono sostituiti in qualità di nemici dal traditore Killer Kane. Buck e Wilma si procurano un razzo e fanno rotta per lo spazio: la prima volta che questa frontiera veniva rappresentata nei fumetti. La striscia assume un nuovo valore con pirati marziani, sovrani saturniani e mostri interstellari. Nel 1932, *Buck Rogers* divenne una serie radiofonica della CBS, trasmessa quattro volte alla settimana. Questa volta l'intrigo mongolo fu eliminato completamente, e Buck viene

semplicemente rianimato dai Corpi Spaziali dopo cinque anni di sonno.

Le altre società di syndication di fumetti non poterono fare a meno di notare il successo economico a livello mediatico di *Buck Rogers*. Al Kings Features, la società di syndication appartenente al magnate della stampa più famoso del mondo, William Randolph Hearst, gli artisti furono informati che l'azienda stava cercando un rivale di *Buck Rogers*. Un giovane artista di nome Alex Raymond rispose all'appello. Il suo contributo al genere space fantasy, con il tempo, condusse direttamente a *Star Wars*. Come fece Lucas anni dopo, Raymond dovette modificare la sua idea diverse volte, ma quando arrivò quella giusta, la sua popolarità esplose nel giro di una notte. Ancora una volta, un riadattamento derivato dall'idea di space fantasy andò più lontano e più forte dell'originale.

Buck Rogers stava per incontrare il suo avversario: Flash Gordon.

Flash Gordon fu di vitale importanza per *Star Wars*, e un successo strepitoso per la generazione di Lucas, ed è sorprendente scoprire che il personaggio è oggetto di scarso studio. I fumetti e i film a episodi che generò formarono un ponte essenziale fra lo space fantasy letterario e quello visivo, ma se Flash è noto alla maggior parte dei fan moderni di *Star Wars*, è a causa della sua riduzione cinematografica kitsch del 1980. Flash è fuori moda, per molte buone ragioni, e tuttavia merita grande riconoscimento. Dopotutto, fu il primo uomo a conquistare l'universo.

Flash debuttò il 7 gennaio del 1934, cinque anni esatti dopo Buck Rogers, ed era deciso a far meglio del suo rivale in ogni campo. Buck era una striscia quotidiana in bianco e nero, Flash era a colori e nell'edizione della domenica. *Buck Rogers* si sviluppò lentamente, mentre Raymond alzò la posta già dal primo riquadro. Gli astronomi scoprono che uno strano pianeta punta a tutta velocità verso la terra (proprio come quello del popolare romanzo del 1933 *Quando i mondi si scontrano*: questo era un genere che amava riciclare le trame). Incontriamo Flash su un volo intercontinentale colpito dalle meteore dello strano pianeta, e lo vediamo salvare un'altra passeggera, Dale Arden, da morte certa lanciandosi fuori dall'aereo con la donna fra le braccia. I due atterrano vicino all'osservatorio del dottor Hans Zarkov. Sotto la minaccia di un'arma da fuoco, Zarkov li costringe a salire a bordo di un razzo che ha intenzione di far atterrare sul pianeta in avvicinamento. Là il nostro trio viene catturato da Ming lo Spietato, imperatore dell'universo, che, a quanto pare, non ha nessuna volontà di andare a sbattere contro la Terra (o almeno Raymond sembra dimenticarsi di quella parte della trama; i suoi primi fumetti possiedono una logica confusa in stile *Little Nemo*). Il tutto dà inizio a decenni di avventure sul pianeta Mongo, con un'unica breve visita sulla Terra durante la Seconda guerra mondiale.

Sono passati otto decenni dal debutto, e Flash non è invecchiato bene. Già dall'inizio, il fumetto è pregno di accenni casuali al razzismo e al sessismo. Il secondo riquadro della prima striscia mostra la giungla africana dove "rullano i tam-tam" e "neri schiamazzanti sono in attesa del loro tragico destino". Flash viene presentato come "un laureato di Yale e un giocatore di polo famoso a livello mondiale": un codice degli anni Trenta, osservò Roy Kinnard, coautore di *The Flash Gordon Serials*, perché Flash è "un WASP^{††} che gode di una buona reputazione". Ming lo Spietato è un malcelato signore della guerra mongolo, con baffi alla Fu Manchu e la pella gialla (Ming rese il fumetto interessante agli occhi di Hearst, fornitore di racconti sul "pericolo giallo"). Dale Arden, nel frattempo, non è Dejah Thoris, e men che meno Wilma Deering. Non sapremo mai qual è l'occupazione di Dale. La sua unica motivazione è stare al fianco di Flash. "Gli uomini devono rischiare", scrive Raymond in uno dei primi fumetti, parafrasando una poesia del diciannovesimo secolo, "e le donne devono piangere".

Nonostante gli aspetti retrogradi, *Flash Gordon* stabilisce il sistema aureo per lo space fantasy visivo. Se riuscite ad andare oltre i primi anni del fumetto, durante i quali Flash passa molto tempo in mutande a lottare contro le varie creature che Ming aizza contro di lui, la rappresentazione, sempre più fiduciosa da parte di Raymond, di Mongo e dei suoi abitanti è la vostra ricompensa. L'autore comincia a disegnare i suoi personaggi in primo piano, e i loro visi tesi richiamano alla mente i dipinti di Norman Rockwell. Raymond si dedica a disegnare un mondo, la sua tecnologia e le ambientazioni: navicelle spaziali come sottomarini e paesaggi urbani che anticipano l'esposizione universale del 1939 si mischiano con torri arturiane e castelli. Su Mongo, come su Barsoom, la scienza e la cavalleria, il passato e il futuro, la fiaba e la scienza si mescolano indissolubilmente.

Le trame seguono di nuovo una formula sicura, concepita per fornire un racconto mozzafiato ogni settimana. Flash, Dale e Zarkov precipitano a bordo della loro navicella in continuazione. Flash e Dale si dichiarano costantemente amore senza nemmeno consumarlo. Corrono a salvarsi l'un l'altra dai pericoli. Flash prende più botte di un giocatore della NFL (che, quando il polo comincia a essere troppo snob, e ciò che l'eroe diventa retroattivamente). Dice a Dale di rimanere indietro perché è troppo rischioso, e Dale gli risponde che il suo posto è al suo fianco. Regine e principesse si innamorano di Flash, ovunque egli vada. Dale compare sempre in momenti compromettenti e li "frintende con leggerezza". I traditori sono in ogni corte, e Flash si fa sempre fregare dalla loro slealtà, vincendola, e perdonando i loro crimini, soltanto per veder fuggire di nuovo i malfattori. È uno space fantasy che assomiglia a una soap opera^{††}.

^{††} Acronimo inglese che significa "Bianco Anglo-Sassone Protestante". [N. d. T.]

^{††} Il termine "space opera" entra a far parte del vocabolario nel 1941, quando viene usato in modo

Flash è un personaggio bidimensionale perfino più eroico di John Carter e Buck Rogers. Non lo vediamo mai cadere in tentazione o mancare di perdonare (solo una volta, quando la regina Fria del nord ghiacciato di Mongo lo convince che Dale lo disprezza, Flash regala uno spontaneo bacio extracurricolare). Si potrebbe definirlo simile a Superman: il supereroe fece la sua comparsa sulla scena due anni dopo, e i primi artisti di Superman furono chiaramente influenzati da Raymond. Ma almeno Superman passa metà della sua vita nei goffi panni del suo reporter, Clark Kent. L'unica volta che vediamo la vulnerabilità di Flash è quando è privo di sensi. Tuttavia, quello stesso implacabile eroismo che tende a far risultare Flash noioso per un moderno pubblico adulto, lo rende comunque simpatico ai bambini... e di certo lo rende caro agli adulti dei tardi anni Trenta, un'epoca in cui sia l'implacabile eroismo che l'evasione dalla realtà divennero una necessità pressante.

In breve tempo, Flash Gordon eclissò Buck Rogers alla velocità con cui passò ad altri media. Una serie radiofonica di *Flash Gordon* debuttò un anno dopo il fumetto, andando in onda con trentasei episodi e rimanendo completamente fedele alla storia di Raymond. Una rivista pulp – *Flash Gordon Strange Adventure* – arrivò l'anno seguente. La Universal Pictures acquisì in fretta i diritti del serial cinematografico per 10.000 dollari e la produzione del primo serial di *Flash Gordon* cominciò nel 1936: tredici episodi di venti minuti ciascuno, con un budget di 350.000 dollari (che oggi corrisponderebbero a sei milioni di dollari). Fu un record per un serial e, a quel tempo, il budget era più elevato di quello che veniva stanziato per un lungometraggio importante. Si concluse in due mesi, girando l'incredibile numero di ottantacinque scene al giorno.

La star del serial cinematografico di *Flash Gordon*, Larry "Buster" Crabbe, un ex nuotatore olimpico, era anche lui un grande fan del fumetto già prima di interpretare il ruolo. "Quando tornavo a casa la sera, prendevo il giornale per scoprire cosa stesse combinando il vecchio Flash con Ming"⁷, ricordò Crabbe anni dopo. Avendo sentito parlare di un provino per il serial alla Universal, dove aveva degli amici all'ufficio casting, ci andò giusto per curiosità: chi mai poteva interpretare questo eroe? Venne fuori che si trattava proprio di Crabbe, una volta che l'ufficio casting lo convinse a tingersi i capelli di biondo. Non si badò a spese per i costumi, fatti per eguagliare i colori del fumetto di Raymond... anche se il serial fu girato in bianco e nero (prendetevi un secondo per digerire la cosa, erano altri tempi).

Quando *Flash Gordon* debuttò, il serial cinematografico – come il fumetto – fu un successo immediato. I cinematografi di prima visione,

dispreziativo dai boriosi scrittori di fantascienza. In seguito, Brian Aldiss rivendica il termine nella sua autorevole antologia del 1974, *Space Opera...* proprio mentre George Lucas stava componendo una space opera tutta sua.

che di solito non proiettavano affatto i serial, presentavano Flash come il principale spettacolo della serata. Il serial vantava effetti all'avanguardia: la miniatura di sessanta centimetri di una navicella spaziale in legno con pinne di rame, matte painting⁵⁵ e inquadrature a schermo diviso che permettevano a Flash di lottare contro una lucertola gigante. La città degli Uomini Falco fluttuava fra grandi nuvole di fumo bianco. Il serial offrì anche alcuni dei costumi più succinti che si fossero mai visti sullo schermo, in particolare l'abito in stile Dejah Thoris della lussuosa figlia di Ming e poi alleata di Flash: la principessa Aura. Il codice Hays, che imponeva una serie di standard morali concordati dalle case di produzione nella speranza di prevenire la censura cinematografica governativa, rese noto il suo disappunto. Nei serial successivi, Aura e Dale avrebbero avuto un aspetto decisamente pudico, mentre Flash avrebbe smesso di mettersi in mutande.

Nel 1938, seguì un secondo serial, *Flash Gordon alla conquista di Marte*, basato su un altro soggetto di Raymond. Gli storici cinematografici hanno spesso ipotizzato che l'ambientazione fosse cambiata da Mongo a Marte per sfruttare lo strepitoso successo radiofonico di quell'anno di Orson Welles, *La guerra dei mondi*. Ma la scelta del momento non era quella giusta: il serial uscì a marzo, mentre la spaventosa opera di Welles fu trasmessa ad Halloween. Marte continuava a entusiasmare l'immaginazione popolare, non importava quale mese fosse. Inoltre, Buck Rogers era stato là, e qualsiasi cosa fosse in grado di fare Buck, Flash sapeva farla meglio.

Detto questo, *Alla conquista di Marte* probabilmente è il più scarso fra i serial di *Flash Gordon*. Il personaggio di Happy Hapgood, un fotoreporter che si aggrega al viaggio in navicella spaziale, aggiunge una vena di comicità. Il serial è degno di nota per i nemici marziani di Ming, gli uomini d'argilla, che sono sinistri mutaforma in grado di svanire nelle pareti delle caverne.

Nel 1939, arrivò un serial di *Buck Rogers* che consolidò la posizione relativa dei due franchise: aveva un budget più piccolo e usava gli scarti di *Flash Gordon*. Prodotto anch'esso dalla Universal, e con Crabbe come protagonista (con i capelli del suo colore naturale, questa volta), riutilizzò i set marziani e i costumi di *Flash*. Oggi i fan del serial lo considerano un quarto *Flash Gordon*. Da qualche parte, nella casa dei personaggi space fantasy in pensione, Buck e Wilma saranno furibondi.

Finalmente, nel 1940, fu il momento di *Flash Gordon - Il conquistatore dell'universo*. Il più lento e meno costoso dei serial di *Flash Gordon*, era anche il più maturo. Naturalmente, maturo è un termine relativo, in una storia che si apre con la navicella

⁵⁵La "matte painting" è una tecnica utilizzata soprattutto in campo cinematografico che consente di realizzare fondali scenografici che sarebbe troppo costoso o impossibile costruire realmente. [N. d. T.]

spaziale di Ming che semina “polvere di Morte Rossa” nell’atmosfera terrestre. Ma Ming, ora vestito con abiti da cerimonia degni di un reale europeo, non era più lo stereotipo di Fu Manchu, ma la controfigura del vero tiranno che stava conquistando l’Europa mentre le cineprese erano in funzione. I dissidenti di Mongo, si scopre, sono stati rinchiusi in campi di concentramento. Ebbro della propria folle ambizione, Ming va ben oltre il dichiararsi l’imperatore dell’universo: ora sostiene di *essere* l’universo. Quindi, il titolo viene dall’ultima battuta del serial, quando Zarkov trasmette via radio alla Terra l’esito della loro titanica lotta: “Flash Gordon conquista l’universo”.

Esisteva un progetto per un quarto *Flash Gordon*, ma la Seconda guerra mondiale si intrromise. I serial cessarono di essere prodotti, e il formato era ormai passato di moda quando tornò la pace. Alex Raymond aveva abbandonato i fumetti per unirsi ai marine, e quando tornò si concentrò su altri eroi dei cartoni, come Jim della Giungla e Rip Kirby. Flash Gordon, che continuò sotto la gestione degli artisti Austin Briggs e Mac Raboy, era destinato a sopravvivere a tutti loro... compreso il suo creatore. La vita di Raymond vide una fine prematura e tragica, a causa del suo amore per le macchine veloci. Con un matrimonio infelice – la moglie si rifiutava di concedergli il divorzio così che lui potesse sposare la sua amante – Raymond, stando a quel che si dice, riuscì a rimanere coinvolto in quattro incidenti d’auto in un solo mese, nel 1956. L’ultimo lo uccise. Raymond aveva quarantasette anni.

Mentre andava incontro alla fine, Raymond non aveva idea del fatto che la sua più famosa creazione stesse riecheggiando nella testa di un dodicenne nella piccola cittadina di Modesto, in California. Anche il ragazzino aveva la passione per le macchine veloci ed era a soli sei anni di distanza dal proprio faticoso appuntamento con un incidente d’auto. L’ardente torcia dello space fantasy stava per essere tramandata a un’altra generazione... e questa volta avrebbe infiammato il mondo.

NOTE

¹ H.G. Wells, *The First Men in the Moon*, Newnes, London, 1901, cap. 3 (trad. it.: *I primi uomini sulla luna*, Mursia, Milano, 2007).

² Basil Davenport, *Inquiry into Science Fiction*, Longmans, Green & Company, New York, 1955, p. 7.

³ Michael Pye e Lynda Myles, *The Movie Brats: How the Film Generation Took Over Hollywood*, Holt, Rinehart e Winston, New York, 1979, p. 133.

⁴ Vedere Richard A. Lupoff, *Master of Adventure: The Worlds of Edgar Rice Burroughs*, University of Nebraska Press, Lincoln, 2005, cap. 3, per la discussione riguardo al fatto che Barsoom deriverebbe direttamente dal libro di Arnold.

⁵ Aljean Harmetz, “Burden of Dreams: George Lucas”, *American Film*, giugno 1983.

⁶ Patrick Lucanio e Gary Coville, *Smokin’ Rockets: The Romance of Technology in American Film, Radio, and Television, 1945-1962*, McFarland, Jefferson, NC, 2002, p. 35.

⁷ Kinnard, Crnkovich e Vitone, *Flash Gordon Serials*, McFarland, Jefferson, NC, 2008, p. 34.