

**I trailer cinematografici:
come il cinema seduce lo spettatore**
Prima parte

*Film trailers:
how cinema seduces audiences*
Part 1

Luciano Mariani
info@cinemafocus.eu

[Vai alla versione online/Go to online version](#)

Indice generale

Prima parte

- 1. Introduzione: Perché occuparsi dei trailer?**
- 2. Una visione d'insieme per l'esplorazione dei trailer**
- 3. L'evoluzione del trailer come veicolo di comunicazione e promozione**
- 4. Gli aspetti strutturali e stilistico-comunicativi del trailer**
 - 4.1. Il trailer come "paratesto" multimediale
 - 4.2. Il trailer è un riassunto del film?
 - 4.3. Trailer e storia del film di riferimento
 - 4.4. L'uso dei materiali diegetici: storia, genere, star
 - 4.4.1. La forza del genere
 - 4.4.2. Storia, personaggi, contesti
 - 4.4.3. La presenza delle star
 - 4.5. Le alternative all'uso dei materiali diegetici
 - 4.6. La stagione dei trailer "autoriali"
 - 4.6.1. Orson Welles
 - 4.6.2. Alfred Hitchcock
 - 4.6.3. Fra tradizione e sperimentazione
 - 4.7. La "distanza" fra trailer e film
 - 4.7.1. La "fedeltà" del trailer
 - 4.7.2. Ironia e parodie
 - 4.7.3. Trailer diversi per lo stesso film

Contents

Part 1

- 1. Introduction: Why bother about trailers?**
- 2. A frame of reference for trailer exploration**
- 3. The evolution of trailers as communication and promotion vehicles**
- 4. The structural and stylistic-communicative aspects of trailers**
 - 4.1. Trailers as multimodal "paratexts"
 - 4.2. Is the trailer a summary of the film?
 - 4.3. The trailer and the film's story
 - 4.4. The use of diegetic materials: story, genre, star
 - 4.4.1. The power of genre
 - 4.4.2. Story, characters, contexts
 - 4.4.3. The presence of stars
 - 4.5. Alternatives to diegetic materials
 - 4.6. The season of "author" trailers
 - 4.6.1. Orson Welles
 - 4.6.2. Alfred Hitchcock
 - 4.6.3. Between tradition and experimentation
 - 4.7. The "distance" between trailer and film
 - 4.7.1. Trailer "fidelity"
 - 4.7.2. Irony and parodies
 - 4.7.3. Different trailers, same movie

<u>Seconda parte</u>	<u>Part 2</u>
4.8. <i>Quando i trailer si focalizzano sulle tecnologie</i>	4.8. When trailers focus on technologies
4.8.1. <i>La tecnologia, primario elemento di promozione</i>	4.8.1. Technology, a primary promotional factor
4.8.2. <i>L'avvento del sonoro</i>	4.8.2. The sound revolution
4.8.3. <i>Il Cinerama</i>	4.8.3. Cinerama
4.8.4. <i>Il cinema a tre dimensioni (3D)</i>	4.8.4. Three-dimensional cinema (3D)
4.8.5. <i>Il Cinemascope</i>	4.8.5. Cinemascope
4.8.6. <i>Gli effetti speciali</i>	4.8.6. Special effects
4.9. <i>I trailer nella comunicazione multimediale</i>	4.9. Trailers in multimedia communication
5. Gli aspetti psicologico-relazionali: l'interazione fra trailer e spettatore	5. The psychological-relational aspects: the interaction between trailer and spectator
5.1. <i>Le inferenze nello spazio/tempo dell'attesa</i>	5.1. Inferences in the space/time dimension
5.2. <i>Lo spettatore, soggetto attivo</i>	5.2. The spectator as active subject
5.3. <i>La creazione di aspettative, chiave del desiderio e della seduzione</i>	5.3. Creating expectations, a key to desire and seduction
5.4. <i>Quanto deve essere "fedele" un trailer rispetto al suo film di riferimento?</i>	5.4. How "faithful" should a trailer be to its relevant film?
6. Conclusione: Il presente e il futuro del trailer	6. Conclusion: the present and future of trailers
6.1. <i>La persistenza dei trailer nell'industria del cinema e nella società</i>	6.1. The persistence of trailers in the cinema industry and in society
6.2. <i>Nuovi tipi di creatività: dalle parodie all'Intelligenza Artificiale</i>	6.2. New types of creativity: from parodies to Artificial Intelligence



Italiano



English

Indiana Jones e il quadrante del destino/*Indiana Jones and the dial of destiny* (di/by James Mangold, USA 2023)

1. Introduzione: Perché occuparsi dei trailer?

Per quasi tutta la storia del cinema, gli spettatori che si recavano a vedere un film in una sala cinematografica si aspettavano di vedere, oltre al film in programma, anche almeno un breve filmato che li informava del film che sarebbe stato proiettato "prossimamente (su questo schermo)": questa comunicazione commerciale aveva l'intento di consolidare il legame dello spettatore con il cinema, offrendogli, oltre al film per il quale aveva pagato il biglietto, anche un'anticipazione di un altro, prossimo film, invitandolo dunque a tornare in sala - per vedere

1. Introduction: Why bother about trailers?

For almost the entire history of cinema, spectators who went to see a film in a cinema theatre expected to see, in addition to the scheduled film, at least one short film informing them of the film that would be "coming soon": this commercial communication had the purpose of consolidating the spectators' bond with cinema, offering them, in addition to the film for which they had paid the ticket, also a preview of another, forthcoming film, thus inviting them to return to the theatre - to watch this other film, together, of course, with a new

quest'altro film, insieme, naturalmente, ad un nuovo "prossimamente" di un ulteriore film in programma, e così via ... una specie di "programma fedeltà".

Da molti anni anche in italiano questi brevi filmati promozionali (i "prossimamente") vengono indicati con il termine inglese di *trailer* (sull'etimologia del quale torneremo a breve). Comparsi quasi subito nella storia del cinema, i trailer ne hanno sempre accompagnato l'evoluzione, eppure sono stati raramente oggetto di attenzione da parte degli accademici di settore e dei critici cinematografici, forse per la loro natura di testi molto brevi e "fugaci", transitori, legati strettamente ai film che promuovono, e di cui seguono le alterne vicende, spesso sottovalutati e altrettanto spesso dimenticati. Perché dunque occuparci dei trailer quando abbiamo a disposizione gli interi film a cui si riferiscono? Possiamo citare parecchie buone ragioni.

Innanzitutto, i trailer sono oggi onnipresenti, potremmo sicuramente dire pervasivi se non addirittura invasivi: non ce ne rendiamo nemmeno conto, ma siamo costantemente "bombardati" da trailer nei momenti e nei contesti più disparati: non solo, ovviamente, al cinema, dove ne vengono proiettati diversi prima del film in programma, ma anche nei DVD che acquistiamo, alla televisione, alla radio, sulle piattaforme di *streaming* a cui siamo abbonati, e, in modo sempre più massiccio, su Internet: per esempio, su YouTube, con innumerevoli canali dedicati, e dove, oltre a proposte continue di nuovi trailer, possiamo rintracciarne migliaia di tutte le epoche della storia del cinema - senza dimenticare la loro presenza sulle schermate dei telefoni cellulari, nelle stazioni della metropolitana, a bordo di autobus e treni. Da tempo, le lunghe scale mobili della metropolitana di Londra sono affiancate da almeno una decina o una dozzina di piccoli schermi, a cui è impossibile sfuggire, che accompagnano i passeggeri mentre scendono o salgono, spesso proiettando ognuno una scena o una scritta o il volto di una star del film in questione, così che, all'"arrivo", si è stati esposti ad una serie di messaggi che, visti in sequenza, non possono non attirare l'attenzione sull'intero film pubblicizzato.

"coming soon" announcement of another scheduled film, and so on ... a kind of "loyalty program".

For many years, these short promotional films (the "coming soon" announcements) have also been referred to as trailer (on whose etymology we will return shortly). Appearing almost immediately in the history of cinema, trailers have always accompanied its evolution, yet they have rarely been the subject of attention from academics and film critics, perhaps due to their nature of very short and "fleeting" texts - transient, closely linked to the films they promote, and whose ups and downs they follow, often underestimated and just as often forgotten. So why deal with trailers when we have the entire films to which they refer? We can cite several good reasons.

First of all, trailers are omnipresent today, we could certainly say pervasive if not even invasive: we don't even realize it, but we are constantly "bombarded" by trailers in the most disparate moments and contexts: not only, of course, at the cinema, where several are screened before the scheduled film, but also on the DVDs we buy, on television, on the radio, on the streaming platforms to which we have subscribed, and, increasingly, on the Internet: for example, on YouTube, with countless dedicated channels, and where, in addition to continuous proposals for new trailers, we can find thousands from all eras of cinema history - without forgetting their presence on mobile phone screens, in subway stations, on board buses and trains. For some time now, the long escalators of the London Underground have been flanked by at least a dozen small screens, which are impossible to escape from, accompanying passengers as they ascend or descend, each projecting a scene or a piece of information or the face of a star of the film in question, so that, upon arrival, one has been exposed to a series of messages which, seen in sequence, cannot fail to draw attention to the full advertised film.

But, apart from this advertising bombardment, trailers have become, again thanks to the diffusion of technologies and the Internet, an

Ma, a parte questo bombardamento pubblicitario, i trailer sono diventati, sempre grazie alla diffusione delle tecnologie e di Internet, un importante fenomeno della cultura popolare: non sono più soltanto testi da guardare passivamente, ma materiali da collezionare, da archiviare, e, soprattutto, disponibili su una quantità di supporti e "manipolabili" al computer dagli spettatori, o meglio, dai *fan* di un particolare film, saga o serie. Da oggetti passivi sono diventati la materia prima di analisi, rielaborazioni, rimontaggi, e i loro utenti, da semplici spettatori-consumatori, si sono trasformati in produttori di nuovi contenuti, che vengono diffusi in rete tramite una miriade di fan club, di siti web, di piattaforme dedicate: tutto un mondo di nuovi "oggetti" virtuali che, visti all'inizio con qualche sospetto da parte delle case di produzione e distribuzione, si sono trasformati in potenti mezzi di ulteriore promozione nel mercato multimediale. Il film, insomma, è al centro di una rete fittissima di materiali promozionali di vario tipo (dalle riviste specializzate ai prodotti di consumo quali abbigliamento, giocattoli, e persino cibi e bevande), che costituiscono un'importante ulteriore fonte di guadagno per produttori e distributori - anche se è ancora e sempre il trailer, nelle sue diverse declinazioni, a costituire il cuore della promozione commerciale. L'esempio forse più estremo dell'attenzione che si sono guadagnati i trailer è il canale YouTube [Teaserland](#), dove, già sin dal 2009, vengono caricati trailer di film che non esistono, utilizzando spezzoni di film e altri videoclip.

A fronte di queste nuove funzioni e usi, e grazie in particolare alle possibilità di mobilità e interattività che offrono, i trailer hanno acquistato oggi ancor maggior valore e *status* all'interno dell'industria cinematografica, al punto che *budget* sempre più importanti sono allocati per la loro produzione, spesso ne vengono prodotti più di uno per lo stesso film (con tempi di rilascio scanditi in modo preciso), e sono diventati quasi un "genere" a se stante, come testimoniato dai festival specializzati e dai premi ad essi dedicati, a cominciare dal primo [Golden Trailer Award](#) nel 1999. Inoltre, mentre un tempo, quando venivano solo proiettati al cinema, essi avevano una vita breve, non venivano archiviati e se ne perdeva dunque traccia, oggi, grazie a Internet, acquistano

important phenomenon of popular culture: they are no longer just texts to be watched passively, but materials to collect, to archive, and above all, available on a variety of supports and "editable" on the computer by viewers, or rather, by fans of a particular film, saga or series. From passive objects they have become the raw material for analyses, re-elaborations, re-editing, and their users, from simple viewers-consumers, have been transformed into producers of new contents, which are disseminated on the net through a myriad of fan clubs, websites and dedicated platforms: a whole world of new virtual "objects" which, initially viewed with some suspicion by production and distribution companies, have turned into powerful means of further promotion in the multimedia market. In short, each film is at the centre of a dense network of promotional materials of various types (from specialized magazines to consumer products such as clothing, toys, and even food and drink), which constitute an important additional source of income for producers and distributors - even if it is still and always the trailer, in its various forms, that constitutes the heart of commercial promotion. Perhaps the most extreme example of the attention that trailers have earned is the YouTube channel [Teaserland](#), where, since 2009, trailers of films that do not exist have been uploaded, using clips from films and other video sources

In view of these new functions and uses, and thanks in particular to the possibilities of mobility and interactivity they offer, trailers have today acquired even greater value and status within the film industry, to the point that ever more important budgets are allocated for their production, often more than one is produced for the same film (with precisely timed releases), and they have almost become a "genre" in their own right, as witnessed by the specialized festivals and by the awards dedicated to them, starting with the first [Golden Trailer Award](#) in 1999. Furthermore, while in the past, when they were only shown in theatres, they had a short life, were not archived and therefore all traces of them were lost, today, thanks to the Internet, they have acquired an almost unlimited life, like their

una vita pressochè illimitata, al pari dei rispettivi film. Ben lungi quindi dall'essere considerati come una specie di "forma abbreviata" o di semplice *compilation* di scene del film, i trailer hanno assunto il ruolo e lo *status* di forma autonoma di prodotto multimediale, dotato di convenzioni e di qualità estetiche specifiche, degne di essere analizzate ed esplorate.

E infine, per gli appassionati di cinema in particolare, i trailer costituiscono una fonte insostituibile di informazione, intrattenimento e approfondimento, in quanto la loro analisi consente di allargare la conoscenza e l'apprezzamento anche dei film a cui si riferiscono. I trailer sono così una fonte preziosa per chi voglia indagare ed esplorare come i film (e la relativa industria cinematografica) si sono evoluti nel tempo, come sono cambiate le strategie di promozione e, indirettamente, come sono cambiate le caratteristiche dei pubblici a cui i trailer, e i relativi film, si rivolgono - uno spaccato, allo stesso tempo alternativo e complementare, della storia del cinema e di ciò che questa storia ha sempre rappresentato nei confronti dei relativi, e mutevoli, contesti socioculturali di riferimento.

2. Una visione d'insieme per l'esplorazione dei trailer

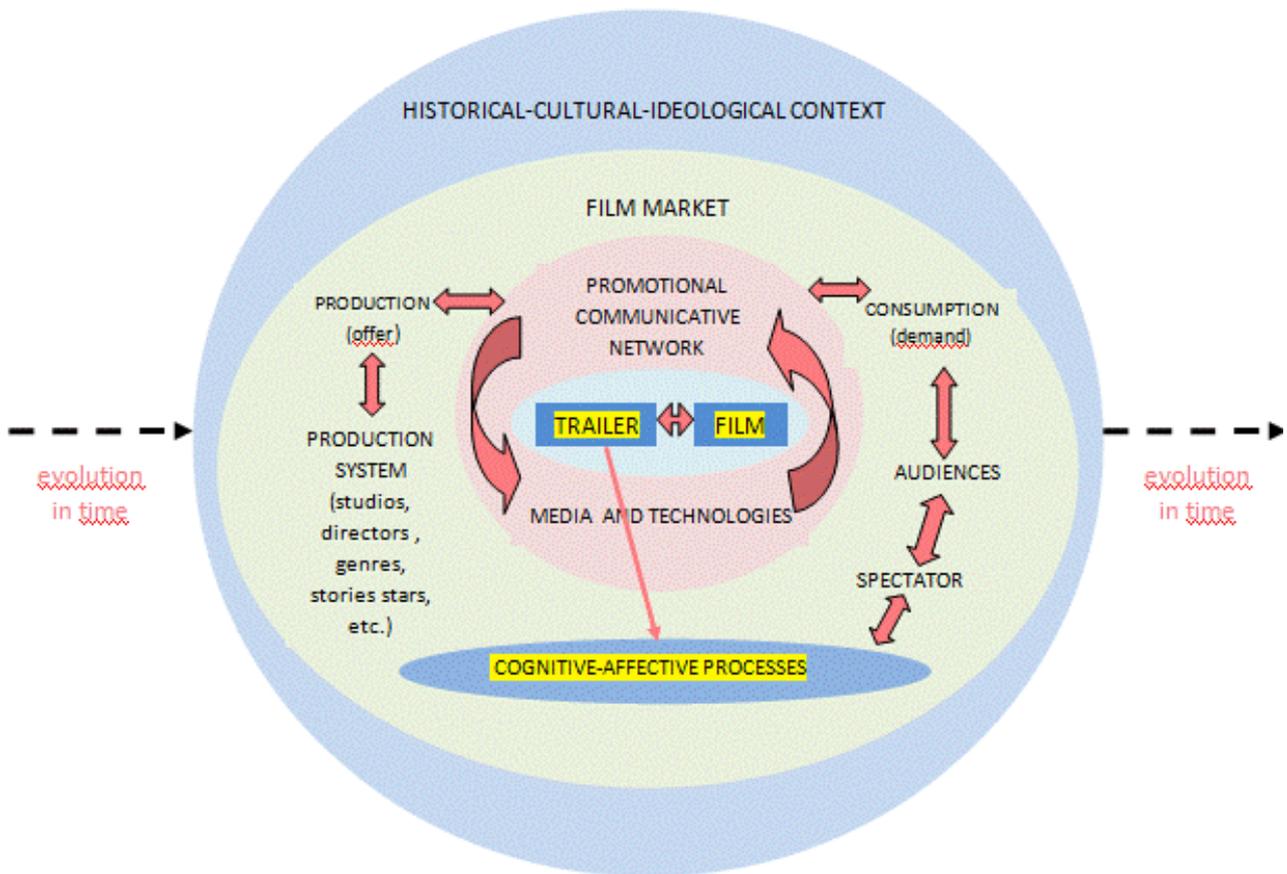
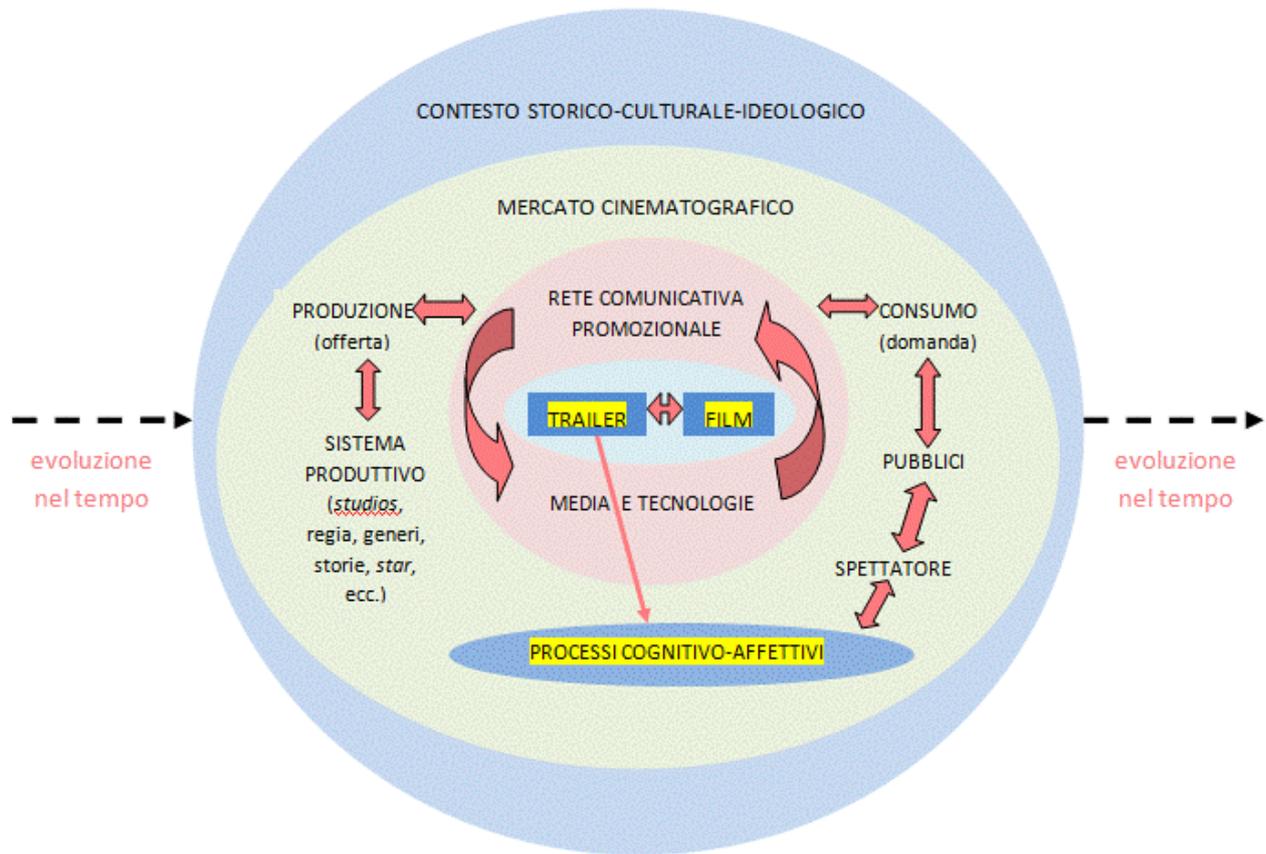
La figura sottostante, pur nella sua complessità, aiuta a tracciare in modo chiaro le coordinate tramite le quali questo Dossier affronterà l'esplorazione del "mondo" dei trailer, fornendo anche le diverse prospettive da cui questo mondo verrà analizzato. In particolare, le frecce bidirezionali sono qualificanti perchè ci permettono di visualizzare i rapporti sistematici e plurimi che intercorrono tra i diversi "livelli" di esplorazione.

respective films. Therefore, far from being considered as a sort of "abbreviated form" or simple compilation of scenes from the film, trailers have taken on the role and status of an autonomous form of multimedia product, endowed with specific aesthetic qualities and conventions, worthy of being analyzed and explored.

And finally, for cinema enthusiasts in particular, trailers are an irreplaceable source of information, entertainment and insight, as their analysis allows you to broaden your knowledge and appreciation of the films to which they refer. Trailers are thus a valuable source for anyone wishing to investigate and explore how films (and the related film industry) have evolved over time, how promotion strategies have changed and, indirectly, how the characteristics of the audiences to which the trailers, and the related films, are addressed, have changed - a cross-section, at the same time alternative and complementary, of the history of cinema and of what this history has always represented in relation to the changing socio-cultural contexts of reference.

2. A frame of reference for trailer exploration

The figure below, despite its complexity, helps to clearly trace the coordinates through which this Dossier will tackle the exploration of the "world" of trailers, also providing the different perspectives from which this world will be analysed. In particular, the bidirectional arrows are qualifying because they allow us to visualize the systematic and multiple relationships that exist between the different "levels" of exploration.



Al centro della figura, e della nostra analisi, sta naturalmente il trailer nel suo rapporto *bidirezionale* con il relativo film: il trailer è, in questo senso, un breve "testo" autonomo, con caratteristiche strutturali ben definite, ma la cui ragion d'essere è costituita dal film, con cui intrattiene legami estremamente vari e complessi. Questo binomio trailer <--> film è parte di una *rete comunicativa promozionale* il cui scopo è quello di produrre informazioni e di pubblicizzare il prodotto-film: come si è già detto, il trailer rimane centrale in questa rete di messaggi promozionali (che comprendono, come sappiamo, riviste, recensioni, articoli di giornale, manifesti, spot televisivi, e così via), rete che oggi è resa estremamente variegata dalle *tecnologie* digitali e dalla presenza di Internet, e che può contare su una serie di supporti multimediali in continua evoluzione ed espansione (non più quindi solo la sala cinematografica, ma i DVD e Blu-ray, le piattaforme di streaming, i telefoni cellulari e i tablet, e la galassia di siti, forum, blog, chat e via dicendo, che popolano la rete. Le frecce ci indicano che questa rete si appoggia alle tecnologie multimediali, che a loro volta influenzano la rete stessa.

Allargando ancora lo sguardo, ci rendiamo conto che questa rete promozionale è un aspetto centrale, anche se non esclusivo, del più vasto *mercato cinematografico* dove, come in ogni mercato, si incontrano *produzione* (cioè l'offerta di film) e *consumo* (cioè la domanda). La produzione fa riferimento ad un *sistema industriale* in cui agiscono vari fattori: in primo luogo gli *studios* o case di produzione e distribuzione (oggi spesso concentrate in conglomerati finanziari multinazionali), ma anche gli elementi più specifici del sistema del cinema, quali, ad esempio, i registi, i generi cinematografici, le storie (concretizzate in *script* o sceneggiature) e lo *star system*. Dall'altro lato, il consumo fa riferimento ai *pubblici* (al plurale, per indicare i vari gruppi di spettatori che possono costituire il *target* o bersaglio di un certo film).

Dal concetto indifferenziato di *pubblico* occorre passare al concetto più specifico di *spettatore*, il che ci permette di affrontare un altro nodo fondamentale di questo discorso, ossia come lo spettatore si rapporta al trailer (e/o al film): lungi

At the centre of the figure, and of our analysis, is naturally the trailer in its bidirectional relationship with the related film: the trailer is, in this sense, a short autonomous "text", with well-defined structural characteristics, but whose "raison d'etre" is constituted by the film, with which it maintains extremely varied and complex links. This trailer <--> film relationship is part of a promotional communication network whose aim is to produce information and advertise the film as "product": as already mentioned, the trailer remains central to this network of promotional messages (which include, as we know, magazines, reviews, newspaper articles, posters, television commercials, and so on), a network which today is rendered extremely varied by digital technologies and the presence of the Internet, and which can count on a series of multimedia supports in continuous evolution and expansion (no longer just cinemas, but DVDs and Blu-rays, streaming platforms, mobile phones and tablets, and the galaxy of sites, forums, blogs, chats and so on, that populate the web. The arrows indicate that this network relies on multimedia technologies, which in turn influence the network itself.

Broadening our gaze further, we realize that this promotional network is a central, though not exclusive, aspect of the wider cinematographic market where, as in any market, production (i.e. the offer of films) and consumption (i.e. their demand) meet. Production refers to an industrial system in which various factors act: first of all the studios or production and distribution houses (today often concentrated in multinational financial conglomerates), but also the more specific elements of the cinema system, such as, for example, directors, film genres, stories (emerging from scripts or screenplays) and the star system. On the other hand, consumption refers to audiences (in the plural, to indicate the various groups of spectators who may constitute the target of a certain film).

From the undifferentiated concept of audience it is necessary to move on to the more specific concept of spectator, which allows us to address another fundamental node of this discussion,

dall'essere un semplice ricevitore passivo di un messaggio, lo spettatore in questa analisi è visto come un soggetto attivo, che intrattiene col trailer dei rapporti di cooperazione. Infatti, perchè il trailer venga compreso e apprezzato (condizioni di base perchè possa svolgere la sua funzione promozionale), lo spettatore deve mettere in atto dei *processi* personali, che sono al contempo sia *cognitivi* (di elaborazione della informazioni nella mente) che *affettivi* (di riconoscimento e attivazione di emozioni). E' qui che si gioca la relazione più nascosta e più intima, ma allo stesso tempo cruciale, del legame tra trailer/film e suo fruitore.

Tutta questa complessa rete di relazioni vive all'interno del più vasto *contesto storico, culturale e ideologico* in cui si attualizzano e concretizzano i sistemi delle attività umane, di cui noi abbiamo considerato il complesso fenomeno del "mercato cinematografico". Tutto ciò che accade all'interno delle "sfere" più interne, infatti, è condizionato dai singoli momenti storici caratterizzati da specifici contesti socioculturali, con le loro speciali caratteristiche, di cui le *ideologie* prevalenti costituiscono una parte importante. E questa sfera complessiva non è mai ferma, si muove continuamente nel tempo, segnando quella *evoluzione* che è così cruciale in ogni fenomeno delle attività umane.

Visto in questa prospettiva complessa ma anche ricca e diversificata, il trailer ci appare come un prodotto culturale che può essere analizzato e "scoperto" a più riprese e da diverse angolature:

- come *veicolo di comunicazione*, cioè di informazione e promozione, come il neologismo *infotainment* (*information + entertainment*, informazione e intrattenimento) mette in evidenza, radicato in un contesto economico che continua ad avere il mercato come suo riferimento costante;
- come *"testo" autonomo*, indagabile nella sua specifica struttura e nei suoi aspetti stilistici ed estetici, ma allo stesso tempo *"condizionato"*, poichè intrattiene col film di riferimento rapporti complessi e diversificati;
- come prodotto culturale che entra in relazione stretta col suo fruitore, cioè lo spettatore, di cui sollecita *processi cognitivi e affettivi*, attivando così un'interazione costante, che costituisce il

namely how the spectator relates to the trailer (and/or to the film): far from being a simple passive receiver of a message, the viewer in this analysis is seen as an active subject, who maintains cooperative relationships with the trailer. As a matter of fact, for the trailer to be understood and appreciated (basic conditions for it to perform its promotional function), the viewer must implement personal processes, which are both cognitive (information processing in the mind) and affective (emotion recognition and activation). It is here that the most hidden and most intimate, but at the same time crucial, relationship of the link between the trailer/film and its user is played out.

This whole complex network of relationships lives within the broader historical, cultural and ideological context in which the systems of human activities are actualized and made concrete, of which we have considered the complex, specific phenomenon of the "film market". Everything that happens within the innermost "spheres" is conditioned by the single historical moments characterized by specific socio-cultural contexts, of which the prevailing ideologies constitute an important part. And this overall sphere is never still, it moves continuously in time, marking that evolution which is so crucial in every phenomenon of human activity.

Seen from this complex but also rich and diversified perspective, the trailer appears as a cultural product that can be analyzed and "discovered" from different angles:

- *as a vehicle of communication, i.e. of information and promotion, as the neologism infotainment (information + entertainment) highlights, rooted in an economic context that continues to have the market as its constant reference;*
- *as an autonomous "text", which can be investigated in its specific structure and in its stylistic and aesthetic aspects, but at the same time "conditioned", since it maintains complex and diversified relationships with the relevant film;*
- *as a cultural product that enters into a close relationship with its user, i.e. the spectator, whose cognitive and affective processes it*

cuore della sua funzione comunicativa.

prompts, thus activating a constant interaction, which constitutes the heart of its communicative function.

3. L'evoluzione del trailer come veicolo di comunicazione e promozione

"[I trailer] rappresentano un artefatto semiotico particolarmente complesso in cui l'interazione di immagini, suoni, e musica è anche spesso accompagnata da inserti verbali o da una voce off" (Nota 1)

"[I trailer sono] testi multimediali in cui si combinano diverse modalità semiotiche, e parti di testi creati per altri scopi vengono trasferiti, riarrangiati e arricchiti allo scopo di raggiungere uno scopo promozionale" (Nota 2)

Queste due definizioni concordano sia nel considerare i trailer dal punto di vista semiotico (ossia come artefatti portatori di significato e di "segni" comunicativi), sia nel sottolinearne come essenziale la funzione promozionale. Sin dagli albori della storia del cinema il valore promozionale di un prodotto come il trailer è stato riconosciuto e sottolineato, e proprio la sua origine spiega anche il significato del termine stesso:

"Il primo trailer fu mostrato nel 1912 a Rye Beach, New York, che era una zona di divertimento come Coney Island. Una delle sale appese un lenzuolo bianco e proiettò il serial "Le avventure di Kathlyn". Alla fine della bobina del film Kathlyn viene gettata nella fossa dei leoni. Dopo questa scena fu aggiunto un pezzo di film che chiedeva "Sfuggirà dalla fossa dei leoni? Vieni a vedere l'emozionante capitolo della prossima settimana!" Da qui la parola "trailer", una pubblicità per un film a venire. Hanno provato a chiamarli Anteprime o Prossimamente, ma tutti nel settore li chiamano trailers". (Nota 3)

3. The evolution of trailers as communication and promotion vehicles

"[Trailers] represent a particularly complex semiotic artefact in which the interplay of images, sounds, and music is often also accompanied by verbal inserts or a voice-over" (Note 1)

"[Trailers are] multimodal texts in which several semiotic modes are combined, and parts of text created for other purposes are transferred, rearranged and supplemented in order to attain a promotional purpose" (Note 2)

These two definitions agree both in considering trailers from a semiotic point of view (i.e. as artifacts carrying meaning and communicative "signs") and in underlining their essential promotional function. Since the dawn of cinema history, the promotional value of a product such as the trailer has been recognized and underlined, and its very origin also explains the meaning of the term itself:

"The first trailer was shown in 1912 at Rye Beach, New York, which was an amusement zone like Coney Island. One of the concessions hung up a white sheet and showed the serial "The Adventures of Kathlyn." At the end of the reel Kathlyn was thrown in the lion's den. After this "trailed" a piece of film asking Does she escape the lion's pit? See next week's thrilling chapter! Hence, the word "trailer," an advertisement for an upcoming picture. They've tried calling them Previews or Prevues of Coming Attractions, but everybody in the trade calls them trailers." (Note 3)



What Happened to Mary - Episode 11 - A Race to New York (1912, Edison Manufacturing Company)

Alla fine dell'episodio, una scritta annuncia che "La prossima avventura di 'What happened to Mary' verrà proiettata una settimana da oggi"

At the end of the episode, an intertitle gives information about the next episode.

Il trailer dunque veniva proiettato *alla fine* di un episodio di una serie, e in questo senso "trascinava, si portava dietro" (dal verbo inglese *trail*) il film stesso, promuovendo l'episodio successivo. E' curioso e quasi paradossale che questa sequenza si sia molto presto invertita, nel senso che, una volta finito il periodo delle "serie" al cinema, il trailer si è subito riposizionato *prima* del programma principale, invitando, come abbiamo già notato, lo spettatore a venire a vedere ancora un altro film "prossimamente su questo schermo".

Solo pochi anni dopo veniva fondata una società, la *National Screen Service* (NSS), specializzata nel produrre i trailer per i film dei grandi *studios*, che in questo modo "esternalizzavano" questa produzione, concentrandosi così su aspetti ritenuti più significativi della realizzazione del relativo film. All'inizio costituiti da un *collage* di scene semplicemente "incollate" una dietro l'altra, già alla fine degli anni Venti, e in particolare con l'avvento del sonoro, i trailer assunsero presto una serie di caratteri distintivi, che sarebbero rimasti costanti nei decenni successivi, non solo nell'età d'oro di Hollywood (gli anni Trenta, Quaranta e almeno una parte degli anni Cinquanta), ma anche oltre, e fino ai nostri giorni: presenza di una voce *off* che commenta e descrive, ripetizione di titoli e scritte, enfasi sulle qualità del film e dei suoi elementi (fattori su cui torneremo in dettaglio nella prossima sezione), che accompagnavano costantemente il pubblico nella fruizione del trailer stesso. Al centro del concetto stesso di trailer rimane ancor oggi l'equilibrio tra il mostrare e il nascondere: far vedere alcune scene del film, in modo da solleticare la curiosità dello spettatore, ma allo stesso tempo non svelare troppo, col rischio di "scoprire le carte" e danneggiare così il film stesso. Come vedremo, ciò che veniva (e viene) mostrato può essere qualche dettaglio della storia, o la presenza delle

The trailer was projected at the end of an episode of a series, and in this sense it "dragged, carried with it" the film itself, promoting the next episode. It is curious and almost paradoxical that this sequence was reversed very soon, in the sense that, once the period of the "series" was over, the trailer was immediately repositioned before the main programme, inviting, as we have already noted, the viewer to come and see yet another "coming soon on this screen" movie.

Only a few years later a company was founded, the National Screen Service (NSS), specialized in producing trailers for the films of the big studios, which in this way "outsourced" this production, thus focusing on aspects of the relative movie considered to be more significant. Initially made up of a collage of scenes simply "glued" one after the other, already at the end of the 1920s, and in particular with the advent of sound, trailers soon took on a series of distinctive characteristics, which would remain constant in the following decades, not only in the golden age of Hollywood (the Thirties, Forties and at least part of the Fifties), but also beyond, and up to the present day: the presence of an off-voice that comments and describes, repetition of titles and names, emphasis on the qualities of the film and its elements (factors we will return to in detail in the next section), which constantly accompanied the audience while watching the trailer itself. Even today, the balance between showing and hiding remains at the heart of the trailer concept itself: showing some scenes from the film, so as to tickle the viewer's curiosity, but at the same time not revealing too much, with the risk of "uncovering the cards" and thus damaging the film itself. As we shall see, what was (and is) being shown could be some story detail, or the

star, gli effetti speciali o qualsiasi altra speciale attrattiva del film, stuzzicando il pubblico con rapidi sguardi su ciò che veniva promesso nel prossimo spettacolo - o, in altre parole, sollevare domande, interrogativi, dubbi che avrebbero trovato risposta nel film in promozione. Ma non bisogna dimenticare un altro assioma cruciale per ogni trailer, ossia che il suo scopo non era soltanto (e forse nemmeno soprattutto) quello di attirare *un certo tipo* di pubblico, ma anche di non alienarsi la curiosità e la disponibilità di *qualsiasi pubblico potenziale*.

Con l'avvento della "New Hollywood" dalla fine degli anni '60, e ancor più con l'avvio della stagione dei *blockbuster* (tradizionalmente identificata con il rilascio di *Lo squalo* di Steve Spielberg nel 1975), questa tendenza a mostrare poco comincia ad attenuarsi: sotto la spinta di numerosi fattori contestuali, tra cui la rapida diffusione della televisione, il cinema punta ora a svelare molto di più della trama (salvo, ovviamente, il finale), privilegiando il carattere del film come "spettacolo totale", "evento cinematografico" (significativamente, al 1968 risale anche la prima ricerca di mercato volta a stabilire in modo scientifico l'efficacia dei trailer). La presenza di nuovi registi presto identificati come "autori" (come Spielberg, Scorsese, Coppola) tende ad associare il loro nome, in quanto "marca" o garanzia di qualità, ai messaggi del trailer. Queste tendenze si accentuano nei decenni successivi, in cui non sono più (soltanto) il *genere* cinematografico o la presenza di *star* ad essere enfatizzati, ma è la *storia* narrata dal film, col vantaggio che lo spettatore sa meglio cosa aspettarsi andando a vedere un certo spettacolo: un pubblico, in un certo senso, più maturo e "smaliziato". Gli ultimi decenni del secolo scorso, con l'avvento della multimedialità, fanno entrare il trailer nel novero di nuove e numerose forme di testi brevi (come il *videoclip*) fruibili, prima sui canali televisivi, poi sempre più in rete, pur se il trailer ha saputo mantenere una sua specificità come strumento di promozione, rivalorizzando anche molte delle sue forme più "classiche" (in realtà mai abbandonate).

L'evoluzione del trailer ha seguito dunque, non solo i mutevoli contesti della produzione cinematografica, ma anche l'evoluzione dei

presence of the stars, special effects or any of the other special attractions of the film, teasing the audience with quick glimpses of what was promised in the next show - or, in other words, raise questions and doubts that would be answered in the film being promoted. But we must not forget another crucial axiom for every trailer, namely that its purpose was not only (and perhaps not even above all) to attract a certain type of audience, but also not to alienate the curiosity and availability of any potential audience.

With the advent of "New Hollywood" from the late 1960s, and even more with the start of the blockbuster season (traditionally identified with the release of Steve Spielberg's Jaws in 1975), this tendency to show "only little bits" begins to be questioned: under the pressure of several contextual factors, including the rapid diffusion of television, cinema now aims to reveal much more than the plot (except, of course, the ending), favouring the character of the film as a "total spectacle", a "cinematic event" (significantly, the first market research aimed at scientifically establishing the effectiveness of trailers dates back to 1968). The presence of new directors soon identified as "authors" (such as Spielberg, Scorsese, Coppola) tends to associate their name, as a "brand" or guarantee of quality, with the messages in the trailer. These tendencies were accentuated in the following decades, in which it is no longer (only) the film genre or the presence of stars that is emphasized, but the story told by the film, with the advantage that the viewer knows better what to expect by going to see a certain show: an audience, in a certain sense, more mature and "savvy". The last decades of the last century, with the advent of multimedia, brought the trailer into the ranks of new and diversified forms of short texts (such as video clips) to be used, first on television channels, then increasingly on the net, even if the trailer has maintained its specificity as a promotional tool, also re-evaluating many of its more "classic" forms (in reality never abandoned).

The evolution of the trailer has therefore followed not only the changing contexts of film production, but also the evolution of the target

pubblici di riferimento, e in particolare delle competenze e delle aspettative dello spettatore, sempre più sensibile non solo ai fattori-base di genere cinematografico, star e storia narrata, ma anche all'impatto degli *effetti speciali* e delle *nuove tecnologie*, che offrono e promettono sempre nuove esperienze emozionali. In particolare, la rapidissima e continua evoluzione tecnologica ha reso il film stesso (e il trailer che lo anticipa) uno spettacolo in sé, al punto da rendere sempre più attuale l'intuizione di McLuhan che "il medium è il messaggio" (Nota 4). E quasi in modo paradossale, ciò riporta al cinema delle origini, quando il pubblico andava al cinema non tanto per seguire una storia quanto per sperimentare questa nuova straordinaria forma di spettacolo, a prescindere dai suoi contenuti effettivi.

Un modo per rendersi conto dell'evoluzione del trailer nel corso del tempo è confrontare le versioni differenti della stessa storia, in questo caso *E' nata una stella*, che ha avuto ben quattro produzioni: nel 1937, nel 1954, nel 1976, fino a quella più recente del 2018.

audiences, and in particular of the skills and expectations of the viewer, increasingly sensitive not only to the basic factors of film genre, star and story, but also to the impact of special effects and new technologies, which always offer and promise new emotional experiences. In particular, the very rapid and continuous technological evolution has made the film itself (and the trailer that anticipates it) a show in itself, to the point of making McLuhan's intuition that "the medium is the message" ever more topical (Note 4). And almost paradoxically, this takes us back to early cinema, when the audience went to the cinema not so much to follow a story as to experience this extraordinary new form of entertainment, regardless of its actual contents. One way to understand the evolution of the trailer over time is to compare the different versions of the same story, in this case A star is born, which has had four productions so far: in 1937, in 1954, in 1976, up to the most recent one of 2018.

Uno studio di caso: E' nata una stella

La storia narrata sin dal primo film è quella di una giovane donna che cerca di sfondare nel mondo dello spettacolo: in questo viene aiutata da un divo ormai in declino, che fa di lei una "star". L'uomo però ha seri problemi di alcolismo e/o di droghe, e lei, pur di aiutarlo, è disposta a rinunciare alla carriera: ma lui, per non rovinarle la vita, finisce nella disperazione e si suicida.

Nella prima versione (che in realtà di ispirava al film *A che prezzo Hollywood?* (di George Cukor, USA 1932), il relativo trailer (si veda il Video qui sotto) esplicita subito, nella scritta iniziale, sullo sfondo delle luci di Hollywood di notte, che si tratta di un film in Technicolor (in effetti, uno dei primi film di questo tipo che non fosse un western), un'attrazione ancora relativamente recente. La voce *off* o fuori campo (quasi sempre, come in questo caso, maschile) offre una descrizione di Hollywood e delle sue attrattive, la

Case study: A star is born

The story told since the first film is that of a young woman who tries to break into the world of entertainment: in this she is helped by a now declining star. However, the man has serious problems with alcoholism and/or drugs, and she, in order to help him, is willing to give up her now brilliant career: however he, in order not to ruin her life, ends up in despair and commits suicide.

*In the first version (which was actually inspired by the film *What Price Hollywood?* (by George Cukor, USA 1932), the relative trailer (see the Video below) immediately claims, with the background of the glimmering Hollywood lights, that it's a Technicolor film (one of the first films of this kind that was not a Western), still a relatively recent attraction. The off-screen voice (almost always, as in this case, a male one) offers a description of Hollywood and its attractions, the mythical city*

mitica città del successo e il centro della vita *glamorous* di tante star, il posto dove tutti vorrebbero vivere. Poi entriamo nel vivo della "fabbrica dei sogni", dove, ci dice sempre la voce off, si sta costruendo una nuova diva, una nuova Janet Gaynor (diva già molto conosciuta), al cui fianco compare subito un altro grande divo, Fredric March - insieme in questo nuovo film "E' nata una stella"... Veniamo quindi a conoscere il regista del film, William Wellman, che con la sua stessa voce dà il via alle riprese: vediamo dunque i due protagonisti del film che si incontrano ... ma la voce off incalza: "Non crediate che si tratti di una storia tipo Cenerentola ..." e mentre vediamo Janet Gaynor sorridente con in mano la statuetta di un Oscar, la voce ci ricorda il prezzo che bisogna pagare per tutto questo: "Vedremo dunque "indimenticabili scene drammatiche", "sequenze intime nella vita delle grandi star", "intere generazioni sono rovinate" ... tutto in questa nuova produzione in Technicolor di "E' nata una stella" ... E la voce prosegue: "Hollywood significa felicità e disperazione, gioia e tragedia ... la lotta disperata per raggiungere la vetta e la battaglia per rimanervi ...", per poi presentarci gli attori che interpretano i personaggi secondari: il produttore, l'addetto stampa ... fino a riproporci le immagini e i nomi dei due divi principali ... e mentre vediamo la donna che urla disperatamente, il trailer si conclude con la stessa immagine iniziale e il titolo del film.

In questo trailer sono presenti alcune caratteristiche dei trailer "classici": la voce off, la ripetizione del titolo del film e dei nomi dei divi, l'enfasi con cui vengono introdotti i temi del film, centrati tutti sulle luci e le ombre di chi cerca di emergere come star a Hollywood. Mancano le scritte in sovrimpressione che sono un'altra caratteristica spesso presente, ma colpiscono le scelte dei contenuti: si insiste molto sul Technicolor, che di per sè poteva costituire una grande attrattiva, si ripetono i nomi dei divi già ben conosciuti dal grande pubblico, ma soprattutto si entra quasi dentro Hollywood, dietro le quinte del film, focalizzando l'attenzione proprio sui meccanismi della produzione, sul fascino di entrare, sia pure virtualmente, in questo mondo dorato tanto agognato. Si noti che

of success and the centre of the glamorous life of many stars, the place where everyone would like to live. Then we get to the heart of the "dream factory", where, the off-voice always tells us, a new star is being "built", a new Janet Gaynor (already a well-known star), together with another great star who immediately appears, Fredric March - together in this new film "A star is born"... We then get to know the director of the film, William Wellman, who starts filming the two main characters ... but the off-voice insists: "Don't think this is a story like Cinderella ..." and as we see Janet Gaynor smiling, holding an Oscar statuette in her hand, the voice reminds us of the price we have to pay for all this ... So we will see "unforgettable dramatic scenes", "intimate sequences in the lives of great stars", "whole generations ruined" ... all in this new Technicolor production of "A star is born" ... And the voice continues: "Hollywood means happiness and despair, joy and tragedy ... the desperate struggle to reach the top and the battle to stay there ...", then introduces the actors who play the supporting characters, the producer, the press-agent ... until we see the images and the names of the two main stars again ... and while we see the woman screaming desperately, the trailer ends with the same initial image and the title of the film.

This trailer shows "typical" features of "classic" trailers: the voice off, the repetition of the title of the film and the names of the stars, the emphasis with which the themes of the film are introduced, all focussed on the lights and shadows of those who try to emerge as Hollywood stars. Superimposed written information, which is another frequent feature of trailers, is missing in this case, but the choices of content are striking: there is a lot of emphasis on Technicolor, which in itself could be a great attraction, the names of the stars, already well known by the audience, are repeated, but above all, one enters almost inside Hollywood, behind the scenes of the film, focusing one's attention precisely on the mechanisms of production, on the charm of entering, albeit virtually, this much coveted golden world. Note that the few scenes that

le poche scene che ci mostrano i personaggi principali danno pochi indizi sulla trama effettiva del film - piuttosto, ci viene suggerito il tono generale della pellicola (tra l'esaltazione del successo e la tragedia imminente) e le emozioni che proveremo nel corso della visione.

show us the main characters give little clues about the actual plot of the film - rather, there are hints at the general tone of the film (the exaltation of success and impending tragedy) and at the emotions we will experience in the course of the vision.



E' nata una stella/*A star is born* (di/by William A. Wellman, USA 1937)

Nel 1954 George Cukor realizza una seconda versione della stessa storia (si veda il Video qui sotto), con protagonisti Judy Garland e James Mason. Questa volta una musica trionfale, sullo sfondo ancora di luci e riflettori nella notte, accompagna la scritta iniziale: "Warner Bros. ha l'orgoglio di presentare l'evento più atteso nella storia dell'intrattenimento" e subito dopo, in campo lungo, vediamo la protagonista (Judy Garland) eseguire tra gli applausi di un teatro una canzone ... "La grande voce ... Il grande cuore ... La grande personalità ... della più amata artista del nostro tempo ... Judy Garland ... introduce il film più insigne di tutti i tempi ... E' nata una stella", ci dice subito una scritta, mentre la diva finisce il suo numero tra gli applausi scroscianti. Poi parte la voce off: "Nello suo splendore e nel fuoco delle sue emozioni, nella sua bellezza brillante e nel suo cuore meraviglioso è anche nata una nuova era nei successi cinematografici ...". Poi la voce si rivolge direttamente a noi, sollecitando i nostri sensi, mentre scorrono immagini dello spettacolo musicale: "Lo vedrete nelle sontuose scene ... Lo sentirete negli innumerevoli momenti di umana comprensione ... Lo ascolterete nel ritmo incalzante della sua grande musica ... E lo saprete quando sperimenterete la gioia e il trionfo di Judy Garland, la star ...". E vediamo i due protagonisti

In 1954 George Cukor filmed a second version of the same story (see the Video below), starring Judy Garland and James Mason. This time a triumphant music, against the backdrop of lights and spotlights in the Hollywood night, accompanies the initial information: "Warner Bros. is proud to present the most awaited event in the history of entertainment" and immediately afterwards, in a long shot, we see the leading lady (Judy Garland) perform a song ... "The big voice ... The big heart ... The big personality ... the most beloved artist of our time ... Judy Garland ... introduces the most famous film of all time ... "A star is born", a caption immediately tells us, while the star finishes her act to thunderous applause. Then the voice-over starts: "In her brilliance and the fire of her emotions, in her brilliant beauty and her wonderful heart, a new era of cinematic achievements has also been born ...". Then the voice addresses us directly, soliciting our senses, as images of the musical spectacle scroll by: "You will see the sumptuous scenes ... You will feel the countless moments of human compassion ... You will hear the pressing rhythm of great music ... And you will experience the joy and triumph of Judy Garland, the star ...". And we see the two protagonists meet: "And you'll never forget

incontrarsi: "E non dimenticherete mai James Mason che si aggrappa disperatamente all'unico amore che ha mai conosciuto". Segue la presentazione di alcuni altri personaggi secondari. Solo a questo punto ci viene presentata una scena effettiva del film, in cui la diva piange e si odia per non essere riuscita a salvare l'uomo che ama, poi lui che le dice: "Ce l'hai fatta ... come sognavi", e lei che gli ribatte: "Oh no, ho molto di più ...". A questo momento di intimità segue una nuova canzone interpretata dalla Garland, mentre una scritta in sovrimpressione commenta: "Ha fatto vivere cento canzoni sulle sue labbra ... e le ha cantate tutte al solo uomo che è vissuto nel suo cuore". Poi la Garland si confida: "Questa è la storia di una ragazza che cerca, cerca, cerca ... qualcuno ... chi è questo qualcuno per lei?". Seguono altri brevi brani di canzoni, finché una scritta ci ricorda: "Senza rivali ... l'arte di Judy Garland ... Ineguagliata ... l'intensità emotiva di una ricca storia d'amore ... Incomparabile ... lo splendore del Cinemascope e del Technicolor", mentre termina il numero musicale.

Gli elementi del classico trailer ci sono tutti (la voce off, le scritte in sovrimpressione, la ripetizione dei nomi dei protagonisti ...) ma quello su cui si punta è indiscutibilmente la presenza di Judy Garland, già famosissima (e lei stessa sulla via del tramonto), alle cui canzoni il trailer dedica una buona fetta del tempo a disposizione (mentre il protagonista maschile e il rapporto tra i due sono appena accennati). Anche in questo caso si hanno solo pochi indizi sulla storia (che almeno parte del pubblico già conosce, e che in parte può intuire), affidati a pochi fotogrammi dal film. Ciò che colpisce forse di più è l'enorme enfasi con cui la voce off e le scritte in sovrimpressione descrivono il film: l'iperbole arriva a dipingerlo come "il film più insigne di tutti i tempi, è nata una nuova era nell'intrattenimento ...". Tutto il testo è all'insegna dell'esagerazione: "Senza rivali ... ineguagliata ... incomparabile". E non mancano, ma ancor più marcati che nel film del 1937, i riferimenti alle "star" tecnologiche del momento, il Cinemascope (da poco introdotto) e il Technicolor, di per sé dei buoni motivi per godersi questo film. Ma è anche importante una

James Mason clinging desperately to the only love he's ever known." This is followed by the introduction of some other secondary characters. Only at this point are we presented with an actual scene from the film, in which the star cries and hates herself for not being able to save the man she loves .. then he says to her: "You did it ... as you dreamed ", and she retorts: "Oh no, I have much more ...". This moment of intimacy is followed by a new song sung by Garland, while superimposed words comment: "She made a hundred songs of hers live on her lips ... and sang them all to the only man who ever lived in her heart". Then Garland confides: "This is the story of a girl who seeks, seeks, seeks ... someone ... who is this someone for her?". More short snatches of songs follow ... "Unrivaled ... the artistry of Judy Garland ... Unmatched ... the emotional intensity of a rich love story ... Incomparable ... the splendor of Cinemascope and Technicolor", and the musical number ends.

The elements of the classic trailer are all there (the voice off, the superimposed information, the repetition of the names of the protagonists ...) but the focus is unquestionably on the presence of Judy Garland, already very famous (although at a critical stage in her career), to whose songs the trailer dedicates a good chunk of the available time (while the male protagonist and the relationship between the two are barely hinted at). In this case, too, there are only a few clues about the story (which at least part of the audience already knows, and which in part they can guess), entrusted to a few frames from the film. What is perhaps most striking is the enormous emphasis with which the voice-over and the superimposed words describe the film: the hyperbole paints it as "the most famous film of all time, a new era in entertainment is born ...". The whole text is marked by exaggeration: "Unrivaled ... unequaled ... incomparable". And there is no shortage, but even more marked than in the 1937 film, of the references to the technological "stars" of the moment, the Cinemascope (recently introduced) and Technicolor, in themselves described as good reasons to enjoy this film. But a tendency of the

tendenza del trailer classico a rivolgersi direttamente allo spettatore, l'instaurarsi di un dialogo tra la voce off e il pubblico: "vedrete ... percepirete ... sentirete ...", invitandolo a condividere le emozioni del film, un rapporto più stretto che intende legare pubblico e spettacolo con la forza di un'argomentazione "senza pudore".

classic trailer to address the viewer directly is also important, the establishment of a dialogue between the voice-over and the audience: "you will see ... you will perceive ... you will hear ...", inviting them to share the emotions of the film - a closer relationship that intends to link audience and entertainment with the strength of a hyperbolic argument.



E' nata una stella/A star is born (di/by George Cukor, USA 1954)

La successiva versione di questa storia (1976, si veda il Video qui sotto) non brilla per particolare originalità: l'unica sostanziale differenza è che questa volta l'ambientazione è il mondo della musica rock, ed i protagonisti sono un celebre cantante (Kris Kristofferson), già sulla via del tramonto e con problemi di alcool e droghe, e una stella emergente della canzone (Barbra Streisand). In realtà il film è tutto basato sulla presenza della star e delle sue esibizioni canore. I tempi però sono cambiati, e rispetto al 1954 questa nuova versione è aggiornata alle nuove tendenze sia cinematografiche che musicali. L'inizio infatti ci porta nel bel mezzo di un concerto rock, di fronte ad una folla oceanica, mentre la voce off introduce un modo di espressione ormai diventato classico: "In un mondo in cui ...", sottolineando la natura descrittiva di questo mondo filmico "altro" rispetto a quello degli spettatori. Dunque, "Nel mondo della musica rock, John Norman Howard era un tempo il migliore ... ma si stava bruciando ... finchè incontrò ..." e qui entra subito in scena la Streisand e la sua esibizione. Mentre ascoltiamo la canzone, la voce off continua a dirci qualcosa: "Lei voleva qualcosa di più del successo ... voleva l'amore". Seguono immagini della coppia, mentre ascoltiamo una seconda canzone. La vera colonna sonora non è costituita

The next version of this story (1976, see the Video below) does not shine for particular originality: the only substantial difference is that this time the setting is the world of rock music, and the protagonists are a famous singer (Kris Kristofferson), already on the wane and with a drug and alcohol problem, and a rising star, a singer-songwriter (Barbra Streisand). The film is actually all about the presence of the star and her singing performances. Times have changed, however, and compared to 1954 this new version is updated to the new cinematic and musical trends. In fact, the beginning takes us in the middle of a rock concert, in front of an oceanic crowd, while the voice-over introduces a mode of expression that has now become classic: "In a world where ...", underlining the descriptive nature of this filmic world "other" than that of the audience. Thus, "In the world of rock music, John Norman Howard was once the best ... but he was burning out ... until he met ..." and here comes Streisand and her singing performance. As we listen to the song, the voice-over keeps telling that "She wanted more than success ... she wanted love." Images of the couple follow, while we listen to a second song. The real soundtrack of the trailer is not made of the few words that the protagonists

dalle poche parole che si scambiano i protagonisti ma dall'onnipresente voce della Streisand. Torna la voce off, ma solo per sottolineare i nomi degli attori e il titolo del film. Seguono altre immagini del film, questa volta focalizzate sulla violenza dei comportamenti di lui e sulle reazioni di lei, che subito lasciano di nuovo il posto ad un'altra canzone. Il trailer si conclude con la reiterazione dei nomi degli attori e del titolo del film, con il logo "A star is born" su una foto in bianco e nero della coppia (che comparirà nelle locandine e in tutte gli altri materiali promozionali). L'intera storia narrata dal film è appena accennata, con i rapporti ambivalenti tra i due protagonisti illustrati, oltre che dalle immagini, anche, e forse soprattutto, dalle stesse parole delle canzoni che interpreta la Streisand.

exchange but of the omnipresent voice of Streisand. The voice off returns, but only to underline the names of the actors and the title of the film. Other images from the film follow, this time focused on the violence of the man's behaviour and her reactions, which immediately give way again to another song. The trailer ends with the reiteration of the names of the actors and the title of the film, with the logo "A star is born" on a black and white photo of the couple (which will appear in the posters and in all other promotional materials). The entire story narrated by the film is barely hinted at, with the ambivalent relationships between the two protagonists illustrated not only by the images, but also, and perhaps above all, by the very words of the songs sung by Streisand.



E' nata una stella/A *star is born* (di/by Frank Pierson, USA 1976)

Anche l'ultima (per il momento!) versione di *E' nata una stella* (si vedano i Video qui sotto) punta moltissimo sul carisma dei suoi interpreti, un Bradley Cooper (qui anche regista, oltre che interprete delle canzoni) reduce da molti successi e, soprattutto, la presenza della famosissima pop star Lady Gaga, qui nelle insolite vesti di attrice (da cui le grandi aspettative del pubblico). Per il resto la storia rimanda alle versioni precedenti: lei che fa la cameriera ma si esibisce già come cantante il venerdì sera, finché viene notata da lui, cantante idolatrato dai fan, che la fa salire sul palco, iniziando così quel rapporto professionale e romantico, e le sue ultime derive, che ben conosciamo dai film precedenti. Il trailer inizia come quello del 1976. nel mezzo di un concerto di lui, con il nome "Bradley Cooper" che compare su sfondo nero. Ma si accenna subito ai suoi problemi: sentiamo infatti una voce off, che poi si scopre essere quella di un amico, che dice

Even the latest version of A star is born (see the Videos below) relies heavily on the charisma of its players, Bradley Cooper (here also acting as director as well as interpreter of the songs) and, above all, the presence of the very famous pop star Lady Gaga, here in the unusual guise of an actress (hence the audience's great expectations). However, the story refers to the previous versions: she is a waitress but already performs as a singer on Friday evenings, until she is noticed by him, a singer idolized by the fans, who makes her go on stage, thus starting a professional and romantic relationship, with its latest drifts, which we know well from previous films. The trailer begins like the one from 1976, in the middle of a concert, with the name "Bradley Cooper" appearing on a black background. But his problems are immediately mentioned: we hear a voice-off, which later turns out to be

"Sai amico, anche all'epoca sapevo che tu avresti fatto qualcosa, che ti sarebbe andata bene. Questa è la prima volta che sono preoccupato per te". (Di sfuggita, quasi impercettibile, vediamo la sagoma di lui sullo sfondo di un gruppo terapeutico.) Poi entra in scena lei e in un dialogo tra i due veniamo a conoscenza che anche lei ha dei problemi ("In pratica tutti mi dicono la stessa cosa, mi piace la tua voce ma non mi piace il tuo aspetto"), che lui è pronto a risolvere ("Io ti trovo bellissima"). Su sfondo nero compare la scritta "A ottobre", che introduce un'importante funzione informativa del trailer, ossia la data di uscita del film. Seguono altre immagini del film, che sottolineano le esitazioni di lei e l'incoraggiamento di lui ("Devi solo fidarti di me. Non devi far altro") - il che porta finalmente all'esibizione di Lady Gaga, che fa da sfondo sonoro al montaggio in rapida successione di immagini dei concerti e del rapporto tra i due, interrotte solo dai nomi dei due interpreti su sfondo nero. Il trailer finisce con il titolo del film, un paio di flash sulla produzione, e la scritta finale che ricorda la data di uscita del film nelle sale.

that of a friend, who says "You know man, even at the time I knew that you would do something, that it would have gone well for you. This is the first time I've been worried about you." (In passing, almost imperceptibly, we see his silhouette against the background of a therapeutic group.) Then she enters the scene and in a dialogue between the two we learn that she too has problems ("Basically everyone tells me the same, I like your voice but I don't like the way you look"), which he's quick to fix ("I think you're beautiful"). The writing "In October" appears on a black background, which highlights an important function of the trailer, namely the release date of the film. More stills from the film follow, emphasizing her hesitations and his encouragement ("You just have to trust me. That's all you have to do") - which finally leads to Lady Gaga's performance, which provides the soundtrack to the montage, in rapid succession, of images of the concerts and the relationship between the two, interrupted only by the names of the two performers on a black background. The trailer ends with the title of the film, a couple of flashes on the production, and the final words that remind us of the release date of the film in theatres.



Italiano

English

A star is born (di/by Bradley Cooper, USA 2018)

Il confronto tra le quattro versioni di *E' nata una stella* ci permette di identificare alcune caratteristiche dei trailer e della loro evoluzione nel tempo. In generale, nei trailer si punta ad evidenziare almeno uno dei tre elementi che di solito giocano un ruolo cruciale nel relativo film: la *storia*, il *genere cinematografico* di appartenenza e le *star*. In tutte e quattro le versioni l'elemento più evidente è la *presenza delle star* come elemento di richiamo, con una

The comparison between the four versions of A Star Is Born allows us to identify some characteristics of trailers and their evolution over time. In general, trailers aim to highlight at least one of the three elements that usually play a crucial role in the relevant film: the story, the film genre and the stars. In all four versions, the most evident element is the presence of the stars as an element of attraction, with a progressive importance over

progressiva importanza nel corso del tempo: già nella prima versione si puntava molto su due interpreti molto conosciuti, ma in quelle successive i film sembrano reggersi soprattutto sulle interpretazioni di Judy Garland, Barbra Streisand e Lady Gaga, nelle vesti anche, e soprattutto, di cantanti affermate. La *colonna sonora* risulta di conseguenza fondamentale, con le canzoni non soltanto a fare da sfondo ai trailer, ma anche a sorreggere la stessa *storia narrata*. Quest'ultima è, parallelamente, progressivamente ridotta a poche immagini, che fungono quasi da "collante" tra una canzone e l'altra: inoltre, la progressiva accelerazione del montaggio, ben visibile nel corso del tempo, riduce ulteriormente il peso della storia, che si limita ad accennare ad un rapporto di coppia molto contrastato e dal finale presumibilmente tragico: allo spettatore che non conosce o non ricorda la storia vengono forniti pochi indizi in merito. Anche il *genere cinematografico* viene identificato a metà strada tra il *musical* e il *dramma*, dove l'ambientazione nel mondo dello spettacolo non è soltanto un generico sfondo, ma costituisce, con le esibizioni degli attori/cantanti, parte integrante dello sviluppo della storia.

Formalmente, i quattro trailer ci forniscono anche alcune chiavi di lettura dell'evoluzione del trailer stesso: le scritte in sovrimpressioni, quasi assenti nel primo, diventano predominanti nel secondo, ma sono quasi assenti nei successivi, mentre la voce *off* maschile risulta un elemento costante, anche se è sempre meno "invasiva", e con una presenza più "discreta", specialmente nell'ultima versione. Questo corrisponde anche ad un cambiamento più vistoso, che riguarda l'*enfasi* con cui viene presentato il film: già presente nel 1937, raggiunge un picco di *iperbole* o esagerazione nel 1954, in cui l'invito a venire a vedere il film si fa martellante, con messaggi estremamente enfatici rivolti direttamente allo spettatore (venite a *vedere*, a *sentire*, a *emozionarvi* ...). Era il momento della massima tensione tra cinema e televisione, ed il primo cercava di differenziarsi il più possibile dalla seconda, con messaggi molto espliciti che ne sottolineavano i pregi esclusivi (tra cui le tecnologie come il *Technicolor* e il *Cinemascope*). Il modo di rivolgersi al pubblico, un pubblico, negli anni '50, quasi "aggredito" e percepito come

time: already in the first version there was a lot of focus on two well-known players, but in the later ones the films seem to rely above all on the interpretations of Judy Garland, Barbra Streisand and Lady Gaga, also and above all in their status as well-known singers. The soundtrack is consequently fundamental, with the songs not only serving as a backdrop to the trailers, but also supporting the story itself. The latter is, in parallel, progressively reduced to a few images, which act almost as a "glue" between one song and another: moreover, the progressive acceleration of the editing, clearly visible over time, further reduces the weight of the story, which simply at a very contrasted couple relationship and with a presumably tragic ending: the spectator who does not know or does not remember the story is given few clues about it. Even the cinematographic genre is identified halfway between musical and drama, where the setting in the world of entertainment is not only a generic background, but constitutes, with the performances of the actors/singers, an integral part of the development of the story.

Formally, the four trailers also provide us with some interpretations of the evolution of the trailer itself: the superimposed writing, almost absent in the first, becomes predominant in the second, but is almost absent in the subsequent ones, while the male voiceover is a constant element, even if it is less and less "invasive", and with a more "discreet" presence, especially in the latest version. This also corresponds to a more striking change, which concerns the emphasis with which the film is presented: already present in 1937, it reaches a peak of hyperbole or exaggeration in 1954, when the invitation to come and see the film becomes pounding, with extremely emphatic messages addressed directly to the viewer (come and see, hear, get excited ...). It was the moment of maximum tension between cinema and television, and the first tried to differentiate itself as much as possible from the second, with very explicit messages that underlined its exclusive merits (among which, technologies such as Technicolor and Cinemascope). The way of addressing the audience, an audience that was almost "attacked" in the 1950s and

facilmente influenzabile con opportuni messaggi "forti", cambia nei decenni successivi: già nel 1976, e ancor più nel 2018, è evidente l'abbandono della semplice enfasi retorica a favore di messaggi più bilanciati e "discreti", che puntano più direttamente ai "valori" effettivi che il film può offrire (e come abbiamo visto in questa serie di film, la presenza delle *star* in primo luogo).

perceived as easily influenced with appropriate "strong" messages, changed in the following decades: already in 1976, and even more so in 2018, simple rhetorical emphasis has been abandoned in favour of more balanced and "understated" messages, which point more directly to the actual "values" that the film can offer (and as we have seen in this series of films, the presence of the stars in the first place).

4. Gli aspetti strutturali e stilistico-comunicativi del trailer

4. The structural and stylistic-communicative aspects of trailers

4.1. Il trailer come "paratesto" multimediale

4.1. Trailers as multimodal "paratexts"

Il trailer viene spesso definito come "paratesto", intendendo per *paratesti*

The trailer is often referred to as a "paratext", meaning by paratexts

"quegli elementi testuali che emergono da e conferiscono significato a un testo (letterario) ma non sono considerati parte integrante del testo stesso, come tutto il materiale introduttivo, le presentazioni nella quarta di copertina, le pubblicità e le recensioni." (Nota 5)

"those textual elements that emerge from and impart significance to a (literary) text but aren't considered integral to the text itself, as all prefatory material, dust jacket blurbs, advertisements and reviews." (Note 5)

Così come la quarta di copertina di un libro o la busta di un vinile non sono parte effettiva del "testo" di riferimento, pur fornendo informazioni a volte anche molto importanti e interessanti sul testo stesso, anche il trailer fa parte, come abbiamo già in parte indicato, di una vasta tipologia di materiali, oggi disponibili in una varietà e quantità di formati dovuta al proliferare della multimedialità: dai manifesti alle locandine, dalle inserzioni pubblicitarie su giornali e riviste alle recensioni più o meno qualificate, dagli annunci radiofonici e televisivi alle interviste con registi e attori, dagli "spot" che compaiono sempre più frequentemente in DVD, Blu-Ray, sulle piattaforme di *streaming* e nei videogiochi, al *merchandising*, cioè ai prodotti identificati come portatori della "marca" del film, come poster, capi di vestiario, oggettistica varia, giocattoli, alimenti e bevande. Una particolare forma di paratesto è costituita dai cosiddetti "teaser" (dal verbo inglese *tease*, "stuzzicare"), brevi e brevissimi filmati, a volte assimilabili ai videoclip, che, rispetto alla durata media di un trailer, oggi oscillante tra i 2 e i 3 minuti, hanno

Just as the back cover of a book or the envelope of a vinyl record are not an effective part of the "text" of reference, even though they sometimes provide very important and interesting information on the text itself, the trailer too is part, as we have already mentioned, of a vast typology of materials, today available in a variety and quantity of formats due to the proliferation of multimedia: from posters to playbills, from advertisements in newspapers and magazines to more or less qualified reviews, from radio and television announcements to interviews with directors and actors, from the "commercials" that appear more and more frequently on DVDs, Blu-Rays, on streaming platforms and in video games, to merchandising, i.e. products identified as bearers of the film's "brand", such as posters, clothing, toys, food and drinks, etc.. A particular form of paratext is made up of the so-called "teasers", short and very short films, sometimes similar to video clips, which, compared to the average duration of a trailer, today oscillating between 2 and 3 minutes, have a much shorter duration (around 30-40 seconds), and which provide a selection of

una durata molto inferiore (attorno ai 30-40 secondi), e che forniscono una selezione di immagini e suoni del film di riferimento, con lo scopo di informare e/o ricordare al pubblico l'esistenza del film e promuoverne alcuni aspetti considerati come veramente essenziali (ad esempio, l'appartenenza ad una "saga", la presenza di una star, la dovizia di particolari effetti speciali, e così via).

E' chiaro che un paratesto intrattiene con il testo di riferimento dei rapporti molto stretti, ma di varia natura: come abbiamo già in parte visto, il trailer, ad esempio, si basa molto spesso (ma non sempre) sul relativo film, di cui utilizza immagini e suoni, ma non esclusivamente, nel senso che può giovare di altri materiali che non appartengono al film, come interventi di attori e registi, o informazioni sui premi vinti, o sul romanzo da cui il film è tratto, o sull'accoglienza di critica e di pubblico che ha già ricevuto. In definitiva, il trailer è un testo che non esisterebbe (né avrebbe ragione di esistere) senza il film di riferimento, ma al contempo non è semplicemente una forma abbreviata del film stesso, quanto una forma di testo (semi)autonomo, con caratteristiche peculiari, e che intrattiene, come vedremo, un rapporto complesso e variegato, spesso non diretto e immediato, col film che intende promuovere.

Ogni paratesto è oggi diventato parte di una *rete ipertestuale* che continuamente rimanda ad altri testi e paratesti, secondo una logica non più lineare ma associativa: ne facciamo esperienza ogni giorno, quando, dal titolo di un film passiamo velocemente ad un suo trailer, il quale ci rimanda magari ad una recensione, poi ad un blog o una chat su Internet, con le reti sociali (YouTube, Twitter, Instagram e via dicendo) che giocano un ruolo sempre più invadente e "invasivo". L'attività multimediale e interattiva in cui siamo immersi rende tutti questi prodotti e media molto transitori, nel senso che la nostra attenzione è sempre più limitata, e passiamo facilmente da un "nodo" di questa rete ad un altro, con l'ovvio rischio di perdere il senso e la direzione della "navigazione". Dal canto loro, tutte queste varietà di prodotti multimediali cercano di rispondere al diminuito tempo di attenzione dei fruitori e alla loro impazienza di

images and sounds of the reference film, with the aim of informing and/or reminding the audience of the existence of the film and promoting some of its aspects considered as truly essential (for example, belonging to a "saga", the presence of a star, the abundance of particular special effects, and so on).

It is clear that a paratext maintains very close relationships of various kinds with the reference text: the trailer, for example, is very often (but not always) based on the relative film, whose images and sounds it uses, but not exclusively, in the sense that it can take advantage of other materials that do not belong to the film, such as interventions by actors and directors, or information on the prizes won, or on the novel from which the film is based, or on the reception by critics and audiences.

Ultimately, the trailer is a text that would not exist (nor would it have any reason to exist) without the reference film, but at the same time it is not simply an abbreviated form of the film itself, but a form of (semi) autonomous text, with peculiar characteristics, and which maintains, as we will see, a complex and varied relationship, often not direct and immediate, with the film it intends to promote.

Each paratext has now become part of a hypertext network that continually refers to other texts and paratexts, according to a logic that is no longer linear but associative: we experience it every day, when, from the title of a film we quickly move to its trailer, which perhaps refers us to a review, then to a blog or an Internet chat, to social networks (YouTube, Twitter, Instagram and so on), thus playing an increasingly intrusive and "invasive" role. The multimedia and interactive activity in which we are immersed makes all these products and media very transient, in the sense that our attention is increasingly limited, and we easily pass from one "node" of this network to another, with the obvious risk of losing the sense and direction of our "navigation". For their part, all these varieties of multimedia products seek to respond to the diminished attention span of users and their eagerness to enjoy them quickly with increasingly rapid rhythms, ever shorter and therefore ever more

fuirne velocemente con ritmi sempre più rapidi, immagini e suoni sempre più brevi e quindi sempre più numerosi, grazie a tecniche di montaggio e di associazione che si sono evolute moltissimo negli ultimi decenni (per non parlare della presenza di algoritmi e di dispositivi di intelligenza artificiale che hanno un impatto decisivo, anche se spesso non percepito, sui contenuti trattati e sulle forme che questi contenuti assumono). Il trailer non fa eccezione, e condivide con molti altri paratesti ad esso in qualche modo associati tutte queste caratteristiche della comunicazione multimediale.

4.2. Il trailer è un riassunto del film?

E' forte la tentazione di ridurre, in modo superficiale, il trailer ad un *riassunto* o a una *sintesi* del film di riferimento. Entrambi questi termini hanno una loro ragion d'essere in questo caso, poichè, nella maggior parte dei casi, il trailer "lavora" soprattutto con i materiali originari del film stesso. Ma se intendiamo riferirci al trailer come un riassunto/sintesi, dobbiamo subito dire che abbiamo a che fare con una *tipologia* di riassunti, cioè di molteplici modi di realizzare *sintesi*. Non dimentichiamo inoltre che oggi i trailer sono spesso realizzati, per esigenze produttive e di promozione, con largo anticipo sulla versione definitiva del film e ancor più sulla distribuzione (nelle sale cinematografiche, sulle piattaforme di streaming, e così via), al punto che a volte i realizzatori del trailer non hanno ancora a disposizione tutto il film, e a volte ne dispongono solo di una parte, col risultato che nel trailer vengono inclusi immagini e suoni che magari non entreranno a far parte del film finito, o che sono stati realizzati appositamente ed esclusivamente per il trailer stesso. Il rapporto fra trailer e film, di per sè, come vedremo, piuttosto problematico, può così diventare ancora meno diretto e più "opaco" - cosa che ovviamente non viene percepita dalla maggioranza del pubblico, anche se, come abbiamo già accennato, oggi i fan incalliti delle saghe come *Guerre Stellari* o *Il signore degli anelli* possono essere estremamente attenti a come i trailer si rapportano ai film (sia precedenti che successivi), riuscendo ad analizzare i filmati video con tecnologie

numerous images and sounds, thanks to editing techniques that have evolved a lot in recent decades (not to mention the presence of algorithms and artificial intelligence devices that have a decisive impact, even if often not perceived, on the contents as well as on the forms that these contents take). The trailer is no exception, and shares all these characteristics of multimedia communication with many other paratexts in some way associated with it.

4.2. Is the trailer a summary of the film?

The temptation is strong to superficially reduce the trailer to a summary or synthesis of the reference film. Both of these terms have their own raison d'etre in this case, since, in most cases, the trailer "works" above all with the original materials of the film itself. But if we intend to refer to the trailer as a summary or synthesis, we must immediately say that we are dealing with a typology of summaries, that is, multiple ways of making a synthesis. Also, today trailers are often made, for production and promotional needs, well in advance of the final version of the film and even more of its distribution (in cinemas, on streaming platforms, and so on), to the point that sometimes the makers of the trailer do not yet have the whole film at their disposal, and sometimes only have a part of it, with the result that the trailer includes images and sounds that may not become part of the finished film, or that have been created specifically and exclusively for the trailer itself. The relationship between trailer and film is, in itself, as we shall see, rather problematic, and can thus become even less direct and more "opaque" - something which obviously is not perceived by the majority of the audience, even if, as we have already mentioned, today inveterate fans of sagas like Star Wars or The Lord of the Rings can be extremely attentive to how trailers relate to films (both previous and subsequent), being able to analyze video footage with sophisticated technologies that often reveal details that may be secondary but certainly important to the fans themselves.

Having said that, if the trailer has to create some sort of summary or synthesis of the film,

sofisticate che spesso rivelano dettagli magari secondari ma certamente importanti per i fan stessi.

Detto questo, se il trailer deve realizzare una qualche sorta di riassunto o sintesi del film, riuscendo a trasmettere un messaggio informativo e promozionale della durata di due o tre minuti rispetto alla ben superiore durata del film, è evidente che si pongono, come per ogni riassunto, dei problemi riguardo ai *criteri* di scelta dei materiali da includere (e quindi di eliminazione di quelli ritenuti non idonei) e ai criteri della loro *associazione* tramite un nuovo *montaggio*. E' in effetti il montaggio la chiave di analisi, di comprensione e di interpretazione del trailer, proprio perchè ciò che viene mostrato è il risultato di una complessa operazione di ri-assemblaggio, che può anche finire per allontanare il trailer dal film, o per manipolarne i contenuti in modo più o meno esplicito e più o meno percepibile dallo spettatore.

Occorre da subito riconoscere che il trailer ha un carattere, come si è detto, transitorio, provvisorio, temporaneo, nel senso che la sua funzione si esaurisce con la progressiva distribuzione capillare del film, fino al punto in cui, dopo essere stato utilizzato, e quindi visto, da un enorme numero di potenziali spettatori, e magari proposto e riproposto per settimane o mesi con i mezzi più svariati, viene dimenticato (lasciamo per il momento da parte i "collezionisti" di trailer, cioè i *fan* di cui abbiamo già parlato). Non solo, ma il rapporto trailer/film è complicato dal fatto che possono passare mesi tra la visione di un trailer e la visione del film, e, soprattutto, che dopo aver visto il film raramente si torna al trailer. Questo significa che lo spettatore, dopo aver visto il film, se ha un ricordo più o meno preciso del trailer può fare il confronto, ad esempio per stabilire quanto il trailer è stato "fedele" al film o quanto il film abbia soddisfatto le aspettative che esso aveva indotto - ma in molti casi questa operazione di confronto, che sarebbe essenziale per verificare la "bontà" del trailer e capire meglio la sua relazione con il film, non ha luogo perchè è il film ad essere oggetto di interpretazione e valutazione, ed il trailer, in quanto "semi-lavorato", sembra appartenere ormai al passato, sostituito completamente dal "prodotto finito". L'analisi del

managing to transmit an informative and promotional message lasting two or three minutes compared to the much longer duration of the film, it is clear that, as for any summary, there are problems regarding the criteria for choosing the materials to be included (and therefore for eliminating those deemed unsuitable) and the criteria for their association through a new montage. In fact, editing is the key to analysis, understanding and interpretation of the trailer, precisely because what is shown is the result of a complex re-assembly operations, which can even end up distancing the trailer from the film, or manipulating its contents in a more or less explicit and more or less perceptible way.

It should immediately be recognized that the trailer has a transitory, provisional, temporary character, as has been said, in the sense that its function ends with the progressive capillary distribution of the film, up to the point where, after being used, and therefore seen, by an enormous number of potential spectators, and perhaps offered for weeks or months with the most varied means, it is forgotten (leaving aside, for the moment, the "collectors" of trailers, i.e. the fans we have already talked about). Not only that, but the trailer/film relationship is complicated by the fact that months can pass between seeing a trailer and seeing the film, and, above all, that after seeing the film, one rarely returns to the trailer. This means that the viewer, after having seen the film, if he has a more or less precise memory of the trailer, can make the comparison, for example to establish how much the trailer was "faithful" to the film or how much the film met the expectations it had induced - but in many cases this comparison operation, which would be essential to verify the "reliability" of the trailer and better understand its relationship with the film, does not take place because it is the film that is the object of interpretation and evaluation, and the trailer, as a "semi-finished" product, now seems to belong to the past, completely replaced by the "finished product", i.e. the film itself. Analyzing the trailer before viewing the related film, followed by viewing the film itself, and then re-analyzing the trailer in light of the film just viewed, is an extremely

trailer prima di vedere il relativo film, seguita dalla visione del film stesso, e poi da una ri-analisi del trailer alla luce del film appena visto, è un'operazione estremamente significativa per valutare le caratteristiche e le funzioni del trailer, ma è un'operazione che di fatto viene condotta (e raramente) da studiosi del settore.

4.3. Trailer e storia del film di riferimento

Dire che il trailer può essere considerato una sintesi del film è solo un punto di partenza per esplorare i diversi modi in cui esso rielabora, tramite il montaggio, i materiali del film stesso, che, abbiamo visto, possono differire molto sia in termini di *quantità* che in termini di *qualità*. Dato che la maggior parte dei film è basata su una storia, diventa quindi essenziale stabilire se gli elementi di questa storia vengono utilizzati, in quale numero, e in quale ordine, tenendo sempre ben presente il già citato criterio-base, che è quello di *mostrare qualcosa* (poco o molto) senza *svelare tutto* (e in particolare il finale). In questi termini i trailer differiscono moltissimo tra loro: alcuni forniscono *sufficienti* elementi della storia (criterio della *quantità*) che hanno una *pregnanza significativa* per la comprensione della storia stessa (criterio della *qualità*) secondo l'ordine cronologico in cui compaiono nel film (criterio della *linearità*): in questi casi, lo spettatore può farsi un'idea abbastanza chiara della storia narrata dal film. Per contro, qualsiasi variazione in questi criteri dà origine a trailer che rendono più difficile l'interpretazione da parte dello spettatore - fino ad arrivare a trailer che volutamente non rispettano uno o più di questi criteri, rendendo di fatto impossibile fare previsioni sul tipo di storia narrata dal film. Ciò non significa che questi trailer non facciano un buon servizio al film che intendono promuovere, poichè possono contare, invece che sullo svelare una parte della storia, sul *tono* complessivo che caratterizza il film stesso. Non dimentichiamo, inoltre, che, se il trailer mostra un certo numero di immagini della storia facendo ricorso ai tratti tipici di un certo *genere cinematografico* (ad esempio, uno thriller o una commedia romantica), lo spettatore può contare sulla sua conoscenza delle convenzioni tipiche del genere per colmare lacune di comprensione.

significant step in evaluating the features and functions of the trailer, but it is an operation that is actually (and rarely) carried out by scholars in the sector.

4.3. The trailer and the film's story

To say that the trailer can be considered a synthesis of the film is only a starting point for exploring the different ways in which it reworks, through editing, the materials of the film itself, which, we have seen, can differ greatly both in terms of quantity and in terms of quality. Given that most films are based on a story, it therefore becomes essential to establish whether the elements of this story are used, in what number, and in what order, always bearing in mind the aforementioned basic criterion, which is to show something (a little or a lot) without revealing everything (and especially the ending). In these terms, trailers differ greatly from each other: some provide sufficient elements of the story (quantity criterion) which have a significant significance for understanding the story itself (quality criterion) according to the chronological order in which they appear in the film (criterion of linearity): in these cases, the viewer can get a fairly clear idea of the story told by the film. Conversely, any variation in these criteria gives rise to trailers that make it more difficult for the viewer to interpret the relevant film - all the way to trailers that deliberately fail to meet one or more of these criteria, making in fact impossible to make predictions about the type of story told by the film. This does not mean that these trailers do not do a good service to the film they intend to promote, as they can rely, instead of revealing a part of the story, on the overall tone that characterizes the film itself. Besides, if the trailer shows a certain number of images of the story using the typical features of a certain film genre (for example, a thriller or a romantic comedy), the viewer can count on her/his knowledge of the genre's typical conventions to fill gaps in understanding. Finally, if, as we have seen, the main interest of the film consists in the presence of one or more stars, or in reproducing a type of film which has become the "trademark" of a certain famous director, the actual story can

Infine, se, come abbiamo visto, l'interesse principale del film consiste nella presenza di una o più star, oppure nel riproporre un tipo di film che è diventato il "marchio di fabbrica" di un certo regista famoso, la storia può passare in secondo piano.

Consideriamo il peso di tutti questi fattori nei trailer di *L'ereditiera*. Il trailer italiano (si veda il Video qui sotto a sinistra) inizia secondo lo "stile" che abbiamo già visto all'opera nel caso della versione del 1954 di *E' nata una stella*, ossia le scritte in sovraimpressione che sbandierano i meriti del film ("Il film di cui tutto il mondo parla", "L'opera premiata con 5 Oscar") e la presenza di *star* ormai affermate, come Olivia De Havilland e Montgomery Clift (cui fa da sfondo il motivo musicale conduttore altrettanto famoso, "Plaisir d'amour"). Poi però ci vengono presentati i personaggi: una giovane ereditiera, Caterina, si innamora di un affascinante ragazzo, e diverse scene insistono su questo punto. Segue un'altra serie di scritte in sovrimpressioni ("L'ereditiera è uno dei pochi film che comprovano la validità del cinema sul piano dell'arte"). Segue una seconda serie di scene, che ci rivelano l'altro lato della storia: il padre della ragazza è convinto che il giovane pretendente miri solo al denaro - da cui la ribellione della ragazza, determinata a seguire il suo amore. Un'altra serie di scritte, questa volta dedicate al regista e ai suoi film più famosi, precede le ultime scene, in cui udiamo bussare alla porta e la voce del giovane gridare disperatamente: "Caterina! Caterina! Perché non apri?". Nel complesso, lasciando da parte i commenti esagerati tipici dell'epoca, lo spettatore può farsi un'idea abbastanza precisa della storia, e persino chiedersi se andrà a finire bene, viste le ultime immagini ... Dunque un trailer che, pur non rinunciando all'insistenza sulle star e sul regista, punta molto anche sulla narrazione.

Alcuni di questi aspetti sono ancora più evidenti nel trailer inglese (si veda il Video qui sotto a destra), che si chiede (e ci chiede) per ben tre volte la stessa domanda: "Che cosa rende un film veramente grande?". La tipica voce off maschile fornisce la prima risposta: "le star" - seguono infatti immagini di Olivia De Havilland che riceve un Oscar, poi di Montgomery Clift, di cui pure vengono ricordati i successi precedenti. (Qui il

become less important.

Let's consider the weight of all these factors in the trailers for The heiress. The Italian trailer (see the Video below left) begins in the "style" that we have already seen at work in the case of the 1954 version of A star is born, i.e. the superimposed words flaunting the merits of the film ("The film that all the world is talking about", "The work awarded 5 Oscars") and the presence of established stars, such as Olivia De Havilland and Montgomery Clift (highlighted by the equally famous musical theme, "Plaisir d'amour"). But then the characters are introduced: a young heiress, Caterina, falls in love with a charming boy, and several scenes insist on this point. Another series of superimposed words follows ("The heiress is one of the few films that proves the validity of cinema in terms of art"). A second series of scenes follows, which reveal the other side of the story: the girl's father is convinced that the young suitor is only after money - hence the girl's rebellion, determined to follow her love. Another series of words, this time dedicated to the director and to his most famous films, precedes the last scenes, in which we hear a knock on the door and the young man's voice desperately shouting: "Caterina! Caterina! Why don't you open the door?". Overall, leaving aside the exaggerated comments typical of the time, the viewer can get a fairly precise idea of the story, and even wonder if it will end well, given the last images ... So this is a trailer that, while not doing away with the insistence on the stars and the director, also focuses heavily on the story.

Some of these aspects are even more evident in the English trailer (see Video below right), which asks (and asks us) the same question three times: "What makes a film really great?". The typical male voice-over provides the first answer: "the stars" - with images of Olivia De Havilland receiving an Oscar, then of Montgomery Clift, whose previous successful films are also quoted. (Here the trailer "reveals", albeit almost unconsciously, an important theme of the plot, describing the young man as a "gold hunter".) After other names of notable stars, there follows the same

trailer "svela", sia pure quasi inconsciamente, un tema importante della trama, descrivendo il giovane come un "cacciatore di dote".) Dopo altri nomi di star di rilievo, segue la stessa domanda di cui sopra e la seconda risposta: "il regista" - vediamo dunque William Wyler, sul set, poi una serie di lodi per le sue qualità e la menzione dei due Oscar recentemente ricevuti. Di nuovo la domanda e la terza risposta: "la storia" - di cui ci vengono ricordate le origini: un'opera di Broadway a sua volta basata sul romanzo *Washington Square* di Henry James. Solo ora vengono fornite poche scarse informazioni sulla storia stessa: una giovane donna che supera tutte le convenzioni sociali per rimanere accanto all'uomo che ama, e le immagini ci mostrano infatti la determinazione della ragazza. Ancora una volta torna la domanda iniziale, ma solo per ribadire che "le star, il regista e la storia sono superbamente fusi in *L'ereditiera*", e il trailer termina reiterando i nomi delle star e del regista. Vediamo dunque che il trailer in lingua inglese punta quasi tutto sulle star e il regista, e la storia è appena accennata, certamente in modo insufficiente per permettere allo spettatore di farsene un'idea abbastanza precisa.

question and the second answer: "the director" - we thus see William Wyler, on the set, then a series of comments on his qualities and the mention of his two recent Oscars. The question is asked again and the third answer is: "the story" - whose origins we are reminded of: a Broadway play based on the novel Washington Square by Henry James. Only now is a little bit of information provided about the story itself: a young woman who overcomes all social conventions to stay close to the man she loves, and the images indeed show us the girl's determination. Again the original question returns, but only to reiterate that "the stars, the director and the story are superbly fused in The Heiress", and the trailer ends by reiterating the names of the stars and the director. So we see that the English-language trailer focuses almost entirely on the stars and the director, and the story is barely hinted at, certainly not enough to allow the viewer to get a fairly precise idea of it.



Italiano

English

L'ereditiera/The Heiress (di/by William Wyler, USA 1949)

A questi trailer "narrativi" (sia pure con livelli molto diversi quanto alla *quantità* e al *tipo* di informazioni sulla storia che essi forniscono) si contrappongono, in tempi più recenti, trailer che rinunciano, in tutto o in gran parte, agli elementi della narrazione. Celebri sono rimasti, ad esempio, i trailer di *Arancia meccanica*. In quello italiano (si veda il Video in basso a sinistra), sulle note iniziali della *Quinta Sinfonia* di Beethoven cominciano a scorrere immagini assortite, tutte accumulate dal fatto di essere estremamente violente. L'impatto visivo è eccezionale, anche perchè il montaggio frenetico associa anche

Such "narrative" trailers (albeit with very different levels in terms of the quantity and type of information on the story they provide) are contrasted, in more recent times, by trailers which forego, in whole or in large part, the elements of narration. Famous in this respect have been, and still are, the trailers for A Clockwork Orange. In the Italian one (see the Video below left), assorted images begin to flow on the initial notes of Beethoven's Fifth Symphony, all sharing the fact of being extremely violent. The visual impact is exceptional, also because the frenetic editing

immagini "da fumetto" altrettanto drammatiche. Poche frasi non aggiungono molto alla comprensione della storia, come "Il pensare è per gli stupidi, mentre i cervelluti si affidano all'ispirazione ... la musica mi venne in aiuto ...". E poi "Questo giovane è la prova vivente di questi diabolici sviluppi politici ... Esistono tradizioni di libertà da difendere, e in un paese la libertà è tutto ...". E' vero che predominano immagini e primi piani di un giovane, evidentemente il protagonista, ma sono sempre mescolate in modo frenetico e dirompente con immagini di violenza e di morte. Poche scritte velocissime su sfondi colorati, con il titolo del film, il regista e l'interprete principale (Malcolm McDowell), più la scritta "A monument of modern cinema" tratta dal quotidiano *The Independent*. E che dire della musica di Beethoven che fa da sottofondo? Un trailer spiazzante, che non solo non permette di costruire ipotesi di una storia, ma che mette insieme immagini e suoni che si contraddicono. Cosa rimane allo spettatore? Certo, il tema della violenza, e forse il tema della libertà individuale, e il tono generale delle atmosfere: ma quasi tutto è rimandato alla visione del film.

Sulla stessa linea, ma molto più dirompente, è il trailer in lingua inglese di *Arancia meccanica* (si veda il Video qui sotto a destra). Si tratta di una breve (1 minuto), ininterrotta sequenza di immagini di violenza montate freneticamente sul ritmo dell'Overture dal *Guglielmo Tell* di Rossini. La musica detta il ritmo, e, senza nessuna voce off, le immagini si alternano a singole parole che come dei flash si insinuano negli interstizi delle immagini: si tratta di aggettivi che vorrebbero definire il film, ma il risultato è ancora più spiazzante, poichè gli aggettivi sono di natura estremamente varia: "spiritoso, divertente, satirico, musicale, eccitante, bizzarro, politico, emozionante, spaventoso, metaforico, comico, sardonico" finché compare il titolo del film e il nome del regista: l'incedere incalzante della musica di Rossini coincide con un montaggio velocissimo di scene, mentre si ripetono gli aggettivi, con l'aggiunta di parole come "Beethoven ... Clockwork ... Orange ... From ... Warner Brothers ...". Cosa si potrebbe aspettare uno spettatore dopo aver visto questo trailer? Certamente di vedere un film fuori dal comune, probabilmente basato sulla violenza come *tema*

also combines equally dramatic "comic strip" images. A few sentences do not add much to the understanding of the story, such as "Thinking is for fools, while brains rely on inspiration ... music came to my aid ...". And then "This young man is living proof of these diabolical political developments ... There are traditions of freedom to defend, and in a country freedom is everything ...". It is true that images and close-ups of a young man predominate, evidently the protagonist, but they are always mixed in a frantic and disruptive way with images of violence and death. The very fast editing of words on coloured backgrounds follows, with the title of the film, the director and the main actor (Malcolm McDowell), plus "A monument of modern cinema" taken from the newspaper The Independent. And what about Beethoven's music in the background? An unsettling trailer, which not only does not allow you to build hypotheses of a story, but which brings together images and sounds that contradict each other. What remains for the viewer? Sure, the theme of violence, and perhaps the theme of individual freedom, and the general tone and atmosphere: but almost everything is postponed to the actual film.

Along the same lines, but much more disruptive, is the English-language trailer for A Clockwork Orange (see the Video below right). It is a short (1 minute), uninterrupted sequence of images of violence whipped frantically to the rhythm of Rossini's Guglielmo Tell Overture. Music dictates the rhythm, and, with no off-voices, the images alternate with single words like flashes creeping into the interstices of the images: these are adjectives that would like to define the film, but the result is even more unsettling, since the adjectives are of an extremely varied nature: "witty, amusing, satirical, musical, exciting, bizarre, political, exciting, frightening, metaphorical, comic, sardonic" until the title of the film and the name of the director appear: the pressing pace of Rossini's music coincides with a very fast montage of scenes, while adjectives are repeated, with the addition of words like "Beethoven ... Clockwork ... Orange ... From ... Warner Brothers ...". What could a viewer expect after watching this trailer? Certainly to

portante, con un *tono* generale irriverente ma anche pieno di contraddizioni, ma nulla che riguardi la *storia* narrata dal film stesso.

Naturalmente, l'opposizione tra questi due tipi estremi di trailer (quello "narrativo" di *L'ereditiera* e quello "antinarrativo" di *Arancia meccanica*) sottolinea due diversi modi di sfruttare l'elemento "storia", ma tra questi due estremi ci sono stati, e ci sono tuttora, trailer che si situano in posizioni intermedie, cioè che utilizzano gli elementi più decisamente *narrativi* e, insieme, gli elementi più chiaramente legati al *tono* generale, all'*atmosfera* del film e alle sue scelte estetiche e stilistiche, in modi diversi e a volte molto originali.

see a film out of the ordinary, probably based on violence as a main theme, with an irreverent general tone but also full of contradictions - nothing that concerns the story told by the film.

*Naturally, the opposition between these two extreme types of trailers (the "narrative" one of *The heiress* and the "anti-narrative" one of *A Clockwork Orange*) underscores two different ways of exploiting the "story" element, but between these two extremes there have been, and there still are, trailers in intermediate positions, i.e. that clearly use narrative elements and, at the same time, the elements most clearly linked to the general tone, the atmosphere of the film and its aesthetic and stylistic choices, in different and sometimes very original ways.*



Italiano

English

Arancia meccanica/A clockwork orange (di/by Stanley Kubrick, USA 1971)

4.4. *L'uso dei materiali diegetici: storia, genere, star*

Riepiloghiamo alcune delle caratteristiche ricorrenti dei trailer, che nella maggior parte dei casi, e nonostante l'evoluzione nel tempo che abbiamo già analizzato, si basano su un utilizzo più meno accentuato del materiale *diegetico*, ossia delle immagini e dei suoni appartenenti al film che il trailer intende promuovere. Questi materiali, come abbiamo già avuto occasione di illustrare, fanno riferimento a tre grandi categorie: il *genere* cinematografico (thriller, musical, action, commedia, ecc.), la *storia* narrata e la presenza delle *star*.

4.4. The use of diegetic materials: genre, story, stars

Let's summarize some of the recurring characteristics of trailers, which in most cases, and despite the evolution over time that we have already analysed, are based on a more or less accentuated use of diegetic material, i.e. the images and sounds belonging to the film that the trailer intends to promote. These materials, as we have already had the opportunity to illustrate, refer to three broad categories: the cinematographic genre (thriller, musical, action, comedy, etc.), the story and the presence of the stars.

4.4.1. *La forza del genere*

Il *genere* cinematografico condiziona certamente i contenuti e la struttura del trailer, poichè permette di introdurre facilmente elementi tipici, ben riconoscibili dagli spettatori, che permettono loro

4.4.1. The power of genre

The cinematographic genre certainly influences the contents and structure of the trailer, as it makes it possible to easily introduce typical elements, easily recognizable by viewers, which

di situare il nuovo film dentro una tradizione riconosciuta, pur introducendo elementi di novità (in un delicato equilibrio tra genere ben riconosciuto e novità necessarie ad evitare la noia). A questa miscela di elementi conosciuti con elementi nuovi si aggiunge spesso quella tendenza all'*iperbole*, o esagerazione, che ha caratterizzato per decenni i trailer del periodo classico, insieme al fatto di rivolgersi direttamente al pubblico, sia con scritte in sovrimpressioni che con la tradizionale voce maschile off, perchè "venga a vedere, a sentire, a partecipare ...", ribadendo così il legame non solo con il singolo film ma col cinema in generale, con la visione ripetuta nel tempo di tanti film. Ne vediamo un chiaro esempio in *Brigadoon* (si veda il Video qui sotto), rappresentante di quella stagione d'oro del musical hollywoodiano che ha visto come interpreti principali Fred Astaire e Gene Kelly. Il trailer inizia con la scritta a grandi caratteri di un giallo intenso "Finalmente sullo schermo ... il musical che ha resistito per un anno e mezzo a Broadway! Il grande spettacolo che ha vinto cinque grandi premi!", ribadendo così il legame tra teatro e cinema e sollecitando le pre-conoscenze degli spettatori - il tutto sullo sfondo di spettacolari coreografie al suono di accattivanti motivi musicali. Poi arriva l'invito esplicito: "Vedetelo ora! E' persino più grande sullo schermo ... in Cinemascope", introducendo la novità tecnologica di quegli anni. Segue la presentazione degli interpreti: l'"incomparabile" Gene Kelly, l'"irrefrenabile" Van Johnson, la "sensazionale" Cyd Charisse e ... "la nuova bellezza dello schermo Elaine Stewart". Arriva la voce off, che riprende le lodi di questo fantastico spettacolo e menziona che il film è il frutto delle stesse star, dello stesso regista e dello stesso produttore del grande successo "Un americano a Parigi", tessendo di nuovo il legame con film precedenti che sicuramente il pubblico conosce e ha apprezzato. Ma - cosa rara - a questo punto è una voce femminile a ricordarci che questo film racconta anche una grande storia ... un coraggioso americano in Scozia ... La voce femminile ora dialoga con una maschile:

- "Oh sì, e trova l'amore"
- "E due amori della sua vita - e fa una scelta"
- "Sarà la ragazza del villaggio di Brigadoon ..."
- "O la bellezza sofisticata delle notti di New York?"

allow them to place the new film within a recognized tradition, while introducing new elements (in a delicate balance between well-recognized genre and novelties necessary to avoid boredom). To this mixture of familiar elements with new elements is often added that tendency towards hyperbole, or exaggeration, which has characterized trailers of the classic period for decades, together with the fact of addressing the public directly, both with superimposed words and with the traditional male voice-off, to "come and see, hear, participate ...", thus reaffirming the link not only with the single film but with cinema in general, with repeated viewing of many films over time. We see a clear example of this in Brigadoon (see the Video below), a representative of that golden age of Hollywood musicals which saw Fred Astaire and Gene Kelly as main performers. The trailer begins with the bold yellow lettering "Finally on screen ... the musical that lasted a year and a half at Broadway! The great show that won five big prizes!" thus reaffirming the link between theatre and cinema and prompting the viewers previous knowledge -all against the backdrop of spectacular choreographies to the sound of captivating musical motifs. Then comes the explicit invitation: "See it now! It's even bigger on the screen ... in Cinemascope", introducing the technological novelty of those years. This is followed by the introduction of the performers: the "incomparable" Gene Kelly, the "irrepressible" Van Johnson, the "sensational" Cyd Charisse and ... "the new screen beauty Elaine Stewart". Here comes the voice-over, picking up the praise of this fantastic show and mentioning that the same stars, director and producer of the smash hit "An American in Paris", re-weaving the link with previous films that surely the audience knows and appreciates. But - a rather rare fact - at this point it is a female voice that reminds us that this film also tells a great story ... a brave American in Scotland ... The female voice now talks to a male one:

- "Oh yes, and he finds love"*
- "And the two loves of his life - and he makes a choice"*
- "Will she be the girl from the village of Brigadoon ..."*

La scritta riprende questo accenno di trama ma solo per ripetere le lodi del film: "Da New York alla Scozia ... avrete il più delizioso divertimento musicale dell'anno ... dieci entusiasmanti canzoni!" e inizia così una carrellata di scene accompagnate dai titoli delle relative canzoni. Ma non basta: sempre sullo sfondo delle mirabolanti coreografie, "E per un nuovo brivido musicale ... l'inseguimento", un momento drammatico con spari ... "Favolosi numeri produttivi! Compreso lo spettacolare 'raduno dei clan'". "Vedrete Gene Kelly e Cyd Charisse nell'eccitante danza del 'Risveglio dell'amore ... Vedrete tutto nell'eccitante magia dei colori di ANSCO! ... In Cinemascope - sarà come vederlo da un posto in prima fila! ... La stupenda, ricchissima sensazionale produzione della M-G-M!". Mentre viene ripetuto più volte il titolo del film, si accenna ancora alle novità tecnologiche, dalla fotografia a colori della società [ANSKO](#) al Cinemascope.

Si noti che, oltre all'*iperbole*, è presente in questo trailer un'altra caratteristica di questi trailer di film di genere (in questo caso il *musical*), ossia la *ripetizione*, a volte quasi ossessiva, di nomi, titoli, motivi visivi e uditivi, insieme alla continua sottolineatura dei *legami* che uniscono il film in questione con altre esperienze che si ritiene il pubblico abbia fatto nella sua frequentazione del cinema e del teatro.

- "*Or the sophisticated beauty from New York nights?*"
The wording picks up on this hint of the plot but only to repeat the film's praise: "From New York to Scotland ... you will have the most delicious musical entertainment of the year ... ten rousing songs!" and thus begins a succession of scenes accompanied by the titles of the relative songs. But that's not enough: always in the background of the amazing choreography, "And for a new musical thrill ... the chase", a dramatic moment with gunfire ... "Fabulous production numbers! Including the spectacular 'gathering of the clans'". "You will see Gene Kelly and Cyd Charisse in the exciting dance of 'Love Awakens' ... You will see it all in the exciting color magic of ANSCO! ... In Cinemascope - it will be like seeing it from a front row seat! ... The wonderful, very rich sensational production of M-G-M!". While the title of the film is repeated several times, the technological innovations are still mentioned, from the colour photography of the [ANSKO](#) company to Cinemascope.

Note that, in addition to the hyperbole, another characteristic of these trailers for genre films (in this case, musicals) is present in this trailer, namely the repetition, sometimes almost obsessive, of names, titles, visual and auditory motifs, together with the reference to what links the film in question with other experiences that the viewers are supposed to have had in cinemas and theatres.



Brigadoon (di/by Vincente Minnelli, USA 1954)

4.4.2. Storia, personaggi, contesti

Dei complessi rapporti tra il trailer e la storia narrata dal film di riferimento abbiamo già discusso, ma qui vogliamo sottolineare alcuni aspetti della *narrazione* che ricorrono con frequenza nei trailer di ogni tempo.

Un'importante funzione del film, e quindi del suo trailer, è certamente quella di permettere l'introduzione di *personaggi* che non solo facciano da traino alla storia, ma con cui lo spettatore possa empatizzare se non identificarsi. Il trailer può quindi concentrarsi in particolare sui protagonisti del film, la cui personalità è centrale per la storia narrata. Il trailer di *F.I.S.T.*, ad esempio (si veda il Video qui sotto), comincia proprio con la presentazione del vero personaggio (il leader di un sindacato di autotrasportatori impegnato a difendere gli interessi dei lavoratori ricorrendo persino alla mafia), accanto a tre immagini dell'attore (Sylvester Stallone) che lo interpreta. La voce off ne dà una descrizione introduttiva: "Si chiamava Johnny Kovac, era nato nell'Europa centrale, crebbe negli *slums* di Cleveland ... e imparò a lottare per la sua stessa sopravvivenza e per i lavoratori che amava". Si noti che queste note introduttive sono accompagnate da immagini fisse del film, quasi a sottolineare l'importanza del personaggio rispetto all'"azione". La voce off continua a narrare la vita del protagonista, dalle rivolte degli anni '30 alla fondazione di un sindacato che diventò un "F.I.S.T." (qui il gioco di parole è tra l'acronimo FIST, ossia "Federation of Inter-State Truckers", il nome fittizio del sindacato, e il termine *fist*, in inglese "pugno"). Seguono ancora immagini fisse del matrimonio di Johnny, della sua carriera, delle inchieste subite negli anni '60, con un sottofondo musicale enfatico che tende a presentarci un'immagine agiografica del personaggio: "F.I.S.T. è la sua vita ... una lotta per la giustizia, una lotta per togliere l'America ai ricchi e ai potenti e restituirla all'uomo comune". Solo a questo punto si citano le star: Stallone, il famoso regista Norman Jewison, e poi Rod Steiger, Melinda Dillon, Peter Boyle e Tony Lobianco - e, sullo sfondo dei "crediti" più importanti, il trailer non rinuncia ad un pizzico di iperbole: "F.I.S.T. - un'impresa cinematografica di cui si parlerà a lungo e che verrà ricordata negli anni a venire". In

4.4.2. Story, characters, contexts

We have already discussed the complex relationship between the trailer and the story told by the reference film, but here we want to underline some aspects of the narrative that frequently recur in trailers of all times.

An important function of the film, and therefore of its trailer, is certainly that of allowing the introduction of characters who not only drive the story forward, but with whom the viewer can empathize if not identify. The trailer can therefore focus particularly on the film's protagonists, whose personalities are central to the story being told. The trailer for F.I.S.T., for example (see the Video below), begins with the presentation of the real character (the leader of a union of truck drivers committed to defending the interests of the workers by even resorting to the mafia), alongside three images of the actor (Sylvester Stallone) who plays him. The off-voice gives an introductory description: "His name was Johnny Kovac, he was born in central Europe, grew up in the slums of Cleveland ... and learned to fight for his own survival and for the workers he loved". Note that these introductory notes are accompanied by still images from the film, as if to underline the importance of the character over the "action". The voice-over continues to narrate the life of the protagonist, from the riots of the 1930s to the founding of a union that became a "F.I.S.T." (here the play on words is between the acronym FIST, i.e. "Federation of Inter-State Truckers", the fictitious name of the union, and the English "fist"). Still images follow of Johnny's marriage, his career, the investigations he underwent in the 1960s, with an emphatic musical background that tends to present us with a hagiographic image of the character: "F.I.S.T. is his life ... a fight for justice, a struggle to take America away from the rich and powerful and return it to the common man." Only at this point are the stars mentioned: Stallone, the famous director Norman Jewison, and then Rod Steiger, Melinda Dillon, Peter Boyle and Tony Lobianco - and, against the background of the most important "credits", the trailer does not give up a pinch of hyperbole: "F.I.S.T. - a

contrasto con il montaggio frenetico cui siamo oggi abituati, questo trailer, basato solo su immagini fisse opportunamente "zoomate", sorprende per la sua pacata descrizione del personaggio, vero motore del film.

cinematic feat that will be talked about for a long time and remembered for years to come." In contrast to the frantic montage we are used to today, this trailer, based only on suitably "zoomed" still images, surprises for its calm description of the character, the real driving force of the film.



F.I.S.T. (di/by Norman Jewison, USA 1978)

La caratterizzazione può essere spinta ancora più avanti, al punto che i personaggi diventano quasi delle icone, che rimandano ad un genere cinematografico e nel contempo scolpiscono nella mente dello spettatore dei protagonisti-simbolo di vicende sempre uguali e tuttavia sempre diverse. E' il caso del trailer italiano di *Il buono, il brutto, il cattivo* (si veda il Video qui sotto a sinistra), che, col sottofondo della musica già di per sé molto connotata di Ennio Morricone, comincia con alcuni motivi grafici tipici del genere (western), subito seguiti dal nome del primo interprete (Clint Eastwood), cristallizzato in un'immagine fissa: "Il buono". Intervallate da alcuni spezzoni di scene, il cui audio alterna sparatorie a frasi "esemplari" dei protagonisti, compaiono poi i nomi degli altri due interpreti principali (Eli Wallach - "Il brutto" - e Lee Van Cleef - "Il cattivo"), poi, riprendendo i motivi grafici già visti, il titolo del film. Altri spezzoni commentati, poi la scritta "Regia - Sergio Leone" e infine la ripetizione del titolo. La storia non viene veramente spiegata, ma in questo caso sono le immagini tipiche ricorrenti del "mondo western", accompagnate da perentori e perfino sarcastici commenti dei personaggi, a costruire, forse, non una "storia particolare", quanto una "storia tipica" dell'universo dello spaghetti-western. In questo senso, il trailer è molto caratterizzato dal suo riferirsi ad un genere

The characterization can be pushed even further, to the point that the characters almost become icons, which refer to a cinematographic genre and at the same time give life to protagonists-symbols of events that are always the same and yet always different in the viewer's mind. This is the case with the Italian trailer of The Good, the Bad and the Ugly (see the Video below left), which, with the background music by well known composer Ennio Morricone, begins with some graphic motifs typical of the genre (western), immediately followed by the name of the first player (Clint Eastwood), crystallized in a fixed image: "The good guy". Interspersed with some fragments of scenes, whose audio alternates shootings with "exemplary" sentences from the protagonists, then the names of the other two main performers appear (Eli Wallach - "The Ugly" - and Lee Van Cleef - "The Bad"), followed by the title of the film which uses the graphic motifs we have already seen. More excerpts with commentary, then the words "Director - Sergio Leone", and finally the repetition of the title. The story is not really explained, but in this case it is the typical recurring images of the "western world", accompanied by peremptory and even sarcastic comments from the characters, which perhaps build not a "particular story", but rather a

preciso e già ben conosciuto.

E' interessante notare la differenza tra questo trailer ed il suo corrispettivo in lingua inglese (si veda il Video qui sotto a destra), dove la colonna sonora scandisce la presentazione dei personaggi, tutti associati subito ad un commento di una voce off che si limita a enumerare una serie di elementi: "The good ... the bad ... the ugly ..." (i generici nomi dei protagonisti); poi "The blue ... the grey ... the Civil War" (con scene di battaglia che introducono il tema della Guerra Civile Americana, con il contrasto tra le divise blu dei nordisti e quelle grigie dei sudisti); di nuovo, "The good ... the bad ... the ugly ..."; "The questions ... the answers ..." (con la scena di un interrogatorio e di due uomini che cadono da un treno in corsa); "The showdown ..." (il regolamento dei conti, con lo scavo di una fossa) "The reason ... the gold ..." (la ragione dietro gli eventi: il possesso dell'oro); e poi, nell'intensità della colonna sonora, una lunga scena del duello finale, con un velocissimo montaggio di sguardi e di pistole, e, con il sottofondo della sparatoria, le scritte che ricordano i nomi degli attori protagonisti, "un film di Sergio Leone", e il titolo del film. Anche in questo caso le immagini tratte dal film non permettono una precisa ricostruzione della storia, ma, più che nel trailer italiano, attraverso poche parole della voce off, ci indicano, oltre alla tipologia dei personaggi, il *contesto storico* e, con brevi accenni ad alcuni momenti di azione, la *motivazione* sottostante e il classico duello finale così tipico del genere western.

"typical story". of the spaghetti-western universe. In this sense, the trailer is characterized by its reference to a specific and already well-known genre.

It is interesting to note the difference between this trailer and its equivalent in English (see the Video below right), where the soundtrack punctuates the presentation of the characters, all immediately associated with a commentary by an off-voice which merely enumerates a series of elements: "The good ... the bad ... the ugly ..." (the generic names of the protagonists); then "The blue ... the gray ... the Civil War" (with battle scenes that introduce the theme of the American Civil War, with the contrast between the blue uniforms of the Northerners and the gray ones of the Southerners); again, "The good ... the bad ... the ugly ..."; "The questions ... the answers ..." (with an interrogation scene and two men falling from a moving train); "The showdown ..." (the settlement of accounts, with the digging of a grave) "The reason ... the gold ..." (the reason behind the events: the possession of gold); and then, with the intensifying soundtrack, a long scene of the final duel, with a very fast montage of glances and guns, and, with the background of the shooting, the words that recall the names of the protagonists, "a film by Sergio Leone", and the title of the film. In this case, too, the images taken from the film do not allow a precise reconstruction of the story, but, more than in the Italian trailer, through a few words spoken by the voice-over, they point, in addition to the typology of the characters, to the historical context and, with brief hints at some moments of action, the underlying motivation and the classic final showdown so typical of the western genre.



Italiano

English

Il buono, il brutto, il cattivo/*The good, the bad, and the ugly* (di/by Sergio Leone, Italia/Italy 1966)

Altrettanto interessante per illustrare come la storia può essere tratteggiata (se non proprio raccontata) dal trailer è il confronto tra tre diversi trailer relativi allo stesso film, *Cliffhanger*. Nel trailer italiano (si veda il Video qui sotto a sinistra), vengono mostrate alcune scene d'azione del film, ma, come nell'ultimo trailer discusso qui sopra, una voce off aggiunge un commento: "Il coraggio ... il pericolo ... la paura ..." - solo tre parole per suggerire non tanto il tema quanto il tono della vicenda e le sue connotazioni emotive più forti. Il trailer si conclude semplicemente con il nome del protagonista e il titolo del film, strettamente associati: "Stallone - Cliffhanger" - come dire, un nome, una garanzia.

Il primo trailer in lingua inglese (si veda il Video qui sotto a destra) parte con più o meno la stessa scena iniziale di quello italiano, ma questa volta le scene sono alternate, in un montaggio velocissimo, con scritte a lettere cubitali su sfondo nero: "HANG ... ON ... FOR ... THE ... ULTIMATE ... ADVENTURE", ossia "Aggrappatevi all'avventura definitiva" (sfruttando il titolo del film, che fa riferimento alla situazione in cui Stallone si troverà aggrappato ad una roccia) - ma è curioso come la colonna sonora di sottofondo sia la *Cavalcata delle Valchirie* di Wagner, che scandisce le mirabolanti imprese mostrate dalle immagini ... finché tornano le scritte: "HANG ON ... CLIFFHANGER ... STALLONE". Mancano i dialoghi, della storia veniamo a conoscere solo gli aspetti legati all'azione, e le poche parole sono quelle delle scritte, che, come nel trailer italiano, citano solo il titolo del film e l'interprete (sufficienti a creare aspettative sul tipo di vicenda che verrà narrata dal film), ma con in più un invito pressante allo spettatore a d "aggrapparsi" all'avventura, quasi per fargli assaporare

Equally interesting to illustrate how the story can be suggested (if not actually told) by the trailer is the comparison of three different trailers for the same film, Cliffhanger. In the Italian trailer (see the Video below left), some action scenes from the film are shown, but, as in the last trailer discussed above, an off-voice adds a comment: "The courage ... the danger ... fear ..." - just three words to suggest not so much the theme as the tone of the story and its strongest emotional connotations. The trailer ends simply with the name of the protagonist and the title of the film, closely associated: "Stallone - Cliffhanger" - a name, a guarantee.

The first trailer in English (see the Video below right) starts with more or less the same initial scene as the Italian one, but this time the scenes are alternated, in a very fast editing, with words in large letters on a black background: "HANG ... ON ... FOR ... THE ... ULTIMATE ... ADVENTURE" - but it is curious how the background soundtrack is Wagner's Cavalcade of the Valkyries, which punctuates the amazing feats shown by the images ... until the words return: "HANG ON ... CLIFFHANGER ... STALLONE". The dialogues are missing, we only get to know the aspects of the story linked to the action, and the few words, as in the Italian trailer, mention only the title of the film and the player (sufficient to create expectations on the story type that will be narrated by the film), but with the addition of a pressing invitation to the viewer to "cling" to the adventure, as if to make him personally savour the danger described in profusion by the images (and to convince him to come and see the film ..).

Even more spectacular is the alternative

personalmente il pericolo descritto a profusione dalle immagini (e per convincerlo a venire a vedere il film ...).

Ancora più spettacolare è il trailer alternativo in lingua inglese (si veda il terzo Video qui sotto), che consiste in un assemblaggio di scene senza nessun dialogo e nessuna voce off, ma con la solonna sonora tratta dal *Requiem* di Mozart, che, con un accostamento tanto azzardato quanto spiazzante, aggiunge un tono quasi di "sacra drammaticità" all'insieme ...

English-language trailer (see the third Video below), which consists of an montage of scenes with no dialogue and no voiceovers, but with the soundtrack taken from Mozart's Requiem, which, with a combination as risky as it is unsettling, adds an almost "sacred drama" tone to the whole ...



Italiano

English

Alternative English trailer

Cliffhanger (di/by Renny Harlin, USA 1993)

Suggerire il contesto della storia è particolarmente importante quando si tratta di film che fanno diretto riferimento ad avvenimenti storici, che debbono essere ricordati allo spettatore, e che di per sè costituiscono parte essenziale delle *motivazioni* che stanno dietro la storia narrata. Questi riferimenti possono essere scarni ma essenziali, e possono essere dati sotto varie forme. Il trailer di *1918 - I giorni del coraggio* (si veda il Video qui sotto), ci introduce subito nel mezzo di azioni di guerra, e delle scritte su fondo nero, alternate a brevi spezzoni di scene e di dialoghi, ci informano al riguardo e al contempo ci suggeriscono la chiave emotiva con cui avvicinarci a quanto vediamo e sentiamo: "The first world war" - "La prima guerra mondiale"; "Where courage was found" - "Dove si trovò il coraggio"; "Innocence was lost" - "Venne persa l'innocenza"; "Based on the award-winning play by R.C.Sherriff" - "Basato sul premiato lavoro teatrale di R.C.Sherriff". Il trailer ci fornisce quindi un giudizio dato al film: "Extremely powerful" - "Estremamente potente", prima di tornare a sottolineare la drammaticità della vicenda: "In the face of fear" - "Di fronte alla paura" ... "They found strength in each other" - "Trovarono la forza l'uno nell'altro", e poi ancora giudizi: "An absolute masterclass in screen acting

*Suggesting the context of the story is particularly important when dealing with films that make direct reference to historical events, which viewer must be reminded of, and which in themselves constitute an essential part of the motivations behind the story being told. These references can be sparse but essential, and can be given in various forms. The trailer for *Jouney's end* (see the Video below), immediately introduces us into the midst of war actions, and words on a black background, alternating with short clips of scenes and dialogues, inform us about it and at the same time suggest the emotional key with which to approach what we see and hear: "The first world war"; "Where courage was found" - "Innocence was lost" - "Based on the award-winning play by R.C.Sherriff". The trailer then praises the film: "Extremely powerful", before returning to underline the drama of the story: "In the face of fear" ... "They found strength in each other", following by more positive reviews: "An absolute masterclass in screen acting and direction" - "A genuinely moving and thoroughly affecting piece of filmmaking" - "Exceptional" - (slightly exaggerated accents which, as we can see, still appear in contemporary films) and finally the title of the*

and direction" - "Un assoluto capolavoro di recitazione e di regia", "A genuinely moving and thoroughly affecting piece of filmmaking" - "Un esempio di cinema di genuina emozione e di intenso coinvolgimento", "Exceptional" - "Eccezionale"(accenti un po' esagerati che, come si vede, compaiono ancora nei film contemporanei) e infine il titolo del film, l'elenco degli attori principali, e le note di produzione.

film, the list of main actors, and production notes.



1918 - I giorni del coraggio/*Journey's end* (di/by Saul Dibb, GB 2017)

4.4.3. *La presenza delle star*

Abbiamo visto che, anche quando viene data preminenza alla storia narrata dal film e/o al genere cinematografico di appartenenza, se è appena possibile il trailer ricorda anche la presenza delle star, un elemento troppo importante per essere tralasciato, e spesso, anzi, l'elemento considerato trainante per l'intero film (abbiamo appena visto il nome di "Stallone" fagocitare quasi storia e genere, tanto è forte l'attrattiva della star). Tuttavia, questo rapporto, basato sulla presenza delle star, che il trailer può instaurare tra il film e il pubblico, è piuttosto complesso e non è esente da contraddizioni:

"Come la retorica del genere e della storia, la retorica della celebrità all'interno dei trailer si fonda su una contraddizione fondamentale. Qui, la contraddizione è la necessità di avvicinare le star al pubblico in modo che sembrino reali e accessibili all'identificazione del pubblico stesso (accrescendo il desiderio del pubblico di essere la star), e viceversa la necessità di mantenere le star magicamente e miticamente lontane dalla vita quotidiana del pubblico per perpetuare il loro fascino e la loro "aura" (aumentando il desiderio del pubblico di desiderare la star). In trailer specifici, questo si esprime in vari modi e con intensità diverse, ma generalmente le star

4.4.3. The presence of stars

We have seen that, even when prominence is given to the story narrated by the film and/or to the film genre to which it belongs, the trailer often also recalls the presence of the stars, an element too important to be overlooked, and often, indeed, the element considered a driving force for the entire film (we have just seen the name of "Stallone" almost a trademark for story and genre, the attraction of the star being so strong). However, this relationship, based on the presence of the stars, which the trailer can establish between the film and the audience, is quite complex and not free from contradictions:

"Like the rhetorics of genre and story, the rhetoric of stardom within trailers is founded on a core contradiction. Here, the contradiction is the need to bring stars closer to audiences so that they seem real and accessible for audience identification (enhancing audience desire to be the star), and conversely the need to keep stars magically and mythically distant from audiences' everyday lives in order to perpetuate their allure and aura (enhancing audience desire to desire the star). In specific trailers, this plays out in various ways and with varying intensities, but generally, stars are promoted either as desirable or as accessible for audiences

vengono promosse o come desiderabili o come accessibili perchè il pubblico possa identificarsi con loro (o entrambe le cose)." (Nota 6)

Questa presenza delle star è percepita dagli spettatori come importante e significativa *di per sè*, a prescindere dal ruolo che gioca nel film in questione, in quanto la sua immagine è radicata nella mente degli spettatori grazie ai precedenti film in cui è apparsa, e quindi alle pre-conoscenze che gli spettatori portano con sè quando guardano un trailer (o un film). Specialmente nel periodo "classico" di Hollywood, la star poteva anche "scendere dal piedestallo", rivolgersi direttamente agli spettatori, invitarli a seguirla "dietro le quinte" della lavorazione del film, riducendo così la tradizionale distanza che separa star e pubblico. Nel trailer di *Magnifica ossessione*, ad esempio (si veda il Video qui sotto), dopo la solita presentazione iperbolica del film ("Un capolavoro acclamato da milioni", "Superbo nel Technicolor"), la protagonista, Jane Wyman, dopo averci salutato, come per prendere confidenza con noi, prende da uno scaffale il volume "Magnifica ossessione" (da cui il film è tratto) e si dice così eccitata e grata dall'apparire nel film che sente la necessità di dirci qualcosa su quella che è "la più drammatica, la più ispirata" storia d'amore portata sullo schermo. Segue così un insolito racconto dei momenti principali della trama, la storia tra Bob, un uomo viziato ed egoista, ed Helen, la cui vita lui ha rovinato causando la morte del marito. Assistiamo ad un confronto diretto tra i due protagonisti (la Wyman e Rock Hudson), poi il racconto riprende: doveva essere l'uomo che lei più doveva odiare, e invece da questo incontro è nato l'amore. Arriva a questo punto la tradizionale voce off, che ci ricorda i nomi degli attori e le straordinarie *performance* che offrono in questo film, insieme ai comprimari. Il trailer termina con frasi ad effetto, riprese dal titolo: "Magnifico in tutto ciò che rende un film meraviglioso ... Magnifico nella tensione emotiva che susciterà in voi" ...

to identify with (or both)." (Note 6)

This presence of the stars is perceived by the viewers as important and significant in itself, regardless of the role they play in the film in question, as their image is ingrained in the mind of viewers thanks to the previous films in which they have appeared, and therefore to the previous knowledge viewers bring to the vision when they watch a trailer (or movie). Especially in the Hollywood "classical" period the star could also "get off the pedestal", address the spectators directly, invite them to follow her/him "behind the scenes", thus reducing the traditional distance that separates star and audience. In the trailer for Magnificent Obsession, for example (see the Video below), after the usual hyperbolic presentation of the film ("A masterpiece acclaimed by millions", "Superb in Technicolor"), the protagonist, Jane Wyman, after greeting us, as if to gain confidence with the audience, takes the volume "Magnificent obsession" (on which the film is based) off a shelf and says she is so excited and grateful to appear in the film that she feels the need to tell us something about what "the most dramatic, most inspired" love story brought to the screen. Then follows an unusual account of the main moments of the plot, the story between Bob, a spoiled and selfish man, and Helen, whose life he ruined by causing the death of her husband. We witness a direct confrontation between the two protagonists (Wyman and Rock Hudson), then the story resumes: he was supposed to be the man she would hate the most, and instead love was born from this meeting. At this point comes the traditional voice-over, which reminds us of the names of the actors and the extraordinary performances they offer in this film, together with the supporting actors. The trailer ends with catchphrases, taken from the title: "Magnificent in everything that makes a film wonderful ... Magnificent in the emotional tension it will arouse in you" ...



Magnifica ossessione/*Magnificent obsession* (di/by Douglas Sirk, USA 1954)

Il rapporto che lega star e pubblico può essere ancora più esplicitamente evidenziato, con il trailer che si rivolge direttamente agli spettatori, coinvolgendoli di persona, come in *Night after night* (si veda il Video qui sotto), dove vengono ricordati e illustrati i film precedenti della star: "VOI! Voi lo avete scoperto in "Scarface", voi ne avete parlato in "Dancers in the dark", voi l'avete applaudito in "The sporting widow" - VOI! Voi avevate ragione ... Voi, i creatori delle star ... lo avete fatto diventare una star!" - solo a questo punto compare il nome dell'attore, George Raft, con gli attributi che lo caratterizzano: "Un vero uomo ... L'amante di una donna ... in "Night after night"". Alcune brevi dissolvenze incrociate ci presentano la star, poi tornano le descrizioni altisonanti, intervallate dai nomi degli altri attori: "Un uomo e la sua donna - ma quale uomo - George Raft - e quali donne - Constance Cummings - Wynne Gibson - Mae West - Alison Skipworth". Alcune scene tratte dal film ci presentano i contrasti tra queste donne e il rapporto tumultuoso che l'uomo, determinato ed arrogante, ha con loro. Poi le scritte tornano a rivolgersi agli spettatori, sollecitando la loro partecipazione: "Fate battere il vostro polso ... eccitare il vostro cuore ... passate momenti emozionanti con le più vivaci ... le più drammatiche persone che abbiate mai incontrato ...", poi, a lettere cubitali su sfondo nero: "VIVETE ... AMATE ... RIDETE con loro" (parole che in inglese suonano come allitterazioni: "LIVE - LOVE - LAUGH"). Questo trailer è dunque molto più di un veicolo promozionale per un singolo film: è anche un invito agli spettatori ad entrare nel film e nel mondo di Hollywood, perchè essi sono i creatori delle star, e quindi hanno con loro un rapporto privilegiato; ed è nel contempo una riaffermazione che andando al cinema, ricordando i film, rivivendoli con le loro

The relationship between the stars and the audience can be even more explicitly highlighted, with the trailer directly addressing to the viewers, involving them personally, as in Night after night (see the Video below), where the the star's previous films are recalled: "YOU! You discovered him in "Scarface", you talked about him in "Dancers in the dark", you applauded him in "The sporting widow" - YOU! You were right ... You, the star makers...you made him a star!" - only at this point does the actor's name appear, George Raft, with the attributes that characterize him: "A real man ... A woman's lover ... in "Night after night". A few short crossfades introduce us to the star, then the high-sounding descriptions return, interspersed with the names of the other actors: "A man and his woman - but what a man - George Raft - and what women -Constance Cummings-Wynne Gibson-Mae West -Alison Skipworth". Some scenes from the film show us the contrasts between these women and the tumultuous relationship that the man, determined and arrogant, has with them. Then the words turn back to the viewers, urging their participation: "Make your pulse beat ... excite your heart ... spend exciting moments with the liveliest ... most dramatic people you have ever met ...", then, in large letters on a black background: "LIVE ... LOVE ... LAUGH with them" (words that sound like alliteration: "LIVE - LOVE - LAUGH"). This trailer is therefore much more than a promotional vehicle for a single film: it is also an invitation to viewers to enter the films and the world of Hollywood, because they are the creators of the stars, and therefore have a privileged relationship with them; and it is at the same time a reaffirmation that by going to the cinema, remembering the films, reliving them

star più amate, essi partecipano di fatto al mondo dorato che risulta così, contraddittoriamente, da un lato irraggiungibile, ma dall'altro alla portata di tutti.

with their most beloved stars, viewers actually participate in the golden world which thus appears, on the one hand unattainable, but on the other hand within everyone's reach.



Night after night (di/by Archie Mayo, USA 1932)

4.5. *Le alternative all'uso dei materiali diegetici*

Seppure pur raramente, i trailer possono rinunciare, almeno in parte, all'uso di materiali diegetici, cioè che fanno parte del relativo film, ed inserire al loro interno altri tipi di materiali. Abbiamo visto, ad esempio, come tra le informazioni sul film che il trailer può offrire compaiono, sia scanditi dalla voce off, sia tramite scritte (due modalità ancora oggi molto comuni), le menzioni dei premi vinti dal film, brevi spezzoni di recensioni (naturalmente positive), e persino le cifre guadagnate dal film al botteghino - oltre ad altri tipi di informazioni come l'uso di particolari tecnologie e, a volte, come abbiamo appena visto per *Magnifica ossessione*, degli interventi diretti di attori e registi che abbandonano per il momento il loro ruolo ufficiale ed abituale per farsi diretti presentatori del loro film.

Ma non è raro che i trailer includano anche scene scartate dalla versione "definitiva" del film di riferimento, oppure sequenze realizzate apposta per il trailer. Quest'ultimo caso può essere dovuto ad una scelta particolare della produzione, per esempio per aggiungere nuovi motivi di interesse, anche se "ingannare", in un certo senso, lo spettatore, mostrandogli cose che poi non vedrà nel film, può essere molto rischioso e

4.5. Alternatives to the use of diegetic materials

*Although rarely, the trailers can give up, at least in part, the use of diegetic materials, i.e. images and sounds from the related film, and insert other types of materials within their structure. We have seen, for example, that as part of the information on the film that the trailer can offer, there can be mentions of the awards won by the film, short pieces of positive reviews, and even the figures earned by the film at the box office - as well as other types of information such as the use of particular technologies and, at times, as we have just seen for *Magnificent Obsession*, direct interventions by actors and directors who abandon their official and usual role to take an explicit part in the presentation of their film.*

But it is not uncommon for trailers to also include discarded scenes from the "final" version of the relevant film, or sequences made especially for the trailer. The latter case can be due to a particular choice of the production, for example to add new motifs of interest, even if, in a certain sense, "deceptive" for the viewers, by showing them things that they will not see in the film - although this can be very risky and counterproductive. But there are also other reasons, including the increasingly frequent

controproducente. Ma ci sono anche altre ragioni, tra cui il fatto, sempre più frequente, che il trailer viene prodotto con largo anticipo sulla fine della lavorazione del film e quindi sull'approntamento della versione "per le sale" (o "per lo streaming").

Uno dei trailer prodotti per *Terminator 2: Il giorno del giudizio* (si veda il Video qui sotto a sinistra), ad esempio, mostra, con abbondanza di effetti speciali, come vengono prodotti i "Terminator" in una fabbrica - sequenze che poi non sono mai comparse nel film (e negli altri relativi trailer). Un altro caso che viene spesso ricordato è quello di *Spiderman 2* (si veda il Video qui sotto a destra), in cui viene mostrata un'elaboratissima scena di una rapina in banca, seguita dalla fuga in elicottero da parte dei rapinatori, che però vengono "intrappolati" in una rete sospesa tra le due Torri Gemelle del World Trade Center di New York. Dopo la catastrofe dell'11 settembre 2001, questo trailer venne ovviamente ritirato dalla distribuzione.

fact that the trailer is produced well ahead of the end of the film's production and therefore before the "final cut" for theatres (or for streaming).

One of the trailers produced for Terminator 2: Judgment Day (see the Video below left), for example, shows, with plenty of special effects, how a "Terminator" is produced in a factory - sequences which never appear in the film (and in the other related trailers). Another case that is often remembered is that of Spiderman 2 (see the Video below right), in which a highly elaborate scene of a bank robbery is shown, followed by the robbers fleeing by helicopter but "trapped" in a suspended net between the two Twin Towers of the World Trade Center in New York. After the catastrophe of September 11, 2001, this trailer was obviously withdrawn from distribution.



Terminator 2 - Il giorno del giudizio/*Terminator 2: Judgment day* (di/by James Cameron, USA 1991)



Spider-Man 2 (di/by Sam Raimi, USA 2004)

4.6. La stagione dei trailer "autoriali"

In un'altra prospettiva si pongono invece quei trailer che, specialmente verso la fine dell'"età d'oro" di Hollywood, ma anche oltre ed altrove, sono stati realizzati direttamente dai registi dei film. Questo fenomeno è strettamente legato all'imporsi del ruolo e dello *status* di "autore" per il regista, che, specialmente con l'affermarsi delle "nuove onde" europee e poi con la stessa New Hollywood a partire dagli anni '60 del secolo scorso, hanno cambiato, a volte in modo clamoroso, la posizione del regista all'interno del processo produttivo. Questi registi, riconosciuti come "autori" non solo per le loro originali e personali scelte estetiche, ma anche per il fatto di aver prodotto un *corpus* significativo di opere,

4.6. The season of "author" trailers

On the other hand, there were trailers which, especially towards the end of Hollywood's "golden age", but also beyond and elsewhere, were made directly by film directors. This phenomenon is closely linked to the establishing of the role and status of "author" for directors, who, especially with the emergence of the European "new waves" and then with New Hollywood itself starting from the 1960s, have changed, sometimes in a sensational way, their position within the production process. These directors, recognized as "authors" not only for their original and personal aesthetic choices, but also for producing a significant body of work, were

non erano però mancati anche nei momenti del cinema classico hollywoodiano.

however present even in classical Hollywood cinema.

4.6.1. Orson Welles

Famosissimo rimane il caso del trailer di *Quarto potere* (si veda il Video qui sotto), che, al pari del relativo film, mostra tutta l'originalità creativa del suo autore, Orson Welles. Il trailer, dopo l'apparizione del logo della casa produttrice (la RKO), porta gli spettatori direttamente dietro le quinte della lavorazione del film: vediamo prima un cartello "SOUND STAGE", ossia un set insonorizzato per riprese in presa diretta, "Give me a light" ("Datemi una luce!) e l'immagine di un microfono che si porta in primo piano. Sentiamo la voce di Welles che, dopo aver salutato il pubblico, dice di parlare dal Mercury Theater e di voler presentare il film che verrà proiettato prossimamente su questo schermo, *Citizen Kane* (*Quarto Potere*), a cominciare dalle "ragazze del coro" che però, ironicamente, Welles ammette che vengono mostrate solo per attirare l'attenzione ... ma si passa subito ai veri attori del Mercury. "Una luce su Joe ... Joseph Cotten ... dai, Joe, sorridi ... Ruth Warrick, che sono sicuro vi piacerà ... guarda verso la cinepresa, Ruth ... e poi qualcuno che non c'è bisogno che vi dica che è meraviglioso, Ray Collins ... Dorothy Comingore, un nome che non ripeterò perchè sarete voi a ripeterlo ... e poi George Coulouris, un grande attore ... occhio ... arriva Everett Sloane ... ed ecco una delle migliori attrici del mondo, Agnes Moorehead ... ma anche Erskine Sanford e Paul Stewart". Poi Welles passa a parlare della storia del film, centrata su Charles Foster Kane ... "Non so cosa dirvi perchè ci sono così tante cose da dire ... allora dò voce ai personaggi del film ...". E qui comincia una carrellata di personaggi che descrivono Kane da diversi punti di vista, tutti molto connotati, dall'odio all'ammirazione. Poi torna la voce di Welles: "Non so cosa pensiate di Kane, ... Kane è un eroe e una canaglia, un uomo di nessun conto e un brav'uomo, un grande amante, un grande cittadino americano ... e uno sporco cane. Dipende da chi ne sta parlando. Qual è la verità riguardo a Charles Foster Kane? Vorrei che veniste a vedere il film e che decidiate voi stessi". E mentre il microfono si allontana dal

4.6.1. Orson Welles

The trailer for Citizen Kane (see the video below) is a well-known case - showing, like the related film, all the creative originality of its author, Orson Welles. The trailer, after the appearance of the logo of the producer (RKO), takes the viewers directly behind the scenes of the making of the film: first we see a "SOUND STAGE" sign, i.e. a soundproof set for live shooting, "Give me a light" and a microphone moves to the foreground. We hear Welles's voice, who, after greeting the audience, says he is speaking from the Mercury Theater and wants to present the film soon to be shown on this screen, Citizen Kane, starting with the "girls in the choir" who, however, ironically Welles admits are only shown to attract attention ... but we immediately move on to the real Mercury actors: "A light on Joe ... Joseph Cotten ... come on, Joe, smile ... Ruth Warrick, who I'm sure you'll like ... look into the camera, Ruth ... and then someone I need't to tell you how wonderful he is, Ray Collins ... Dorothy Comingore, a name that I will not repeat because you will repeat it ... and then George Coulouris, a great actor ... watch out ... for Everett Sloane ... and here is one of the best actresses in the world, Agnes Moorehead ... but also Erskine Sanford and Paul Stewart". Then Welles goes on to talk about the story of the film, centred on Charles Foster Kane ... "I don't know what to tell you because there are so many things to say ... so I let the characters speak ...". And here begins a roundup of characters who describe Kane from different points of view, from hatred to admiration. Then Welles's voice comes back: "I don't know what you think of Kane ... Kane is a hero and a villain, a man of no account and a good man, a great lover, a great American citizen ... and a dirty dog. Depends who's talking about him. What's the truth about Charles Foster Kane? I'd like you to come see the film and decide for yourself." And while the microphone moves away from the foreground on the notes of a cheerful march, there appear the title of the film and the name of its director. This innovative

primo piano sulle note di un'allegra marcia, compaiono il titolo del film e il suo regista. Questo innovativo trailer, tutto centrato sulla presenza magnetica della voce di Welles, appare tanto più rivoluzionario quando lo si mette a confronto con i tipici trailer del periodo, di cui abbiamo già fornito alcuni esempi. Non è da sottovalutare anche il concetto di "pubblico" che sta dietro questo trailer: non una massa passiva di persone da "sedurre" con commenti iperbolici, ma spettatori attivi e intelligenti da convincere con argomenti adeguati. Questa diversa concezione e considerazione del pubblico sarà, come vedremo, una costante dei trailer "creativi" realizzati da questi "registi-autori", a partire da Hitchcock.

trailer, entirely centred on the magnetic presence of Welles's voice, appears all the more revolutionary when compared with the typical trailers of the period, of which we have already provided some examples. The concept of "audience" behind this trailer should also not be underestimated: not a passive mass of people to be "seduced" with hyperbolic comments, but active and intelligent spectators to be convinced with suitable arguments. This different conception and consideration of the audience will, as we shall see, be a constant in the "creative" trailers made by these "directors-authors", starting with Hitchcock.



Quarto potere/*Citizen Kane* (di/by Orson Welles, USA 1941)

4.6.2. Alfred Hitchcock

Sin dai suoi primi film, Hitchcock ha sempre tenuto molto ai relativi trailer, fino al punto di "crearli" personalmente con la stessa accuratezza e perfezione dei film. Già in *Sabotatori* (si veda il Video qui sotto a sinistra), pur pagando il debito alle solite scritte un po' magniloquenti, Hitchcock "scardina" la struttura del trailer tradizionale, facendo presentare il film da uno dei suoi interpreti, inaugurando così una modalità che verrà ripresa spesso in seguito (ad esempio, nel trailer di *Magnifica Ossessione* già analizzato). La voce dell'attore (Robert Cummings) ci introduce così in prima persona alla sua disavventura, intervallando scene dal film con il racconto delle sue emozioni da persona in fuga che non può fidarsi di nessuno. L'attore così "si sdoppia", comparando nelle scene del film ma allo stesso tempo funzionando da commentatore quasi "esterno".

In *Nodo alla gola* (si veda il Video qui sotto a destra), Hitchcock, per la prima ma non per

4.6.2. Alfred Hitchcock

Ever since his first films, Hitchcock has always cared a lot about their trailers, to the point of personally "creating" them with the same accuracy and perfection as the films. Already in Saboteur (see the Video below left), while paying the debt to the usual somewhat magniloquent wordings, Hitchcock "undermines" the structure of the traditional trailer, asking one of the actors to present the film, thus inaugurating a mode of presentation which will often be used later (for example, in the trailer of Magnificent Obsession we have already analyzed). The actor's voice (Robert Cummings) thus introduces us to his misadventure, interspersing scenes from the film with the account of his emotions as a person on the run who can't trust anyone. Thus the actor "doubles up", appearing in the scenes of the film but at the same time functioning as an almost "external" commentator.

In *Rope* (see the Video below right), Hitchcock,

l'ultima volta, inizia il trailer con una sequenza che *non* verrà mostrata nel film. Dopo la scritta "New York, un pomeriggio di primavera", ci mostra due giovani seduti su una panchina, che parlano con trepidazione del loro matrimonio imminente, finchè lui se ne va, dandole appuntamento ad una festa per la sera stessa. E una voce ci avvisa: "Questa è l'ultima volta che lo vide vivo", gettando un'ombra oscura su questa scena quasi idilliaca. Ma a questo punto vediamo uno dei protagonisti del film, James Stewart, e capiamo che la voce era la sua. E aggiunge: "Questa è l'ultima volta che voi lo avete visto vivo. E quello che accadde a David cambiò la mia vita completamente, insieme a quella di altre sette persone." E Stewart ci presenta queste persone: Janet (la giovane del parco), il padre del ragazzo, sua zia, il suo miglior amico, la governante, e i due che furono responsabili di tutto. Un urlo, poi l'immagine di James Stewart (la star del film), il titolo del film e il regista, e poi alcune scene che ci mostrano i due "responsabili" alle prese con le loro reazioni emotive, con in primo piano delle pile di libri e poi una corda (elementi che saranno essenziali nel film). Poche schegge della trama, ma piene della suspense che inevitabilmente si trasforma in curiosità per lo spettatore.

for the first but not the last time, opens the trailer with a sequence that will not be shown in the film. After the words "New York, a spring afternoon", he shows us two young people sitting on a bench, talking with trepidation about their imminent marriage, until he leaves, making an appointment for her at a party for the same evening. And a voice warns us: "This is the last time she saw him alive", casting a dark shadow over this almost idyllic scene. But at this point we see one of the protagonists of the film, James Stewart, and we understand that the voice was his. And he adds: "This is the last time you saw him alive. And what happened to David changed my life completely, along with that of seven other people." And Stewart introduces us to these people: Janet (the girl in the park), the boy's father, his aunt, his best friend, the housekeeper, and the two boys who were responsible for it all. There follows a scream, then the image of James Stewart (the star of the film), the title of the film and the name of the director, and then some scenes that show us the two boys grappling with their emotional reactions, with close-ups of stacks of books and then a rope (elements that will be essential in the film). Just a few hints at the plot, but full of suspense that inevitably turns into curiosity for the viewer.



Sabotatori/Saboteur (USA 1942)



Nodo alla gola/Rope (USA 1948)

Anche il trailer di *L'uomo che sapeva troppo* (si veda il Video qui sotto a sinistra) vede come protagonista-presentatore James Stewart, il protagonista maschile del film. Però il trailer inizia con Doris Day che si accompagna al pianoforte per cantare un motivo famosissimo, "Que serà serà" (non una semplice esibizione canora, ma uno snodo cruciale del film). Ma la sua esibizione viene interrotta da uno sparo, ed è a questo punto che Stewart ci introduce al film, rivolgendosi direttamente a noi spettatori: "Avete ragione, è proprio un colpo di pistola quello che avete sentito". Poi, dopo alcuni elogi di Hitchcock e della sua maestria, delinea la trama: nel film, lui è un medico e Doris Day la moglie, in un viaggio-vacanza a Marrakech che si trasforma in un incubo ... e dal Marocco a Londra, in una sequenza di eventi che culmina alla Royal Albert Hall, dove il segnale di un assassinio coincide con una tocco sui piatti dell'orchestra. A questo punto vediamo Doris Day lanciare un terribile urlo proprio nell'esatto momento in cui entrano in scena i piatti. Seguono scene del teatro, poi del viaggio a Marrakech, con l'autobus che arriva in città ... Anche in questo caso, le informazioni sulla trama sono scarse, e di fatto coincidono con la scena a teatro, il vero (e famosissimo) culmine dell'azione. Abbiamo poco altro, ma la presenza delle due star e di Hitchcock, ormai riconosciuto come un maestro, sono sufficienti per lanciare un invito allo spettatore.

Nel trailer di *Psycho* (si veda il Video qui sotto a destra), Hitchcock, famoso per essere comparso come breve apparizione in tutti i suoi film, si spinge ancora oltre, e compare in scena per guidarci "dietro le quinte" del film. Dopo averci presentato la scena del delitto, ci invita ad entrare nella casa (che, con la sua tipica ironia, descrive come "non in vendita", visti i terribili fatti che vi sono avvenuti ...). Entrati nella casa, si dilunga nel ricordare il terribile modo in cui morì la seconda vittima ... un modo così orribile che preferisce soprassedere (!). Nella camera della "donna" protagonista, ci vengono mostrati il suo letto e i suoi vestiti, ancora nell'armadio ... Poi si passa a visitare il motel, la stanza sul retro, e ci si sofferma in particolare su un quadro che ha una grande importanza nel film perchè ... ma qui Hitchcock si interrompe (si tratta pur sempre di un trailer, e non è possibile svelare troppo!). Infine,

The trailer for The Man who knew too much (see the Video below left) also stars "as a host" James Stewart, the film's male lead. But the trailer begins with Doris Day accompanying herself on the piano in singing a very famous motif, "Que serà serà" (not a simple singing performance, but a crucial turning point in the film). But her performance is interrupted by a shot, and it is at this point that Stewart introduces us to the film, addressing us directly: "You are right, what you heard was a gunshot". Then, after some praise of Hitchcock and his mastery, he outlines the plot: in the film, he is a doctor and Doris Day his wife, on a holiday trip to Marrakech that turns into a nightmare ... and from Morocco to London in a sequence of events that culminates at the Royal Albert Hall, where the signal for an assassination coincides with a tap on the orchestra's cymbals. At this point we see Doris Day let out a terrible scream just as the cymbals enter the scene. Scenes from the theatre follow, then from the journey to Marrakech, with the bus arriving in the city ... Again, information on the plot is scarce, and in fact coincides mostly with the scene in the theatre, the real (and very famous) climax of the action. We have little else, but the presence of the two stars and Hitchcock, now recognized as a master, are enough to launch an invitation to the viewer.

In the trailer for Psycho (see the Video below right), Hitchcock, famous for appearing as a "cameo" in all of his films, goes even further, and appears on stage to guide us "behind the scenes" of the film. After introducing us to the crime scene, he invites us to enter the house (which, with his typical irony, he describes as "not for sale", given the terrible events that have taken place there ...). Entering the house, he dwells on remembering the terrible way in which the second victim died ... a way so horrible that he prefers to leave the topic (!). In the room of the "woman" protagonist, we are shown her bed and her clothes, still in the closet ... Then we go on to visit the motel, the back room, and we stop in particular on a painting which has a great importance in the film because ... but here Hitchcock interrupts himself (it is still a trailer, and it is not possible

la stanza del motel, il bagno ... "Ora è tutto pulito, ma avreste dovuto vedere il sangue, era dappertutto ... troppo raccapricciante da descrivere ...". Poi Hitchcock scosta la tenda della doccia e a questo punto si sente un urlo terrificante, abbiamo appena il tempo di intravedere il volto di una donna dietro il titolo del film, mentre la colonna sonora ora riprende quella del film. Ma non basta. Il dialogo che Hitchcock ha così magistralmente aperto con gli spettatori si conclude con un paio di scritte: "Il film deve essere visto dall'inizio ... o per niente, dato che nessuno verrà ammesso in sala dopo l'inizio ... del più sensazionale film di Alfred Hitchcock - Psycho". Forse mai come in questo trailer si dimostra l'equilibrio tra il mostrare e il nascondere: questa distinzione, a volte così sottile, è al cuore della strategia di seduzione di ogni trailer, e in particolare dei thriller e di tutti i film che hanno la suspense come ingrediente di fondo.

to reveal too much!). Finally, the motel room, the bathroom... "It's all clean now, but you should have seen the blood, it was everywhere ... too gruesome to describe ...". Then Hitchcock pulls back the shower curtain and at this point a terrifying scream is heard, we just have time to glimpse a woman's face behind the film title, while the soundtrack now starts again. But that's not enough. The dialogue that Hitchcock has so masterfully opened with the audience ends with a couple of sentences: "The film must be seen from the beginning ... or not at all, since no one will be admitted to the theatre after the beginning ... of Alfred Hitchcock's most sensational film - Psycho". Perhaps never before has the balance between showing and hiding been demonstrated as in this trailer: this distinction, sometimes so subtle, is at the heart of the seduction strategy of every trailer, and in particular of thrillers and all the films that have the suspense as their underlying ingredient.



L'uomo che sapeva troppo/*The man who knew too much* (USA 1956)



Psycho/*Psycho* (USA 1960)

Anche ne *Gli uccelli* (si veda il Video qui sotto a sinistra) Hitchcock ripropone la stessa strategia: si presenta, poi ci introduce, con la sua tradizionale ironia, alla speciale, amichevole, relazione tra gli uccelli e l'uomo (mentre vediamo un dipinto raffigurante un uccello trafitto da frecce ...), che tanto ha contribuito alla bellezza del mondo. Per esempio, ci viene mostrato un copricapo del tempo di Carlo I, fatto di penne di uccelli - e come devono essere stati orgogliosi quegli uccelli di essersi fatti strappare le piume per illuminare la grigia vita di un uomo ... così come un cappello da donna fatto con un intero uccello (morto, s'intende). Sorvolando sull'annosa questione se sia nato prima l'uovo o la gallina, Hitchcock ci ricorda come l'attuale allevamento intensivo costringa le galline a rimanere in gabbie con la luce accesa 24 ore al giorno, in modo da produrre

In The birds (see the Video below left) Hitchcock uses the same strategy again: he introduces himself, then introduces us, with his traditional irony, to the special, friendly relationship between birds and man (while we see a painting depicting a bird pierced by arrows ...), which has contributed so much to the beauty of the world. For example, we are shown a headdress from the time of Charles I, made of bird feathers - and how proud those birds must have been to have their feathers plucked to brighten up a man's drab life ... as well as a woman's hat made with a whole bird (dead, of course). Skipping over the age-old question of what came first - the chicken or the egg - Hitchcock reminds us how current intensive farming forces hens to remain in cages with the light on 24 hours a day, in order

più uova (un atteggiamento ecologico-ambientalista *ante litteram!*) - così come la sparizione di tante specie di uccelli è dovuta al fatto di essere stati ammazzati (ma ovviamente, questo è il corso della natura ...). E Hitchcock prosegue nella sua ironica conferenza sullo speciale rapporto che l'uomo ha con gli uccelli, fin quando viene beccato da un canarino in gabbia: "Che cosa bizzarra!". Ma improvvisamente si cominciano a sentire le grida di tanti uccelli, finchè si apre una porta, ed entra, terrorizzata, una delle protagoniste del film (Tippi Hedren), dicendo: "Arrivano" Arrivano!". Ed il trailer si conclude con immagini di tanti uccelli neri e del loro stridio, mentre le parole in sovrimpressioni sottolineano la suspense e lo shock del film ... "Gli uccelli potrebbe essere il film più terrificante che abbia mai fatto". E il trailer è certamente uno dei più originali mai realizzati: tutto giocato sul filo dell'ironia, accenna soltanto alla fine alle vicende angosciose che racconta, lasciando all'immaginazione (e alla curiosità) dello spettatore praticamente tutta la trama, che si preannuncia "terrificante" proprio grazie alla contraddizione con il tono gioviale e leggero con cui Hitchcock ha condotto la sua "conferenza".

Anche in *Frenzy* (si veda il Video qui sotto a destra), Hitchcock non rinuncia alle sue bizzarre e imprevedibili apparizioni: vediamo il suo corpo galleggiare e la sua voce informarci che si trova nel Tamigi, a Londra, per investigare su un delitto. Poi uno stacco di montaggio passa subito alla folla che accorre sulle rive del fiume, dove ora galleggia un corpo di donna, "un'altra vittima dell'assassino della cravatta". Poi Hitchcock ci porta in una normale casa londinese, teatro di un altro efferato delitto, e in un vicololetto ... dove è meglio che non rimaniamo a lungo. Infatti subito dopo sentiamo un urlo di una donna, compare il titolo del film subito associato, in un veloce montaggio, ad immagini dal film stesso. Ritroviamo Hitchcock al Mercato di Covent Garden a Londra ... dove si possono trovare "i frutti del male e gli orrori delle verdure" ... con un piede che inaspettatamente fuoriesce da un sacco di patate ... Seguono altre immagini drammatiche, finchè vediamo il cadavere di una donna strozzata con una cravatta ... "Porta la mia cravatta!" commenta Hitchcock, rimettendosela. Ancora un trailer sul filo dell'ironia, a cui ormai gli spettatori

to produce more eggs (an ecological-environmentalist attitude ante litteram!) - as well as the disappearance of many species of birds due to the fact that they have been killed (but obviously, this is the course of nature ...). And Hitchcock continues his ironic lecture on man's special relationship with birds, until he is pecked by a canary in a cage: "How bizarre!". But suddenly the cries of many birds begin to be heard, until a door opens, and one of the protagonists of the film (Tippi Hedren) enters, terrified, saying: "They are coming" They are coming!". And the trailer ends with images of many black birds and their screeching, while the superimposed words underline the suspense and shock of the film... "The birds may be the scariest movie I've ever made." And the trailer is certainly one of the most original ever made: all played on the edge of irony, it only hints at the end to the terrifying events the film is about, leaving practically the entire plot to the imagination (and curiosity) of the audience - a plot which promises to be "terrifying" precisely thanks to the contradiction with the jovial and light tone with which Hitchcock has given his "lecture".

In Frenzy (see the Video below right), too, Hitchcock does not give up his bizarre and unpredictable appearances: we see his body floating and his voice informing us that he is in the Thames, in London, to investigate a crime . Then an editing cut immediately shows us the crowd that flocks to the banks of the river, where a woman's body is now floating, "another victim of the 'necktie killer'". Then Hitchcock takes us to an ordinary London house, the scene of another heinous crime, and into an alleyway ... where we'd better not stay long. As a matter of fact, immediately after we have heard a woman screaming, the title of the film appears immediately associated, in a quick montage, with images from the film itself. We find Hitchcock at Covent Garden Market in London ... where "the fruits of evil and the horrors of vegetables" can be found ... with one foot unexpectedly protruding from a sack of potatoes ... Other dramatic images follow, until we see the corpse of a woman choked in a tie ... "She's wearing my tie!" comments Hitchcock, putting it back on. Another trailer on the edge

si sono abituati, tanto da non avere bisogno di molti elementi per essere "sedotti" dal trailer e per crearsi delle forti aspettative, che sanno che il maestro del brivido non deluderà. Trailer come questi, ovviamente, sono possibili solo se c'è un "marchio di fabbrica" (in questo caso, lo stesso regista e la sua presenza fisica) a garantirne l'efficacia comunicativa e promozionale.

of irony, to which viewers have become accustomed by now, so much so that they don't need many elements to be "seduced" by the trailer and to create strong expectations, which they know the film will certainly meet. Obviously, trailers like these are only possible if there is a "trademark" (in this case, the director himself and his physical presence) to guarantee their communicative and promotional effectiveness.



Gli uccelli/*The birds* (USA 1963)



Frenzy (GB 1972)

4.6.3. Fra tradizione e sperimentazione

Nello stesso anno de *Gli uccelli*, anche il trailer di *Quel certo non so che* (si veda il Video qui sotto a sinistra), come altri film dello stesso periodo, adotta il "tono" reso ormai famoso da Hitchcock, facendoci entrare, ancora una volta, "dietro le quinte" di un film, o, più precisamente, del suo trailer. Dietro una porta chiusa con la scritta "Sala riunioni" sentiamo una vivace discussione. Esce un uomo e, rivolgendosi direttamente a noi, ci dice, "Sono Carl Reiner. Sapete chi sta urlando lì dentro? Doris Day, James Garner, Arlene Francis, le star di *Quel certo non so che* ... più i produttori, i capi degli *studios*, tutti che litigano sulle scene da mostrare nel trailer ... e ognuno ha le sue preferite. Alla fine Doris Day ha affidato a me il compito - io sono l'autore, e perciò tutte le scene sono le mie preferite ... Ehi, sapete cosa faccio? Farò qualcosa che non è mai stato fatto in un trailer ... vi faccio vedere tutto il film ... Non ditelo a Doris!". E così Reiner entra nella "Sala proiezioni", si siede, e ordina al proiezionista di mandare tutto il film! All'inizio la pellicola scorre troppo veloce, ma infine vediamo una scena con Doris Day e il marito ... Reiner però avvolge

4.6.3. Between tradition and experimentation

In the same year of The birds, the trailer for The thrill of it all(see the Video below left), like other films of the same period, also adopts the "tone" made famous by Hitchcock by letting us enter, once again, "behind the scenes" of a film, or, more precisely, its trailer. Behind a closed door marked "Meeting Room" we hear a lively discussion. A man comes out and, addressing us directly, says, "I'm Carl Reiner. You know who's yelling in there? Doris Day, James Garner, Arlene Francis, the stars of .. The thrill of it all, as well as studio executives, all arguing about which scenes to show in the trailer...and everyone has their favorite ones. Eventually, Doris Day has given me the job - I'm the writer, and therefore all the scenes are my favorites ones ... Hey, you know what I'm gonna do? I'm gonna do something that's never been done in a trailer... I'll show you the whole movie... Don't tell Doris!" And so Reiner enters the "Projection Room", sits down, and orders the projectionist to project the whole film! At the beginning the film runs too fast, but finally we see a scene with Doris Day and her husband

rapidamente la pellicola, così che possiamo in realtà vedere solo alcune rapide immagini ... fino alla scritta "FINE" ... e il commento di Reiner è, "Siamo andati troppo in fretta forse". Anche questo trailer è il segnale di un rinnovato rapporto tra cinema e pubblico: ora lo schermo è diventato un luogo di "negoziato", dove la macchina del film si svela e instaura un dialogo diretto con il pubblico, cercando modi più sottili (tra cui l'ironia) per stimolare la curiosità di spettatori che stanno diventando sempre più "smaliziati".

Di tutt'altro genere è il trailer di *Il disprezzo* (si veda il Video qui sotto a destra), ma in questo caso le "regole classiche" di Hollywood sono ormai superate, e il principale esponente della *nouvelle vague* francese, Jean-Luc Godard, sta veramente rivoluzionando il mondo fatato del cinema. Il trailer è infatti costruito sull'alternanza tra scritte cubitali colorate su fondo nero, che vengono "lette a voce alta" da voci off, e immagini dal film, anch'esse con una didascalia scritta e contemporaneamente letta. Le immagini e le relative didascalie ci forniscono i personaggi e gli elementi essenziali della trama, ma questi personaggi sono identificati da "etichette" generiche: "la donna ... l'uomo ... l'Italia ... il cinema", poi il titolo del film con le voci che leggono: "Con Brigitte Bardot e Michel Piccoli". E poi ancora: "L'Alfa Romeo ... il musical ... la statua greca ... il revolver ...". Di nuovo il titolo del film con le voci: "Il nuovo film tradizionale di Jean-Luc Godard", poi "Lo schiaffo ... la camera da letto ... il bacio ... la sala da bagno". Titolo del film, e "Con Jack Palance, Giorgia Moll e Fritz Lang". "Il pazzo ... la stellina ... il vecchio ... il mare" - "Dal famoso romanzo di Alberto Moravia". "La tenerezza ... la vendetta ... le carezze ... la sofferenza" - "Fotografato in tutto lo splendore del Franscope e del Technicolor" - "La scala ... la passeggiata ... il libro ... la barca" - "Una tragica storia d'amore con scenografie meravigliose" - "I litigi ... il sole ... il tradimento ... la morte" - "Una meravigliosa storia d'amore con tragiche scenografie" - "L'amore ... l'oscurità ... il malinteso ... la bellezza fatale". Titolo del film e ripetizione: "Fatale", poi ancora il titolo su tanti fondi di colori diversi. Ancora una volta, l'ironia gioca un ruolo fondamentale: nell'intonazione con cui le voci off pronunciano le parole, nei giochi di parole ("Una tragica storia

... Reiner however quickly winds up the film, so that we can actually only see a few quick images ... up to the word "END" ... and Reiner's comment is, "We went too fast maybe." This trailer too is the sign of a renewed relationship between cinema and audience: now the screen has become a place of "negotiation", where the film machine reveals itself and establishes a direct dialogue with the audience, seeking more subtle ways (including irony) to stimulate the curiosity of viewers who are becoming more and more "savvy".

The trailer for Contempt is of a completely different genre (see the Video below right), but in this case the "classical rules" of Hollywood are now outdated, and the main exponent of the French new wave, Jean-Luc Godard, is truly revolutionizing the fairytale world of cinema. The trailer is actually built on the alternation between large colored words on a black background, which are "read aloud" by off-voices, and images from the film, also with a caption written and read at the same time. The images and related captions provide us with the characters and essential elements of the plot, but these characters are identified by generic "labels": "woman ... man ... Italy ... cinema", then the title of the film with the voices reading: "With Brigitte Bardot and Michel Piccoli". And then again: "Alfa Romeo ... the musical ... the Greek statue ... the revolver ...". Again the title of the film with the entries: "The new traditional film of Jean-Luc Godard", then "The slap ... the bedroom ... the kiss ... the bathroom". Title of the film, and "With Jack Palance, Giorgia Moll and Fritz Lang". "The madman ... the starlet ... the old man ... the sea" - "From the famous novel by Alberto Moravia". "The tenderness ... the revenge ... the caresses ... the suffering" - "Photographed in all the glory of Franscope and Technicolor" - "The ladder ... the walk ... the book ... the boat" - "A tragic love story with wonderful scenery" - "The quarrels ... the sun ... the betrayal ... death" - "A wonderful love story with tragic scenery" - "The love ... the darkness ... the misunderstanding ... the fatal beauty". Title of the film and repetition: "Fatal", then again the title on many backgrounds of different colors. Once again, irony plays a fundamental role: in the

d'amore con scenografie meravigliose" e poi "Una meravigliosa storia d'amore con tragiche scenografie"), e, in generale, con questo elenco lungo e minuzioso di personaggi ed elementi che dicono tutto e niente, che potrebbero farci immaginare una certa trama ma senza la possibilità di intravedere veramente i legami tra gli elementi citati. E' chiaro che in questo "film tradizionale", come viene sarcasticamente definito, Godard vuole, da una parte, sommergerci di informazioni, e dall'altra, lasciarci all'oscuro di quello che veramente vedremo. E nel frattempo, molti motivi del cinema "classico" sono allegramente elencati, ma con la consapevolezza, da parte degli spettatori, che non sappiamo che aspettative crearci, e che, comunque, non sappiamo se e in che modo quali e quante di queste eventuali aspettative verranno realizzate.

intonation with which the off-voices pronounce the words, in the puns ("A tragic love story with wonderful scenery" and then "A wonderful love story with tragic scenery"), and, in general, with this long and detailed list of characters and elements that say everything and nothing, which could make us imagine a certain plot but without the possibility of really glimpsing the links between the elements mentioned. It is clear that in this "traditional film", as it is sarcastically defined, Godard wants, on the one hand, to overwhelm us with information, and on the other, to leave us in the dark about what we will really see. And in the meantime, many motifs of "classic" cinema are cheerfully listed, but with the awareness, on the part of the audience, that we do not know what expectations to create for ourselves, and that, in any case, we do not know if and how many of these expectations (if any at all) will be met.



Quel certo non so che/*The thrill of it all* (di/by Norman Jewison, USA 1963)



Il disprezzo/*Le mépris/Contempt* (di/by Jean-Luc Godard, Francia/France-Italia/Italy 1963)

4.7. La "distanza" fra trailer e film

4.7. The "distance" between trailer and film

4.7.1. La "fedeltà" del trailer

4.7.1. Trailer "fidelity"

In linea di massima, il trailer ha un rapporto più o meno stretto col relativo film, ma abbiamo visto che se ne può anche discostare in vari modi: ad esempio, inserendo scene che poi non vengono riprese dal film, cambiando l'ordine delle sequenze, dando più risalto ad un personaggio (soprattutto se si tratta di una star) che poi si rivelerà secondario nel film, e, più in generale, sottolineando un certo tono, drammatico, di azione, romantico o altro, per dare l'impressione

Generally speaking, the trailer has a more or less close relationship with the relevant film, but we have seen that it can also deviate from it in various ways: for example, by inserting scenes that are not taken from the film, by changing the order of the sequences, by giving more prominence to a character (especially if it is a star) who will later prove to be secondary in the film, and, more generally, by underlining a certain tone - dramatic, romantic, comic or

che il film offra molto di più di quello che in realtà poi dimostrerà di saper offrire. Ovviamente questo "gioco" può essere molto pericoloso, poichè se il pubblico si crea false aspettative e rimane deluso, questa sensazione negativa può trasmettersi ad altri film dello stesso regista, dello stesso attore o dell'eventuale "serie" o "saga" a cui appartiene. Anche la "distanza", nello spazio e nel tempo, che può intercorrere tra trailer e relativo film può giocare a favore o a sfavore. Il trailer, insomma, ha bisogno di essere almeno in buona parte "fedele" rispetto al film che promuove (a meno che la discrepanza tra trailer e film sia voluta consapevolmente dal regista o dalla produzione - ma sono casi molto delicati, rischiosi e quindi molto rari).

4.7.2. Ironia e parodie

Dalla fine degli anni '50 del secolo scorso non sono mancati trailer che mostrano una certa "auto-referenzialità", specialmente nel porsi come parodia di trailer tipici di un certo genere cinematografico. Ad esempio, già nel 1956 *Rapina a mano armata* di Kubrick (si vedano i Video qui sotto) mostrava l'uso di titoli giornalistici "ad effetto" come si usava spesso nei film di gangster: "Audace rapina frutta 2 milioni di dollari", "Polizia sconcertata da un fantastico crimine!", "Bandito mascherato fugge col bottino di un totalizzatore!", "Suspense! Terrore! Violenza", "Vi terrà incollati alla poltrona come nessun altro film dai tempi di 'Scarface' e 'Little Caesar!'" - con l'aggiunta delle solite "esagerazioni" che abbiamo menzionato spesso, e con la citazione di due "classici" del genere risalenti agli anni '30. In realtà questo film, che il trailer mostra particolarmente violento ed efferato, è un film che, pur ricorrendo ai temi tipici del genere "gangster", ha una struttura narrativa molto complessa e raffinata, che già mostrava il genio di Kubrick, ma che non viene evidenziata nel trailer, il quale preferisce giocare sulla retorica tradizionale dei film di genere, mettendo in parodia alcuni elementi di questa retorica. Persino il titolo (in italiano "Uccisione", "Assassinio") non rende giustizia al film, in cui sparatorie, uccisioni e rese dei conti sono presenti, ma non costituiscono il tema centrale e restano elementi importanti ma periferici rispetto alla descrizione minuziosa della rapina. Probabilmente il trailer

otherwise - to give the impression that the film offers much more than what it will actually prove to be able to offer. Obviously this "game" can be very dangerous, since if the audience creates false expectations and is disappointed, this negative sensation can be transmitted to other films by the same director, the same actor or any "series" or "saga" to which it may belong. Even the "distance", in space and time, which can elapse between the trailer and the relevant film can play in favor or against. In short, the trailer needs to be at least largely "faithful" to the film it promotes (unless the discrepancy between the trailer and the film is consciously desired by the director or by the production - but these are very delicate, risky cases and therefore very rare).

4.7.2. Irony and parodies

*Since the end of the 1950s there have been trailers that show a certain "self-referentiality", especially in acting as a parody of trailers typical of a certain film genre. For example, as early as 1956 Kubrick's *The Killing* (see the Videos below) showed the use of "jumbo" newspaper headlines as often used in gangster films: "Bold Heist Pays \$2 Million", "Police Baffled by Fantastic Crime!", "Masked Bandit Escapes with Loot from a Tote!", "Suspense! Terror! Violence", "It will keep you enthralled like no other movie since 'Scarface' and 'Little Caesar!'" - with the addition of the usual "exaggerations" that we have often mentioned, and with the mention of two "classics" of the genre dating back to the 1930s. In reality, this film, which the trailer shows as particularly violent and heinous, while resorting to the typical themes of the "gangster" genre, has a very complex and refined narrative structure, which already showed Kubrick's genius, but which is not highlighted in the trailer, which prefers to play on the traditional rhetoric of film genre, at the same time parodying some elements of this same rhetoric. Even the title does not do justice to the film, in which shootings, killings and showdowns are present, but do not constitute the central theme and remain important but peripheral elements when compared with the detailed description of the robbery. Probably the trailer was still*

era preoccupato di raggiungere comunque una buona fetta di pubblico che si aspettava il solito trattamento riservato alle rapine nei film di gangster.

concerned about reaching a good share of the audience who expected the usual treatment reserved for heists in gangster films.



Rapina a mano armata/*The killing* (di/by Stanley Kubrick, USA 1956)

Anche il trailer di *Frankenstein Junior* (si vedano i Video qui sotto) gioca molto sugli elementi tipici del genere, mettendoli chiaramente alla berlina - ma in questo caso il trailer è veramente un'anticipazione del film, che volutamente si presenta come ironica parodia. In questo caso, dunque, le aspettative dello spettatore sono chiaramente indirizzate ad un certo "tono" che verrà puntualmente ripreso nel film. (Su come i trailer giochino con le aspettative degli spettatori, mostrando loro un'anticipazione del film che poi potrà più o meno corrispondere alle aspettative stesse, torneremo nella Sezione 5, dedicata proprio alle relazioni tra trailer e pubblico).

Even the trailer for Young Frankenstein (see the Videos below) plays a lot on the typical elements of the genre, clearly parodying them - but in this case the trailer is really a preview of the film, which deliberately presents itself as an ironic parody. In this case, therefore, the viewer's expectations are clearly directed towards a certain "tone" which will be present in the film itself. (In Section 5 we will return to how trailers play with viewers' expectations, showing them a preview of the film which can then more or less correspond to those expectations).



Frankenstein Junior/*Young Frankenstein* (di/by Mel Brooks, USA 1974)

4.7.3. Trailer diversi per lo stesso film

Nel cinema moderno e contemporaneo vengono spesso realizzati diversi trailer relativi allo stesso film, per una varietà di motivi: un trailer può essere utilizzato per annunciare in anteprima l'uscita del film, mentre un altro può essere distribuito nell'imminenza dell'uscita nelle sale (o sulle piattaforme di streaming); una serie di trailer può stuzzicare maggiormente gli spettatori, aggiungendo (o togliendo) man mano scene, dialoghi o effetti speciali, specialmente per quei film che, appartenendo ad una "serie" o "saga", attirano l'attenzione a volte spasmodica dei fan, amplificando così le informazioni sul film e creando catene di notizie "in rete"; oppure trailer diversi possono essere utilizzati in mercati diversi, venendo così incontro alle diversità culturali (ad esempio, regolando con cura le scene di sesso o violenza a seconda della sensibilità dei diversi tipi di pubblico).

Un esempio interessante di questo fenomeno ha riguardato il film *Il dolce domani* del regista canadese, di origini armene, Atom Egoyan. Ai tempi dell'uscita del film (1997) Egoyan era molto conosciuto in Canada ma poco all'estero, e questo ha portato alla realizzazione di trailer diversi per il mercato canadese e per quello statunitense. Il film è centrato su un incidente che ha coinvolto un autobus scolastico con la morte di quattordici

4.7.3. Different trailers for the same movie

In modern and contemporary cinema several trailers are often made for the same film, for a variety of reasons: one trailer may be used to announce the film's general release, while another may be distributed in anticipation of its theatrical release (or on streaming platforms); a series of trailers can increasingly tease viewers, gradually adding (or removing) scenes, dialogues or special effects, especially for those films which, belonging to a "series" or "saga", attract the sometimes spasmodic attention of fans - thus amplifying information about the film and creating "network" news chains; or different trailers can be used in different markets, thus accommodating cultural differences (for example, carefully adjusting scenes of sex or violence according to the sensibilities of different audiences).

*An interesting example of this phenomenon concerned the film *The sweet hereafter* by Canadian-Armenian director Atom Egoyan. At the time of the film's release (1997) Egoyan was well known in Canada but not very well known abroad, and this led to the creation of different trailers for the Canadian and US markets. The film centres on an accident involving a school bus that kills fourteen children. Years later, a lawyer comes to the parents of the victims to*

bambini. Anni dopo, un avvocato si presenta ai genitori delle vittime per convincerli a fare causa, e in questo modo entra nella vita e nei dolorosi segreti della comunità. Il trailer canadese (purtroppo non rintracciabile in rete) mostra chiaramente l'incidente che ha dato origine a tutti gli eventi successivi, in cui l'indagine dell'avvocato è lo spunto per una riflessione sul dolore, sulla perdita e sui sensi di colpa, temi cari al regista, e che il pubblico canadese poteva aspettarsi di incontrare anche in questo film. Il trailer per il mercato statunitense (si veda il Video qui sotto), invece, non mostra la scena dell'incidente, e di conseguenza l'indagine dell'avvocato sembra riferirsi ad un imprecisato evento passato, con i risvolti tipici di un thriller, puntando quindi su elementi di suspense e di azione più generici, che certamente non mettono in primo piano i temi di cui il film in effetti tratta. In questo modo, il trailer americano intendeva presentare il film come un thriller, ma, mancando l'evento centrale, ha finito per "depotenziare" il film stesso (che infatti negli USA non ebbe successo, contrariamente al Canada e ad altri mercati).

convince them to sue, and thus enters the life and painful secrets of the community. The Canadian trailer (unfortunately untraceable on the net) clearly shows the incident that gave rise to all subsequent events, in which the lawyer's investigation is the starting point for a reflection on pain, loss and feelings of guilt, topical themes for this director, and that Canadian audiences could expect to find in this film as well. The trailer for the US market (see the video below), however, does not show the scene of the accident, and consequently the lawyer's investigation seems to refer to an unspecified past event, with the typical implications of a thriller. thus focusing on more generic elements of suspense and action, which certainly do not put the themes that the film actually deals with in the foreground. In this way, the American trailer intended to present the film as a thriller, but, missing the central event, ended up "weakening" the film itself (which in fact was not successful in the USA, contrary to Canada and other markets).



Il dolce domani/*The sweet hereafter* (di/by Atom Egoyan, Canada 1997)

Fine della Prima parte. [Vai alla Seconda parte](#) End of Part 1. [Go to Part 2](#)

Note/Notes

(1) (2) Uphues V. [The Evolution of the Hollywood Movie Trailer - A Case Study Based on the Trailers for the Four Adaptations of "A Star Is Born"](#), Technische Universitaet Berlin, p. 11.

(3) Thomas K. 1966. "Movie Trailers Have Long Run," *Los Angeles Times*, Oct. 25, p. 10. Citato in/*Quoted in* Kernan L. 2004. *Coming attractions. Reading American movie trailers*, University of Texas Press, Austin, p. 27.

(4) McLuhan M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill.

(5) Kernan 2004 (cit.), p. 7.

(6) ibidem, p. 63.

cinemafocus.eu

info@cinemafocus.eu