

## ART & MUBI: una cineteca social MEDIA FILES

Questo breve saggio analizza come caso di studio MUBI, una piattaforma di streaming VoD che può essere assimilata a una sorta di cineteca online per la tipologia di contenuti e a un social network per la modalità di fruizione.

Studiare questa piattaforma, che pure è ancora poco diffusa in Italia e resta a livello mondiale un “prodotto” di nicchia, è utile per comprendere le potenzialità delle piattaforme social nell’attuale ecosistema cross-mediale, dove MUBI rappresenta un unicum grazie all’ibridazione di linguaggi e servizi. Questo studio si focalizza maggiormente sulla complessa architettura della piattaforma piuttosto che sui contenuti. MUBI è fruibile attraverso diversi dispositivi che offrono on demand e in streaming film di qualità. La sua peculiarità è quella di non essere solo un archivio di grandi classici della storia del cinema, di film documentari, sperimentali o indipendenti. Piuttosto, può essere paragonata a una sorta di cineteca online che propone ogni giorno un film nuovo, selezionato da uno staff di curatori. MUBI è anche un social network che permette agli utenti di interagire, esprimendo giudizi sotto forma di voti e di commenti e simulando l’esperienza di programmazione attraverso liste dei propri film preferiti.



Fig. 1 – L’home page di MUBI

La missione di MUBI è: “diventare il principale curatore nell’intrattenimento e sorprendere e deliziare il nostro pubblico con i film più innovativi, eccitanti e di qualità sul mercato. Siamo una community appassionata di amanti del cinema, e lo celebriamo ogni giorno!”<sup>1</sup>.

Ogni film è disponibile per 30 giorni, scaduti i quali è possibile accedere solo alla scheda, completa di una breve sinossi e note del curatore. Per accedere ai contenuti è necessario creare un proprio profilo utente e sottoscrivere un abbonamento di 4,99 € al mese (ma è possibile anche il più conveniente abbonamento annuale a 2,99 € al mese). Il pubblico di MUBI è in costante crescita: i dati aziendali di maggio 2014 (7 milioni di utenti registrati) fanno rilevare un incremento di 500.000 nuovi utenti rispetto al dato precedente di febbraio 2014. È interessante notare la discrepanza tra il numero di utenti e il numero di visualizzazioni di film, che si attesta sui 3 milioni: probabilmente molti lo utilizzano solo come social network<sup>2</sup>.

## ART & MEDIA FILES

I film sono fruibili in lingua originale, a volte con i sottotitoli in inglese o in italiano. Dovendo sottostare alle limitazioni territoriali dei diritti, in ogni Paese la selezione differisce di alcuni titoli.

Il quartier generale di MUBI è a Palo Alto in California, ma la società ha anche altre sedi operative a Londra, Istanbul, Monaco di Baviera, Vancouver e Buenos Aires. Attualmente MUBI è accessibile in oltre 200 Paesi.

Nato nel 2008 con il programmatico nome di “The Auteurs”, nel 2010 ha cambiato il suo nome in MUBI, neologismo onomatopeico che ricorda la parola “movie”. Il giovane fondatore e amministratore delegato è Efe Çakarel, nato nel 1976 in Turchia. Dopo una Laurea in Elettrotecnica e Informatica al MIT di Cambridge, un Master in Gestione aziendale al MBA di Stanford, e un lavoro come consulente finanziario da Goldman Sachs, nel 2007 Çakarel ha la sua epifania cinefila. Durante un viaggio a Tokyo vorrebbe guardare sul proprio computer *In the Mood for Love* (Wong Kar Wai, 2000), ma si rende conto che nessuna piattaforma gli offre questo servizio: decide allora di colmare quello spazio vuoto nel mercato del VoD, pur non avendo un background da uomo di cinema:

I only became a cinephile after I founded The Auteurs. Yes, I loved *Chunking Express* (Wong Kar Wai) and *Band of Outsiders* (Jean-Luc Godard), but I've never followed Cannes or Berlin, or passionately hunted down obscure films. I also knew absolutely nothing about film distribution. But I knew two things very well: 1) how to build Web applications, from concept to interface design to programming; and 2) how to do deals<sup>3</sup>.

### **La user experience: interfaccia e funzioni**

Perché non puoi guardare *In the Mood for Love* in un caffè a Tokyo sul tuo iPad?

Perché è così difficile incontrare qualcuno che condivide il nostro amore per Antonioni?

Non sarebbe fantastico poter inviare in un momento *Tempo di divertimento* di Tati a un amico se pensi che ne abbia bisogno? (Non c'è nulla come la cinema-terapia!)

Perché i film su internet hanno un aspetto tanto brutto?

Perché stiamo parlando come fossimo John Cusack in *Alta Fedeltà*?<sup>4</sup>

Queste cinque domande espresse in tono colloquiale racchiudono la filosofia, la missione e la *user experience* di MUBI. Emergono infatti i tratti identitari e programmatici dell'applicazione: la cinefilia, l'ubiquità fisica e virtuale e la conseguente accessibilità, il concetto di condivisione, la qualità grafica e dello streaming, l'aspetto quasi maniacale del “fare liste” e di curare una programmazione.

MUBI attira l'attenzione di qualunque appassionato di cinema con un'interfaccia semplice ma di grande impatto visivo, utilizzando screenshot di celebri film d'autore. Nella sezione “Filosofia” campeggia un fotogramma del film ispiratore del progetto, *In the Mood for Love*, sul quale è impressa la definizione: “MU•BI [mōō'bē] *Aggettivo, verbo, nome*. Un cinema online dove guardare, scoprire, e discutere film d'autore. Una città in Nigeria”. Nella pagina “Stampa” l'utente è accolto da Orson Welles circondato dai giornali in *Quarto potere* (*Citizen Kane*, Orson Welles, 1941).

Tutto ciò costituisce solo un primo assaggio dei film che è possibile scegliere dalla pagina “MUBI” e “In proiezione”, dove su uno sfondo grigio chiaro emerge un mosaico formato dai 30 tasselli-film. Al film del giorno viene dato maggiore rilievo e spazio in alto a sinistra; i film procedono di giorno in giorno nel riquadro a fianco, fino ad arrivare agli ultimi, su cui è applicato un countdown. Cliccando su ogni tassello si accede alla pagina dedicata del film, dove si apre la schermata dello streaming che, a seconda della banda disponibile, consente la visione a 720p (non disponibile per alcuni film più datati), oppure a 480p o 360p.

È possibile consultare la scheda del film interrompendo lo streaming. Ogni scheda elenca solo i dati

## ART & MEDIA FILES

essenziali: titolo, titolo originale, regista, paese e anno di produzione, durata ed eventuale presenza di sottotitoli. Nella versione italiana sono davvero pochi i film corredati da sottotitoli, nonostante molti film siano indicati con il loro titolo italiano. A chiudere la scheda una breve sinossi in italiano o in inglese, e a volte delle brevi note del selezionatore e il trailer del film.

Scorrendo verso il basso è possibile leggere i commenti degli utenti da tutte le parti del mondo: almeno in questo caso non vale la delimitazione geografica.

“Discover” è, infine, una modalità che consente di vedere in un’unica schermata elementi di tutte le sezioni della piattaforma: dai film più visti e commentati ai post e gli articoli più apprezzati.

### Curatorship e cinefilia

MUBI is a curated online cinema where you can watch, discover and share great movies. Our film experts hand-pick cult, classic, independent, and award-winning movies for you to watch on multiple devices at home and on the go. We also bring you editorial coverage of what’s new in cinema culture, and let you share your passion for film and meet others who love it just as much as you<sup>5</sup>.

È estremamente difficile tratteggiare un elenco esaustivo dei film di MUBI, data la rotazione quotidiana. Ci limitiamo a citare alcuni titoli disponibili durante il periodo di osservazione (aprile-maggio 2014) sulla piattaforma italiana: i film di found footage *Star Spangled to Death* (Ken Jacobs, 2004) e *Ice/Sea* (Vivian Ostrovski, 2005); il film documentario canadese diretto da Roman Kroitor e Colin Low *Universe*, del 1960, che aveva ispirato Kubrick per *2001: Odissea nello spazio* (*2001: A Space Odyssey*, 1968); le opere di due registe americane indipendenti: *Sudden Manatthan* (Adrien Shelley, 1997) e *Me and You and Everyone We Know* (Miranda Juli, 2005); *Winter Vacation* del cinese Hongqi Li, vincitore del Pardo d’oro a Locarno nel 2010; classici del cinema muto come *Sciopero* (*Stacka*, Sergej Ejzenštejn, 1925) e *Charlot e la maschera di ferro* (*The Idle Class*, Charlie Chaplin, 1921); film di esponenti della Nouvelle Vague come *La collezionista* (*La collectionneuse*, Eric Rohmer, 1967) e *Mur Murs*, un film documentario di Agnes Varda del 1981, ma anche i thriller *Vendicami* (*Vengeance*, 2009) dell’hongkonghese Johnnie To e *Spider* (2002) di David Cronenberg; il film d’esordio di Lars von Trier *L’elemento del crimine* (*Forbrydelsen Element*, 1984) e *Sciarada* (*Charade*, Stanley Donen, 1963); e *Pranzo di Ferragosto* (Gianni Di Gregorio, 2008), unico film italiano presente sulla piattaforma nel periodo di osservazione.

La selezione di questi e molti altri film è fatta da collaboratori esperti del settore (critici, programmer, filmmaker, produttori, distributori, tutti dotati di un profilo utente personale) che cercano i film tra quelli presentati nei principali festival cinematografici internazionali: Cannes, Venezia, Berlino, Locarno, Tribeca (NY), Telluride, Karlovy Vary, San Sebastian, Sundance (Park City – Utha), Rotterdam, Toronto. In questo modo fra festival e MUBI si instaurano relazioni proficue in termini di promozione reciproca.

La scelta dei film è anche legata ad accordi stretti con le principali case di distribuzione internazionali quali le statunitensi Criterion e Miramax, le francesi Celluloid Dreams, Pathé, Studio Canal, la tedesca Bavaria International, la canadese Lionsgate, l’inglese Artificial eye, la danese Trustnordisk, ma anche l’italiana Bim distribuzione. Martin Scorsese distribuisce i film restaurati dalla sua World Cinema Foundation.

Non è tuttavia chiaro con quale criterio vengano programmati i film: prevale l’impressione di trovarsi di fronte a una sequenza casuale, senza nessun filo che leghi un film all’altro, se non un generico concetto di cinefilia. Non è indicato il nome del selezionatore e le note relative ai film compaiono solo in alcune schede e sono sempre molto concise, così come le sinossi, spesso imprecise, soprattutto quelle in italiano. Alla luce di queste considerazioni, l’autodefinirsi un “cinema online curato” appare una promessa non del tutto mantenuta.

## ART & MEDIA FILES

Uno strumento importante per i cinefili è *Notebook*, uno spazio per l'approfondimento critico definito come "a digital magazine of international cinema and film culture"<sup>6</sup>. La rivista comprende sezioni dedicate alla critica, alle news, all'archivio dei vecchi articoli e post. Nel periodo di monitoraggio della piattaforma in evidenza nell'homepage di *Notebook* c'è il saggio critico "Manoeuvring" sulla poetica di Martin Scorsese, scritto da Cristina Alvarez Lopez e Adrian Martin. Ma la vera chicca i critici la firmano con il breve saggio audiovisivo "A Key to *After Hours*", che già a partire dal titolo gioca con la semantica della chiave, come interpretazione e come elemento narrativo del film. I due critici si chiedono: "How can a film about night's seduction become a film about the nightmare of the unknown? How can a film about relief become a film about anguish?" La risposta è in un rimontaggio di alcune scene del film<sup>7</sup>. Tra le news, invece (sempre nel periodo di monitoraggio tra aprile e maggio 2014), è dato particolare rilievo alla programmazione del Festival di Cannes.

### **MUBI è social**

Una delle novità apportate da MUBI nell'ecosistema del cinema on demand è la sua componente social: al momento stesso della sottoscrizione dell'abbonamento, all'utente viene assegnato un profilo (personalizzabile con nickname, fotografie, e un breve spazio per un testo di autopresentazione) nel social network interno alla piattaforma (e non visibile dai non iscritti). Questa scelta di segretezza del social contribuisce a creare un senso di comunità "esclusiva". La modalità di relazione tra gli utenti ricalca il modello di Twitter: è possibile diventare follower di altri utenti, monitorando le loro attività. Attività che consistono in: votare un film (icona "stella"), inserirlo tra i preferiti (icona "cuore") o nella lista dei desiderata (icona "più"). Uno spazio rilevante è dedicato ai commenti relativi alle opere in proiezione, a quelle in archivio (anche se non più visibili), e ad altre in uscita al cinema e segnalate dalla piattaforma. Inoltre è possibile apprezzare (col "mi piace" mutuato da Facebook) e votare i commenti stessi. Tutte queste attività possono essere disseminate nei principali social network, attraverso le icone dedicate (Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr) diventando dei testi mediali "diffondibili"<sup>8</sup>.

Oltre alla community interna, MUBI si presenta nel web con dei profili ufficiali sui già citati social network nelle varie declinazioni nazionali.

Per discussioni più approfondite e più libere gli utenti possono ricorrere a una pagina "Forum", suddivisa in vari temi: Film, Garage (in cui cineasti emergenti possono avere una vetrina dei propri lavori), Criterion (dedicata alla casa di distribuzione), Director's Cup (una sorta di torneo virtuale tra film), Top Films, Off Topics.

Infine, in una pagina dedicata è possibile consultare il programma di tutte le edizioni dei principali festival cinematografici internazionali, completa di tutte le schede dei film. L'utente può diventare fan di un determinato festival o di uno dei film in programma e aggiungerlo alla "lista dei desideri", oltre a poter commentare su un wall apposito. Allo stesso modo ogni utente può costruire delle liste di film preferiti, di cui può diventare fan o che può commentare.

Oltre che una piattaforma accessibile da pc e Mac, MUBI è un'applicazione accessibile da tutti i dispositivi mobili che utilizzano il sistema operativo iOS (iPhone, iPad). Inoltre, l'app è presente sulle tv Samsung e, grazie a una partnership con Sony, anche sulla smart tv Bravia e sulla console PS3<sup>9</sup>. Infine, c'è anche la possibilità di scaricare l'applicazione direttamente da Facebook.

### **Conclusioni**

L'analisi della struttura e delle funzioni di MUBI ha reso evidente che la sua peculiarità non risiede tanto nell'offerta di film d'autore più o meno reperibili, quanto nell'architettura complessa che la costituisce e nel tipo di *user experience* (aperta e frammentaria) che offre agli utenti/spettatori.

## ART & MEDIA FILES

MUBI è una cineteca/sala cinematografica virtuale rilocalata<sup>10</sup> su diversi dispositivi. Ma è anche un social network che “rimedia”<sup>11</sup> altri social network e li utilizza per diffondere i propri contenuti e se stesso in quanto medium. MUBI può essere letta, perciò, come un ecosistema mediale:

La nozione di ecosistema – così come la intendono la teoria generale dei sistemi e il pensiero della complessità – è strettamente correlata a quella di cross-medialità e cross-canalità. Infatti così come un sistema è contemporaneamente più e meno della somma delle sue parti (perché il valore è dato proprio dalle connessioni), allo stesso modo nelle strutture cross-canali i vari pezzi che le compongono non sono alternativi tra loro, ma complementari.

Ecosistemi e cross-medialità/canalità condividono perciò non solo il carattere della fluidità e della molteplicità, ma anche quello della non predicibilità e dell’apertura: non è possibile cioè prevedere fino in fondo le combinazioni o l’ordine in cui il pubblico utilizzerà i vari frammenti, distribuiti in quel contenuto prodotto o servizio<sup>12</sup>.

Marina Resta

### Note

1. “Lavori a MUBI”, <<https://mubi.com/careers>> (per tutti i siti segnalati: ultimo accesso 22 luglio 2014).
2. “MUBI Fact Sheet, May 2014”, <<https://www.dropbox.com/sh/66bnj5uptwse57n/hxRsP1n4AW/MUBI%20Fact%20Sheet>>; il precedente “MUBI Fact Sheet, February 2014” non è più consultabile.
3. Paul Filieri, Ruby Cheung, “Spotlight on MUBI: Two Interviews with Efe Çakarel, Founder and CEO of MUBI”, in Dina Iordanova, Stuart Cunningham (a cura di), *Digital Disruption: Cinema Moves On-line*, St Andrew Film Studies, St Andrew 2012, pp. 167-179, per la citazione pp. 169-170.
4. “Filosofia”, <<https://mubi.com/vision>>.
5. “What is MUBI”, <<https://mubi.com/faq>>.
6. *Notebook*, <<https://mubi.com/notebook>>.
7. Cristina Alvarez Lopez, Adrian Martin, “Manoeuvring”, *Notebook*, <<https://mubi.com/notebook/posts/manoeuvring>>.
8. “Diffondibile” è utilizzato come traduzione italiana di “spreadable”, concetto coniato da Henry Jenkins: “If it doesn’t spread, it’s dead”. Cfr. Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable Media. Creating Meaning and Value in a Networked Culture*, New York University Press, New York-London 2013, tr. it. *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano 2013.
9. “Where Else Is MUBI Available?”, <<https://mubi.com/platforms>>.
10. Per il concetto di “rilocalazione” cfr. Francesco Casetti, “The Relocation of Cinema”, *Necsus, European Journal of media studies*, n. 2, 2012, <<http://www.necsus-ejms.org/the-relocation-of-cinema/>>: “I would like to use the term *relocation* to refer to the process in which a media experience is reactivated and re-purposed elsewhere in respect to the place it was formed, with alternate devices and in new environments. (...) Thanks to a new medium an experience is reborn elsewhere, and the life of a media continues”.
11. Per il concetto di “rimediazione” cfr. Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts-London 1999, tr. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra vecchi e nuovi media*, Guerini, Milano 2002.
12. Andrea Resmini, Luca Rosati, “Oltre flatlandia: dal prodotto all’ecosistema. Un modello per la progettazione di spazi informativi multidimensionali”, in Claudio Bisoni, Veronica Innocenti (a cura di), *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, Mucchi Editore, Modena 2013, pp. 77-87, per la citazione p. 82.