

FROM DEEP

A VIDEO ESSAY BY BRETT KASHMERE
FROMDEEP.NET



“‘From Deep’ nasce da due mie passioni: la pallacanestro e l’hip-hop. Ho cercato di esaminare il rapporto tra basket e musica - e come è diventato quello che è ora. Il sottotitolo — ‘Un Saggio in Tre Parti’ — è un modo per creare delle aspettative verso il pubblico. Non è il tipico documentario, per cui definirlo un ‘saggio video’ è un modo per dire che è intenzionalmente soggettivo e discorsivo. Non è un tentativo di essere oggettivi e investigare il soggetto a 360°

fromdeep.net



Le immagini di LeBron James aprono "From Deep". Perché proprio lui?

"Non pensavo che LeBron avrebbe avuto un posto rilevante nel mio documentario fino a 'The Decision', nel giugno del 2010, quando ero già a metà delle riprese di 'From Deep'. Al tempo vivevo in Ohio, vicino a Cleveland, perciò capivo benissimo quanto fosse importante per la comunità, perché LeBron era considerato una sorta

di salvatore della patria. La sua rapida ascesa dai circuiti AAU fino alla fama NBA è stata un momento di svolta per il modo in cui gli atleti di livello 'amatoriale' vengono raccontati dai media sportivi. La sua intera vita cestistica è sostanzialmente testimoniata su pellicola: sappiamo e vediamo tutto di lui da quando ha 14 anni. Di questo aspetto volevo parlare in 'From Deep' ma anche dell'impressione che LeBron sia leggermen-

te diverso dalla maggior parte delle superstar che sono arrivate dopo Michael Jordan. Ritengo abbia punti di vista differenti su vari argomenti, ma non sempre ha potuto esprimerli. Era ed è certamente un valido businessman — tanto da aver influenzato pesantemente il modo in cui funzionano i rapporti di potere nella free agency. Ma c'è anche una certa profondità di pensiero e di riflessione su se stesso che ho trovato interessante.

Penso stia iniziando a rivelare un po' più di se stesso ultimamente, non solo con il ritorno a Cleveland e il desiderio di fare ammenda per 'The Decision', ma anche per le posizioni pubbliche assunte sui casi Donald Sterling e sulle recenti questioni sociali. È incoraggiante vedere che superstar come lui e Derrick Rose abbiano voluto indossare per primi la maglietta "I Can't Breathe" per far sentire la propria voce".



Basket, cinema e stereotipi razziali sono affrontati nelle citazioni di pellicole come “Hoosiers”, “White Men Can’t Jump” o “American History X”. Ce ne parli?

“I film commerciali raramente hanno un punto di vista critico o distruttivo nei confronti dello status quo della cultura dominante. Sono più un riflesso di quella stessa cultura e delle attitudini popolari del tempo in cui vengono girati. È molto più probabile che film del

genere rinforzino gli stereotipi che affrontano piuttosto che metterli in discussione. Le complicazioni e le contraddizioni razziali non sono facili da affrontare a livello di narrazione — l’argomento della razza è completamente ignorato in “Hoosiers”, ad esempio. Gli stereotipi sono una scorciatoia semplice da sfruttare — perciò nei film, tutti i giocatori bianchi sono sinonimi di Larry Bird, uno che, tra l’altro, non aveva assolutamente il classico ‘gioco da bianco’ con cui viene

rappresentato nella cultura popolare. Lo stesso vale per altri campioni bianchi prima di lui — Pistol Pete Maravich e Rick Barry — o per giocatori successivi — Rex Chapman, Scott Skiles, Vlade Divac o Drazen Petrovic — fino ad arrivare a superstar più recenti come Jason Williams e Steve Nash. Il cinema mainstream però ha continuato a sostenere stereotipi razziali obsoleti e limitati anche se da tempo ormai sono stati smentiti dal campo”.



Pensi che senza il basket rap e l'hip-hop avrebbero avuto lo stesso successo e la stessa popolarità dal punto di vista culturale?

“Mi piace ribaltare la domanda: cosa sarebbe il basket oggi senza l'hip-hop? La relazione è vantaggiosa per entrambi, e ci dice molto della strada che hanno percorso insieme per raggiungere il successo globale di cui entrambi ora godono. Agli inizi dell'era hip-hop,

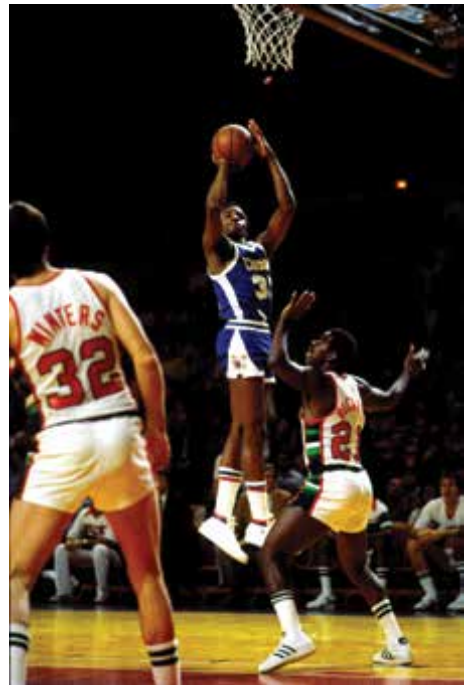
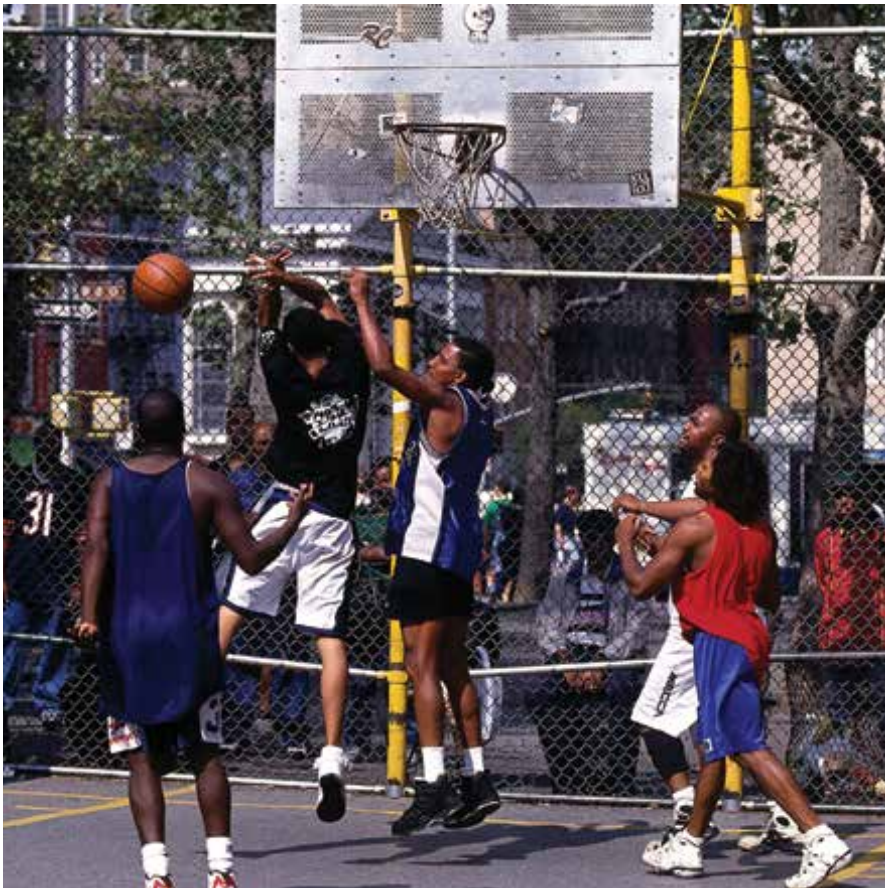
negli anni '70, la NBA non era la prospera azienda che è ora. Il basket universitario era molto più popolare, mentre le Finali NBA andavano in TV in differita la sera tardi, non in prima serata. La fusione tra rap e basket (fenomeni che enfatizzano l'espressione individuale e le capacità uno-contro-uno all'interno di una strutturazione di squadra o di gruppo) è iniziata a metà degli anni '80. Come succedeva con gli Harlem Globetrotter,

forma di entertainment usata spesso a supporto delle partite nei primi anni di vita della NBA, così allora alcuni rapper servivano da richiamo per certe gare, mentre i primi party hip hop andavano in scena sui playground di New York City. Oggi siamo arrivati a un punto in cui l'idioma hip-hop 'filtra' tutta la musica pop. Quello che era un genere ai margini è ora al centro della scena sociale: Ice-T e Ice Cube, una volta considerati elementi

pericolosi, sono adesso affermate star di show televisivi e film; Dr. Dre gira gli spot per Dr. Pepper dopo aver recentemente venduto Beats a Apple per tre miliardi di dollari; Drake è ambasciatore ufficiale dei Toronto Raptors; JAY Z è stato essenziale per il trasferimento dei Nets a Brooklyn. Il basket beneficia del successo dell'hip-hop tanto quanto (o forse anche più) di quanto l'hip-hop si sia avvantaggiato dalla sua relazione con il gioco.

In "From Deep" basket "pro" e basket "di strada" vengono trattati separatamente. Come mai?

"Volevo presentare due diverse facce della stessa medaglia: il basket come prodotto commercializzato pensato per un pubblico e il basket come attività di partecipazione sociale espressione di una comunità. Non considero il basket dei playground migliore o più significativo rispetto all'altro: ha un diverso significato sociale, più difficile da commercializzare. Le due parti però sono strettamente connesse: la NBA ha preso molto dal gioco di strada, fin dall'influenza della ABA e di stelle come Julius Erving e David Thompson. Allo stesso modo, i ragazzini di oggi al campetto cercano di imitare le stelle che vedono in televisione. Le due pallacanestro si nutrono l'una dell'altra. La cosa che non mi piace è la crescente professionalizzazione dello sport giovanile: i ragazzini vengono reclutati sempre più presto, le aziende sportive finanziano le squadre giovanili. È un sistema di sfruttamento che va a vantaggio di pochi".



Descrivi Michael Jordan come un “tipico prodotto dell’establishment”, esempio di “pubblicità vivente” — non esattamente le parole solitamente associate a MJ. Come mai?

“Non sono mai stato un tifoso di Michael Jordan, nasco come fan dei Detroit Pistons per cui può darsi che — magari anche inconscia-

mente — sia predisposto ad affrontare la sua carriera in maniera più critica di altri. Jordan è il primo atleta al mondo totalmente *griffato* da un’azienda. Era prima di ogni altra cosa un fedele ‘soldato’ Nike. L’esempio più famoso e citato risale a quando si rifiutò di sostenere pubblicamente un candidato afroamericano di spicco che era in corsa contro un

noto senatore razzista, Jesse Helms, nel suo stato natale del North Carolina, giustificandosi con la frase: *‘Anche i repubblicani comprano le scarpe’*. Oppure quando utilizzò la bandiera USA sul podio olimpico 1992 per coprire il logo della Reebok. Poi ci sono stati gli spot televisivi con lui e Spike Lee, che hanno spinto entrambe le loro carriere in maniera

incredibile, consolidando l’immagine di Jordan come icona pop sicura di sé e *cool*. Ha senza dubbio creato un nuovo modello a cui ispirarsi per tutti i giovani atleti. In contrasto con questa immagine, sicuramente diversi, ci sono giocatori come Kareem Abdul-Jabbar e Allen Iverson, storicamente più interessati ai risvolti politici delle loro figure”





Cosa ne pensi del modo in cui si esprimono i campioni di oggi?

“Uno degli argomenti che affronto nel documentario è il rapporto tra pubblicità e sport professionistico, anche qui esemplificato nel personaggio ‘Air Jordan’, che a mio avviso ha avuto un effetto de-politicizzante sullo sport contemporaneo. I giocatori oggi vengono sottoposti a un’enorme pres-

sione aziendale e finanziaria per astenersi da qualsiasi opinione che vada al di là del sentire comune. *‘Zitto e gioca’*, è in pratica il messaggio costantemente trasmesso loro da tifosi e datori di lavoro. L’elezione di Barack Obama alla Casa Bianca nel 2008 ha cambiato un po’ le cose, permettendo a una generazione più giovane di atleti afroamericani di esporsi maggiormente per un candidato più vicino a loro in

termini di età, esperienze di vita, credo politico e interessi (da parte sua Obama ha sfruttato intelligentemente la sua passione per il basket durante tutto il mandato). Credo che gli episodi recenti legati a Donald Sterling ai Clippers e successivamente a Bruce Levenson agli Hawks abbiano evidenziato una nuova attenzione e consapevolezza riguardo argomenti di rilevanza sociale. Parlo di ingiustizia razziale

o di sistematica de-umanizzazione dei maschi afroamericani negli Stati Uniti, fenomeno culminato nelle uccisioni di Trayvon Martin, Michael Brown, Tamir Rice e Eric Garner — tutti maschi neri non armati. Non è una coincidenza quindi che oggi i giocatori si sentano in dovere di indossare la maglia “I Can’t Breathe”, ma ci sono voluti anni per arrivare a questo momento”.

Dal dress code (definito un modo per “de-urbanizzare e controllare l’immagine dei giocatori”) alla deriva fashion di molti giocatori. Che ne pensi?

“Uno degli effetti del dress code implementato nel 2005 è stato di allontanare i giocatori da un look di strada (felpe con cappuccio, jeans larghi, cappellini da baseball, sneakers, etc.) per dar loro un look “rispettabile”, da businessmen, includendo vestiti firmati e accessori di lusso, o altri simboli che rappresentano status e potere (l’influenza di uno come JAY Z è anche qui significativa). Ora si vedono giocatori che si interessano all’alta moda piuttosto che quella che noi chiamiamo “hipster fashion” (che ha dato vita al meme del “herd figo”), che utilizza accessori sgargianti e colori accesi. Sono tutti simboli di benessere economico, un’immagine affidabile e divertente che la NBA non ha problemi a promuovere. È anche da notare che i giocatori NBA hanno corpi molto particolari: i loro vestiti devono essere tutti fatti su misura, dettagli che li spinge ancor di più verso look disegnati appositamente per loro. La Lega cerca di ottenere il meglio da entrambe le associazioni: usa l’hip-hop come strumento di marketing per attrarre un ampio spettro di tifosi, in particolare giovani maschi bianchi, ma allo stesso tempo non vuole sembrare *troppo* hip-hop, nonostante gli stereotipi attorno al rap stiano largamente scomparendo e il genere sia evoluto verso uno stile pop più urbano. I giovani gangster rapper di ieri sono oggi amabili uomini d’immagine, stelle della TV per cui è facile simpatizzare”.





Il documentario si conclude definendo il basket come “il vero sport americano del XXI secolo”. Perché?

“È una combinazione di fattori. Il primo è che la partecipazione giovanile al baseball è in declino da anni, in particolare nelle città più grandi. Non è uno sport particolarmente adatto all’ur-

banizzazione: ci vogliono grandi spazi, tanta gente e delle attrezzature specifiche per giocare. Il football americano è stato lo sport del XX secolo: nonostante sia ancora enormemente seguito a livello di pubblico, si trova ai primi stadi della sua inevitabile scomparsa, dovuta ai rischi per la salute a lungo termine (com-

mozioni cerebrali e altro). L’hockey è principalmente regionale e dipende da una serie di condizioni atmosferiche. Il basket invece è flessibile, accessibile, e più sicuro rispetto agli altri giochi. Il calcio è simile da questo punto di vista, ma il basket è stato inventato qui ed è strettamente legato alla crescita di questo

Paese. Credo che alla radice del suo successo attuale ci siano una combinazione di fattori: i nuovi media, l’appeal televisivo del gioco, la facilità di commercializzazione delle stelle, oltre alla diffusione del basket nei playground di tutte le città e la facilità con cui si può giocare”.