

La Rete stregata

The Blair Witch Project, ovvero come allestire su Internet una campagna promozionale attorno ad un film e farlo divenire un cult negli Stati Uniti.



E' un documentario, è tutto vero, è finto... non si sa: questi gli interrogativi attorno a cui è ruotata per mesi la curiosità degli spettatori americani. L'idea è nata a due studenti della Central Florida University, Eduardo Sanchez e Daniel Myrick, i quali hanno realizzato il film con solo sessantamila dollari. La storia è semplice: nel 1994 tre giovani (Michael Williams, Joshua Leonard, Heather Donahue) e aspiranti registi scompaiono in un bosco del Maryland mentre stanno girando un documentario per la scuola su una strega locale, Elly Kedward.

Ciò che resta dei tre ragazzi prova la causa loro scomparsa: quello che hanno filmato con una 16 mm e una piccola videocamera. In pratica, *The Blair Witch Project* è una soggettiva costantemente dilatata dei tre che si perdono tra gli alberi e che vengono trascinati in una spirale di crescente terrore.



La strega tanto cercata rimane invisibile, ma lascia tracce di sé tanto più inquietanti, sotto forma di strane composizioni di rami secchi. Il crescendo di "voci" attorno al film iniziò all'ultimo Sundance Film Festival, dove venne proiettato per la prima volta: le major snobbarono questo prodotto, un thriller atipico, dal bassissimo budget e privo di effetti speciali. Lo acquistò invece la **Artisan Pictures** che prese possesso del sito Internet (<http://www.blairwitch.com>) dedicato al film e vi ricamò intorno, come se fosse un vero documentario, informazioni sul caso dei tre ragazzi scomparsi: rapporti della polizia, il diario della ragazza, foto delle loro auto abbandonate, una storia della strega che risale al '700 sono stati gli ingredienti che hanno costruito l'accattivante mitologia "dietro" al film. Il sito era visitato da 2 milioni di curiosi al giorno. Prima ancora di uscire nelle sale cinematografiche, *Blair Witch* aveva un enorme stuolo di fan e tutto ciò senza nemmeno un trailer, o uno spot pubblicitario alla tv. Oggi i siti si sono moltiplicati, all'insegna di downloads, FAQ e Webring: tutti i mass media americani parlano ormai di questo **piccolo capolavoro di marketing cinematografico nato da Internet**. Esistono prodotti derivati (un fumetto, un CD), merchandising per collezionisti (gli stecchetti di legno intrecciati dalla strega) e improvvisati esploratori stanno visitando i boschi del Maryland, ormai divenuti meta di un affollato turismo cinematografico.

**Link:**

Pagina ufficiale: <http://www.blairwitch.com>

Copertura su Yahoo.com:

http://fullcoverage.yahoo.com/Full_Coverage/Movies/The_Blair_Witch_Project

Guide per fans: <http://tbwp.freesevers.com/> <http://come.to/theblairwitchproject>