

El Fenomen Lebowski: de la gran pantalla al futbol italià



Grau en Comunicació Cultural

Autor: Adam Domènech Serra

Tutor: Àngel Quintana Morraja

Juny 2022

ÍNDIX

1. Resum.....	3
2. Introducció.....	4
2.1. Justificació i objectius.....	5
2.2. Metodologia.....	7
3. El fenomen fan.....	8
3.1. Què és un fan?.....	8
3.2. El fandom.....	11
3.3. Estereotips socials del fan.....	12
3.4. Tipologies i nivells de fan.....	13
4. El Gran Lebowski (1998).....	17
4.1. El cinema independent americà dels noranta.....	17
4.2. Els germans Coen.....	22
4.3. La pel·lícula.....	27
5. Lebowski Fest (2002).....	31
5.1. El fenomen fan i l'era digital.....	31
5.2. Els <i>Achievers</i>	33
6. El Dudeisme (2005).....	36
6.1. Ideologia i Religió.....	36
6.2. El Dudeisme.....	38
7. Centro Storico Lebowski (2010).....	41
7.1. <i>Against Modern Football</i> i contracultura.....	42
7.2. El club.....	45
7.3. El fitxatge d'una estrella.....	49
8. The Jesus Rolls (2019).....	50
8.1. Un <i>spin-off</i>	50
8.2. El film.....	54
8.3. L'estrena i la crítica.....	56
9. Conclusions.....	60
10. Bibliografia.....	63

1. Resum

El Fenomen Lebowski: De la gran pantalla al futbol italià és un treball d'investigació que té per objectiu principal investigar i exposar fins a on ha arribat el cas del fenomen fan sorgit arrel de la pel·lícula dels germans Coen *El Gran Lebowski* (1998), la qual és considerada la primera pel·lícula de culte de l'era digital. Començarem per comprendre el significat del concepte fan i descobrir-ne la seva història, per tal de posar-nos en context. En segon lloc, farem un repàs del cinema independent americà de la dècada dels noranta, per arribar fins els Germans Coen i la seva comèdia. Seguidament, com el mateix títol del treball indica, anirem descobrint en ordre cronològic com ha evolucionat el Fenomen Lebowski, des del seu naixement l'any 2002 a una pista de bitlles de Louisville, passant per Tailàndia amb la creació d'una nova manera de veure la vida. Per acabar, aterrem a Itàlia l'any 2010, enmig d'un camp de futbol sota el sol de la Toscana, on va néixer un club molt especial, i més de vint anys després de l'estrena del film que va generar tot aquest moviment, retornarem a les sales de cinema, en aquest cas a Roma, gràcies a John Turturro.

Paraules clau

Fandom, Coen, Lebowski, Achievers, Dudeisme, Against Modern Football, Turturro.

2. Introducció

«Vull parlar-vos d'un paio que vivia per allà, a l'oest. Un paio anomenat Jeff Lebowski, almenys aquest era el nom que li van posar els seus estimats pares, però mai va saber ben bé què fer amb aquest nom. Aquest Lebowski es feia dir el Notes, sí, el Notes. Al meu poble ningú es posaria aquest nom. Hi havia coses del Notes que per mi no tenien gaire sentit, i opino el mateix de la ciutat on vivia, potser era aquesta la raó per la qual aquell condemnat lloc em va semblar tant interessant. L'anomenaven la ciutat de Los Angeles, però jo no me'n vaig emportar aquesta impressió, tot i que reconec que hi ha bona gent per allà i us enganyaria si diguéssiu que he estat a Londres, ja que mai he trepitjat França i no he vist cap reina curta de roba, com va dir aquell, però us diré una cosa, després de conèixer Los Angeles, aquesta història que em dispo a explicar, crec que he vist la cosa més sorprenent que hagin pogut veure en un d'aquests llocs, així que ja em puc morir amb un bon somriure, sense tenir la sensació de que Déu nostre senyor me l'ha jugat. Bé, doncs aquesta història que us explicaré va tenir lloc a principis dels anys noranta, eren dies de conflictes amb Saddam i els iraquians, només ho menciono, perquè a vegades hi ha un home, no vull dir un heroi perquè, què és un heroi? Però a vegades hi han homes, i aquí em refereixo al Notes, a vegades hi ha un home, que és l'home del moment i el lloc, està al seu lloc, i aquest es el Nota, a Los Angeles, i encara que sigui un autèntic gandul, i el nota certament ho era, segurament era l'home més gandul del comptat de Los Angeles, i això el converteix en ser el favorit a home més gandul del planeta. Però a vegades, hi ha un home, hi ha un home, vaja, he perdut el fil...»

(Coen, Joel i Ethan. *El Gran Lebowski*, 1998)



Imatge1: Fotograma de "El Gran Lebowski" (1998).

Ens trobem, ni més ni menys, davant la reflexió que dona el tret de sortida a la pel·lícula que motiva aquest treball final de grau dels estudis de comunicació cultural. Hem cregut oportú començar d'aquesta manera perquè aquestes frases permeten endinsar-se en el món "Lebowskià" i començar a captar el tarannà que caracteritza Joel i Ethan Coen com a directors del film al llarg de tota la pel·lícula. Des d'un bon inici, tal com ens mostra el text inicial, els germans Coen aconsegueixen descol·locar l'espectador plantejant preguntes que resumeixen molt bé el que acabarà passant: "Què és un heroi?", es planteja Sam Elliott, l'estrany narrador del film. Doncs, seguint amb la dinàmica de llançar preguntes a l'aire, la qüestió principal que es planteja aquest treball és la següent: Fins on ha arribat el fenomen Lebowski? I sota el meu parer, en la investigació que es desenvolupa en les següents pàgines, se n'aconsegueix treure un possible entrellat.

El Gran Lebowski és el títol de la vuitena pel·lícula dirigida, produïda i escrita pels germans Joel i Ethan Coen. Un llargmetratge que, a finals del anys noranta (1998), va arribar a la gran pantalla sense pena ni glòria, però que a mesura que ha passat el temps, ha aconseguit posicionar-se ben amunt a les llistes de les millors pel·lícules de culte del Hollywood modern i, fins i tot, essent considerat un dels primers films de culte de l'era digital, esdevenint així tot un fenomen.

Així doncs, aquest treball es centra en estudiar i, sobretot, investigar l'evolució del que hem batejat com «el fenomen Lebowski». Un fenomen ben curiós engendrat pels fans, arrel del propi film que, sorprenentment, avui dia encara es manifesta a diferents llocs del món, tot i fer més de vint anys de l'estrena de la pel·lícula.

2.1. Justificació i objectius

Em considero un amant del cinema i aquest fet ha estat decisiu en l'elecció del tema per desenvolupar el meu Treball Final de Grau. Així doncs, he optat per realitzar un extens anàlisi del fenomen fan generat per la pel·lícula El Gran Lebowski, atès que tot l'univers ideat pels Coen i plasmat en aquest audiovisual em genera un gran interès i admiració.

En sóc un fan més, per això ha estat un plaer poder investigar sobre aquest fenomen i, de fet, aquest treball m'ha brindat una bona oportunitat per introduir-me una mica més dins del món dels fans, coneixent de ben a prop el moviment que ha sorgit a través d'aquest film.

D'altra banda, crec que aquest tema també pot tenir un interès acadèmic especial, ja que al llarg de la recerca que he portat a terme no he trobat cap investigació sobre el cas del Gran Lebowski, un fenomen que sorgeix d'un film de culte, poc comercial i, en termes generals, bastant desconegut pel públic.

Si bé, és cert que s'han realitzat diverses investigacions sobre el fenomen fan, la majoria dels estudis que s'han portat a terme, d'acord amb un context de produccions pròpies d'una cultura de masses globalitzada, se centren en l'anàlisi dels *Blockbusters*¹ més populars. Qui no coneix la saga *Harry Potter*, *Star Wars*, o *Game of Thrones*? Aquests són només alguns dels exemples dels fenòmens populars més mediàtics.

En l'altre extrem, hi trobem pel·lícules considerades "de culte", que tot i que també han generat un fenomen fan, són menys conegudes per la majoria, com per exemple, *Pulp Fiction* de Tarantino, *Clockwork Orange* de Kubrick o la pel·lícula que protagonitza aquesta investigació, *El Gran Lebowski* dels Coen.

Tal com ja s'ha esmentat, l'objectiu principal del treball és conèixer a fons el fenomen Lebowski i aconseguir recollir el màxim d'informació sobre tot el que envolta aquest film, així com tot el que aquest ha generat a través dels seus fans.

Per poder aconseguir l'objectiu principal i a fi d'acostar-se al nucli de la investigació, s'han hagut de plantejar uns objectius secundaris.

El primer objectiu és analitzar el concepte ampli del terme fan i tot el que aquest comporta, aprofundint en què representa ser un fan i examinant l'evolució del significat d'aquest mot fins a dia d'avui, per tal de determinar si realment el fenomen Lebowski pot ésser considerat un fenomen fan.

El segon objectiu és fer una aproximació al context històric del film i exposar el que representen els germans Coen dins del món del cinema, analitzant què té d'especial la pel·lícula *El Gran Lebowski* per haver desembocat en un fenomen fan.

¹ Pel·lícules d'alt pressupost i de grans ingressos, produccions excepcionals en el plànol financer, material i humà.

Per últim, el darrer objectiu és fer un recull de totes les activitats generades pels fans de El Gran Lebowski amb relació al film. Aquesta compilació s'ha fet seguint un ordre cronològic aplegant totes les dades des de l'estrena del film fins l'actualitat amb el propòsit d'obtenir una visió històrica del fenomen.

2.2. Metodologia

Primerament, per tal de recollir les dades necessàries per desenvolupar la recerca, s'ha portat a terme una revisió documental o bibliogràfica, a través de la qual hem pogut aproximar-nos a l'estat de la qüestió. Concretament, la investigació que s'ha portat a terme ha estat dedicada a disciplines com la sociologia i el cinema, posant èmfasi en els estudis al voltant dels fenòmens fan i el cinema independent americà dels anys noranta, especialment el dels germans Coen, el qual configura una de les bases de treball del marc teòric.

Per tal de fer una primera aproximació a l'estudi del concepte de fan i dels fenòmens fan, seguint la recomanació del catedràtic Angel Quintana, el qual ha tutoritzat aquest treball, s'ha utilitzat el llibre del sociòleg Henry Jenkins anomenat *Fans, bloggers y videojuegos*. Aquesta lectura, ha servit de primera presa de contacte amb el terme i el fenomen i a partir d'aquí s'ha pogut anar estirant el fil. A banda d'altres propostes bibliogràfiques relacionades amb l'objecte d'estudi, també s'ha apostat per fer una recerca exhaustiva a través d'Internet. En aquesta indagació, una de les troballes més interessants per desenvolupar l'anàlisi ha estat la proposta de l'investigador i sociòleg català Jordi Busquet, atès que les seves publicacions *Els escenaris de la cultura: formes simbòliques i públics a l'era digital*, *El sublim i el vulgar: els intel·lectuals i la cultura de masses* i *El fenomen de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica* m'han permès anar configurant bona part del marc teòric d'aquest treball.

Per aprofundir en el cinema independent americà dels noranta i la trajectòria dels germans Coen, gran part de la informació s'ha obtingut a través de diversos llibres d'experts cinèfils. *La dècada prodigiosa: Cine americano, años 90* on Carlos F. Heredero fa un bon recull de textos de diferents autors i la *Guia del cine independiente americano de los 90* de Susana M. Villalba i Miguel Juan Payan, han servit per entrar en el context històric de les bases del treball i acabar de configurar el marc teòric que articula la investigació.

Els llibres de Fernando de Felipe *Joel y Ethan Coen: El cine siamés* i *Los hermanos Coen* de l'Ian Nathan, a banda d'altres articles i textos d'autors diversos a la xarxa, han aportat informació significativa per acabar de conèixer a fons el cinema dels Coen i en especial del seu film, *El Gran Lebowski*.

Tota la recerca sobre el que ha generat el fenomen *Lebowski* s'ha realitzat a través de la xarxa, partint d'articles periodístics, documentals, i també tenint en compte molta informació aportada pels mateixos fans en les pàgines web creades per ells mateixos i també a les xarxes socials.

L'estructura del treball és la següent: primerament trobem el marc teòric, on es fa una definició del concepte general de fan i s'analitza la seva evolució. Seguim amb el tractament del context històric del film, el qual se centra en el cinema independent americà dels 90 i la trajectòria dels germans Coen. A continuació, s'analitza de manera detallada el film *El Gran Lebowski*, destacant les seves característiques més importants a nivell de guió, de personatges, etc. Finalment, la darrera part del treball centra la recerca en l'exposició de les diferents produccions generades pels fans, seguint un ordre cronològic des del naixement del fenomen fins l'actualitat, començant pel *Lebowski Fest*, passant pel *Dudeisme*, el *Centro Storico Lebowski* i acabant amb *The Jesus Rolls*, l'*spin-off* centrat en un personatge de *El Gran Lebowski*.

3. El Fenomen fan

3.1. Què és un fan?

Segons l'Institut d'Estudis Catalans, un fenomen és un “fet o esdeveniment observable, que es manifesta als sentits externs o a la consciència”. També pot ser un “fet o cosa extraordinària” o una “persona o animal que presenta una particularitat extraordinària”. A part d'aquests significats, El Gran Diccionari de la Llengua Catalana va una mica més enllà i afegeix: “En la filosofia de Kant, per oposició al *noümen*², tot allò que és objecte d'una experiència possible, en l'espai o en el temps” i relaciona la paraula fenomen amb

² En la filosofia de Kant, per oposició al *fenomen*, l'objecte de l'enteniment, pensat per aquest com a real i àdhuc com a condició de possibilitat del coneixement fenomènic, però que resta fora de tota experiència sensible possible.

la sociologia: “realitat o esdeveniment de caràcter social susceptible d’èsser analitzat científicament.”

Amb relació al terme fan, el DIEC no es complica i descriu la paraula de manera rasa i curta: “partidari, admirador incondicional, especialment d’un cantant, d’un artista, etc.” Per altra banda, el Gran Diccionari de la llengua defineix aquest mot com “algú afeccionat extremament a una cosa, admirador incondicional d’una persona, especialment d’un cantant, artista, etc.” Així doncs, inclou l’adjectiu extrem, moltes vegades interpretat de forma negativa, i ho relaciona amb la paraula fanàtic: “excessivament entusiasta, zelós, especialment en qüestions religioses, polítiques, etc.”, apuntant així cap a la història de la religions: “A l’Antiga Roma, il·luminat que freqüentava els temples i era propens a deliris místics” o també “sacerdot de Bel·lona³, de la Gran Mare o de diverses religions místiques.”

En síntesi i d’acord amb aquests referents, podem afirmar que un fan és un admirador d’alguna cosa o d’algú, una persona que gaudeix admirant i contemplant “x”, que ho agafa com a model i rep la influència d’aquest, ja sigui a través de l’aparença, dels seus actes o de la seva filosofia de vida.

Així doncs, probablement tots i totes hem sigut fans alguna vegada, ja sigui d’un artista musical, d’un esport, o una sèrie de televisió. Tot i les diferències semàntiques, tots els fans tenen en comú que viuen o segueixen amb intensitat algú o alguna cosa.

A nivell etimològic, el mot fan prové de la paraula francesa *fanàtiques*, la qual al seu torn té origen en el llatí *fanaticus* “inspirat, ple d’entusiasme”, derivat de *fanum* “temple”, referit als sacerdots de Bel·lona, Cíbele⁴ i altres deesses que es lliuraven sovint a manifestacions místiques violentes”. Amb això, podem deduir que el món del fan, tot i considerar-se un fenomen social bastant recent, té unes arrels molt antigues.

Segons afirma Jordi Busquet, doctor en sociologia, en el seu llibre *els escenaris de la cultura*, actualment s’utilitza el terme fan per fer referència als seguidors incondicionals de determinats grups musicals, equips esportius i, especialment, als admiradors entusiastes de les figures mediàtiques més destacades de cada àmbit.

³ Deessa romana de la guerra.

⁴ Deessa frígia de la fertilitat de la terra, anomenada també *Gran Mare*.

La seva forma abreviada, fan, va aparèixer per primera vegada als Estats Units a finals del segle XIX en descripcions periodístiques que retrataven als seguidors dels equips d'esports professionals (especialment bàsquet i beisbol) en una època on l'esport començava a deixar de ser una activitat predominantment comunitària per passar a convertir-se en un espectacle.

Segons Busquet, moltes vegades el col·lectiu fan és menyspreat o estigmatitzat per part dels erudits del món de la cultura. Aquestes persones, juntament amb altres investigadors, consideren que aquest fenomen va lligat a la cultura de masses i que la seva qualitat és molt discutible.

“La paraula fan arrossega unes connotacions negatives, cosa que fa que els membres de les diverses comunitats de fans puguin sentir-se incòmodes, atès que sovint són objecte de burla o d'escarni social. Hi ha poques formes i experiències culturals que tinguin en l'actualitat una reputació tant dubtosa.” (Busquet, 2012)

Cal diferenciar, el fenomen fan del món del *freaky*⁵, encara que tinguin alguns punts de contacte.

“Els fans no són *frikies*: individus estranys, curiosos, i solitaris. Els fans formen comunitats integrades per membres que comparteixen una mateixa afinitat i que en l'actualitat no estan localitzades en l'espai i el temps”. (Busquet, 2005)

El fan es sol relacionar amb un públic juvenil, replet de noies apassionades que van rere les estrelles de la música, del cinema, de la moda o de l'esport. Aquest tòpic simplista és recurrent i s'hauria d'observar el fenomen amb una mirada molt més àmplia, ja que en plena era digital del segle XXI, aquestes manifestacions cada cop són socialment més importants i més riques en continguts.

Aquest fenomen ha existit sempre però a dia d'avui és un gran element cultural i es troba en plena expansió. Gràcies a la xarxa d'Internet, tots els fans del món estan connectats i poden crear contingut o intercanviar-ne. En l'actualitat el fenomen és un element de

⁵ Forma molt utilitzada en registres col·loquials per expressar que una persona o una cosa és peculiar o inusual. Moltes vegades despectivament.

comunicació essencial entre els ídols mediàtics i els seus seguidors. Els creadors de contingut de cultura popular i cultura de masses han après a escoltar el que demanen els fans per treure'n uns beneficis i en el sector de les sèries i el cinema és on el fenomen s'ha estès més. Les plataformes de *streaming*⁶ s'han convertit en protagonistes de consum audiovisual i moltes sèries han aconseguit crear grans grups de fans a nivell global, fins el punt de convertir-se en elements socialitzadors, ja que són un tema de conversa molt recurrent. Per posar alguns exemples coneguts: les sèries *Games Of Thrones* i *The Walking Dead*, o la trilogia de *The Lord of the Rings*.

3.2. El Fandom

Segons Jonathan Thompson, catedràtic en sociologia a la Universitat de Cambridge: “El fenomen fan o *fandom* s’ha d’entendre com un fet social sorgit en el context ordinari de la vida quotidiana de les persones, que en determinats moments, gaudeixen de la seva afició de formes diferents, amb passió i en alguns casos obsessió, fent girar el seu dia a dia al voltant de la mateixa. Tots podem ser fans en una etapa o altra de la nostra vida, per exemple, col·leccionant fotos, vinils o samarretes, etc. O organitzant la nostra agenda en funció de la data d’un concert concret, un partit de futbol, o un esdeveniment del nostre interès.”

Així doncs, el *fandom* és un fet social profundament estructurat i normalitzat a la societat moderna. “Ser un fan representa tenir relacions de familiaritat no recíproques amb famosos, que donen sentit a les activitats que es realitzen dintre la comunitat dels fans.”

Thompson reconeix que aquest procés té una transcendència especial en l’època de l’adolescència, ja que els joves passen per una etapa de transició especialment intensa i tenen la necessitat de veure’s emmirallats en un referent, en aquest cas, en un ídol mediàtic. Això neix de la necessitat de trobar models o valors on refugiar-se i, que aquests els donin un sentit a la seva existència social. Aquesta necessitat es troba habitualment a la cultura de masses, la qual crea personalitats que estan per sobre de les altres.

⁶ Tècnica que permet la reproducció d’un arxiu de veu o d’imatge a mesura que es va transferint, generalment a través d’Internet.

Tot i que alguns sectors de l'opinió pública consideren el *fandom* com una xacra social, només es podria parlar de trastorn en alguns casos concrets, quan l'individu pateix una obsessió compulsiva que li fa perdre el control sobre la seva pròpia vida. Aquestes, però, són situacions extremes i molt poc habituals.

3.3. Estereotips socials del fan

Henry Jenkins, sociòleg i un dels principals investigadors dels fenòmens fan, apunta que els mitjans de comunicació de masses o el propi cinema sovint mostren la part més negativa dels fans, com una mena de patologia social, molt malaltissa:

“Les notícies ens solen presentar al fan com un psicòpata amb fantasies frustrades de mantenir relacions íntimes amb estrelles o amb desitjos no complerts per ser una estrella amb tics violents i antisocials. En són un clar exemple el tractament mediàtic de les accions homicides de Charles Manson (fan de The Beatles) y Dwight Chapman (fan de John Lennon). Ambdós casos parteixen d'una idea estereotipada del fan com algú emocionalment inestable, socialment inadaptat i perillós, allunyat totalment de la realitat.” (Jenkins, 2010)

Com ja s'ha esmentat, la societat té la costum d'atorgar una connotació negativa a la paraula fan. Jenkins anomena un d'aquests estereotips com “el de l'àtic”: aquest estereotip es caracteritza per ser una persona solitària que li costa encaixar amb el seu entorn i per això s'obsessiona amb algun producte cultural específic. El perillós d'això és que la seva passió els porta a pensar que només podran estar a prop del seu ídol a través d'accions imprudents o descontrolades com l'abús o la violència, esdevenint així una amenaça real. Aquesta imatge la podem trobar a moltes pel·lícules de suspens o policíaqes on el fan sol tenir el paper de principal sospitós o d'assassí. N'és un clar exemple el film *Misery* (1990), pel·lícula del director Rob Reiner, on una fan segresta el seu escriptor preferit i l'obliga “de males maneres” a escriure una novel·la nova.

No obstant, també existeix la versió d'un fan més “light” que el definit anteriorment. Una persona que no es sent còmoda, satisfeta o integrada a la seva rutina quotidiana amb els amics, la parella o els companys de feina. “Aquestes persones s'amaguen rere un món de fantasia personal que substitueix els actes decisius que no poden dur a terme en la seva vida diària.” (Jenkins, 2010)

També trobem el prototip més clàssic: aquelles multituds que criden i embogeixen quan tenen el seu ídol a prop, com les fans dels Beatles als anys seixanta.

Cal tenir present que tots els estereotips estan condicionats pels gustos personals, i al seu torn, aquests gustos poden arribar a crear discrepàncies entre diferents grups de fans que tenen el mateix referent. Les persones que comparteixen un ídol sentiran que formen part d'un mateix grup, establint una connexió especial i considerant-se normals. I el que alguns veuen com un producte de qualitat, n'hi ha d'altres que ho veuen com un desafiament a l'obra o al propi autor. En aquestes situacions és complicat trobar un punt mig ja que ningú vol retratar-se i canviar la seva opinió. Com diu Jenkins: "la cultura dels fans suposa un desafiament a la naturalitat i a la convivència de les jerarquies culturals dominants, un rebuig a la autoritat de l'autor i una violació de la propietat intel·lectual".

3.4. Tipologies i nivells de Fan

En aquesta dissecció de tipologies de fans també cal fer referència a la proposta de dividir els fans en *lukers*, tertulians i creadors. Els *lukers* són els seguidors que no produeixen res i només consumeixen el contingut dels altres sense comentar-ne res al respecte. Els tertulians són seguidors actius que parlen, debaten i aporten opinions sobre els productes dels altres. Pel que fa als creadors, són els que elaboren continguts originals, adoptant així la tasca d'alimentar tant a *lukers* com a tertulians.

Per altra banda, Jenkins afegeix que dins d'un grup de fans d'un producte audiovisual s'hi poden trobar *cinc nivells* diferents d'activitat fanàtica.

El primer nivell és la recepció del producte. En funció de com es desenvolupa aquesta rebuda es pot discernir si la persona pot ésser considerada un fan o un simple aficionat.

"La diferència es troba en el grau d'intensitat o d'implicació emocional de la persona que està consumint el producte. El fan no reacciona amb indiferència al producte, sinó que dedica un temps a buscar el seu significat, a entendre bé la trama i la temàtica la qual, a posteriori, afectarà d'alguna manera o altre la seva visió de la realitat o el seu dia a dia."
(Jenkins, 2010)

El segon nivell està relacionat amb les crítiques i les interpretacions dels fans durant la seva implicació en el procés de consum. Els seguidors més enganxats o emocionalment alterats no poden jutjar durament el producte ja que no poden ser objectivament crítics.

Amb les diferents obres audiovisuals es generen interaccions i interpretacions individuals i personals que s'intercanvien i poden derivar en opinions o pensaments col·lectius.

“Un mateix només es pot apropiat de les històries comercials quan aquestes agafen una forma que poden ser compartides amb altra gent, i l'acte repetitiu de tornar a explicar, com l'acte de tornar a llegir, contribueix a mantenir la immediatesa emocional que va despertar inicialment l'interès dels fans.” (Jenkins, 2010)

Els debats que es produeixen a una comunitat de fans sobre un tema o personatge poden tenir un caràcter tan intens i emocional que qualsevol debat sobre alguna cosa fictícia pot acabar convertint-se en una discussió sobre problemes socials o personals de la vida real.

Alguns dels temes més freqüents estan relacionats amb el gènere, la sexualitat, o el racisme. Cassandra Amesley, una reconeguda investigadora d'estudis culturals i moviments socials (Jenkins, 2010) va demostrar com els fans consideren que els personatges ficticis són al mateix temps “reals i construïts” i tracten a l'audiovisual amb “incredulitat suspesa” i “distància irònica”. D'aquesta manera, els personatges posseeixen la dualitat de ser gent real, amb la seva pròpia història i psicologia, però també una construcció fictícia on els seus defectes són fruit del procés de creació o de la motivació oculta dels productors.

Moltes vegades els fans volen investigar i descobrir els secrets que hi ha al darrere d'una producció cinematogràfica. Saber com i perquè s'ha fet, la raó del perquè s'ha fet i la manera com s'ha fet. L'objectiu no n'és cap altre que disposar del màxim d'informació possible per poder-se distanciar d'aquesta part més emocional i conèixer de manera més objectiva la pel·lícula.

El tercer nivell fa referència a la formació de la comunitat social. Les interpretacions d'un producte audiovisual solen realitzar-se en col·lectiu, entre els membres d'una comunitat, així doncs, la relació amb els altres fans és un aspecte fonamental a l'hora de ser fan.

Per crear una comunitat o per entrar a formar-ne part, els fans comencen a assistir a les estrenes d'una pel·lícula al cine o a les *première*⁷. Molts no es coneixen entre ells però això no impedeix que interactuïn i es relacionin, ja que comparteixen el gust pel mateix producte. En altres ocasions, es realitzen reunions en petit comitè, que encara que siguin de caràcter privat i amb poca afluència de gent comporten una forta interacció entre fans.

Jenkins assegura que els fans són conscients que viuen en un món ple d'oportunitats i possibilitats, però també amb problemes i limitacions. Mentre a la societat els valors d'amistat, comunitat i pertinença s'estan perdent, en el món fandom aquests esdevenen més forts i persisteixen. Aquests llaços entre membres són un factor clau per l'activitat d'un fandom. Els nous integrants reben ajuda dels més experimentats per entendre el funcionament intern i les interpretacions col·lectives que es generen sobre les diferents temàtiques, narracions i personatges de les projeccions.

La quarta etapa de l'activitat fanàtica es basa en les produccions dels propis membres de la comunitat. Es porten a terme deduccions i interpretacions de la peça audiovisual i després es procura arribar a un consens. Moltes vegades, existeixen discrepàncies entre els membres del grup, però això no és percebut com quelcom negatiu o que trenqui la cohesió de la comunitat, ans al contrari, totes les visions són acceptades mentre respectin la història i les seves característiques originals.

Una de les principals necessitats pel fan, així com per l'enriquiment i el desenvolupament del fandom al qual pertany, és estar informat sobre l'ídol a qui segueix i la seva comunitat. Un fan que ha visualitzat tota la filmografia del director, o depèn del cas, una saga completa, i en segueix la seva producció des de fa temps, sempre tindrà més coneixement per opinar amb criteri sobre aquest director i les seves temàtiques, estils i personatges. És a dir, tindrà una opinió més formada i vàlida.

Els fandoms més habituals des de fa anys són els *fanfics* i els *fanzines*⁸, els quals poden ser definits com publicacions o narracions originals de seguidors d'un film que deriven en una obra nova sense resoldre, o en un personatge nou, o en una escena o història nova. Aquests productes sorgeixen de l'admiració i al mateix temps de la frustració dels fans,

⁷ Primera difusió pública d'una obra cinematogràfica o teatral.

⁸ Publicació temàtica realitzada per fans i dirigida als fans, que fuig de les publicacions dels professionals.

en no veure complertes les seves expectatives per part del creador. És en aquest context quan són els mateixos fans els que recuperen interessos no explorats pels productors fent noves interpretacions, apropiacions i reconstruccions de les històries, tot modificant-les al seu gust. Moltes vegades, els fans creadors d'aquestes històries s'acaben convertint en protagonistes de la seva comunitat, rebent reconeixement i guanyant fama tant dins del grup com a la xarxa.

En l'actualitat, i gràcies a les xarxes socials, aquests fenòmens s'han estès molt i són compartits per fans de tot el món. Fins i tot, hi ha aplicacions especialitzades en aquesta matèria, com per exemple *Wattpad*, una plataforma online de lectura i escriptura de textos on els usuaris poden interactuar amb els seus autors preferits i poden compartir noves històries originals i comentar-les als fòrums de debat.

A part de textos, els fans artístics també elaboren muntatges fotogràfics, vídeos, o fins i tot videojocs sobre diferents temàtiques basades en l'estil del director o del film. Per aquestes creacions no reben cap benefici econòmic ja que les fan sense cap ànim de lucre, senzillament pel propi gaudi i per tots els seguidors del producte, convertint-se així en un nexa d'unió important dins la comunitat i creant la seva pròpia cultura:

"Els fans posseeixen potencial per expressar el seus compromisos socials i interessos culturals (...) existeix un cert grau d'afinitat entre els significats que produeixen els fans i aquells que poden trobar-se a través d'un anàlisi crític de la història original." (Jenkins, 2010)

L'últim nivell o fase és el propi activisme dels fans. Els fans són una demostració de l'audiència activa que tenen alguns directors o gèneres cinematogràfics. Aquesta activitat pot arribar a influir a les productores i els processos de gravació d'un film. Això pot suposar un avantatge pels cineastes i les productores ja que poden saber l'opinió d'un sector del públic i si tindran, o no, el seu recolzament. Tot i que pot passar el contrari, la productora pot intentar controlar als fans amb una altra idea i aquests revelar-se, tal com va succeir amb la productora Lucas Films i la seva pel·lícula *Star Wars*. Aquest film no va tenir l'èxit esperat degut a l'exèrcit de seguidors que es va rebel·lar davant la restricció de llibertat en les produccions dels fans.

La relació entre creador i espectador ha millorat molt amb el naixement de les plataformes digitals i la influència de les xarxes socials. Tot i que cal tenir present que aquesta evolució pot ser perillosa, ja que pot propiciar que qualsevol contingut es faci viral en un instant. Encara que aquest contingut es censuri o s'elimini poc després, a partir de campanyes o l'ús de *hashtags*⁹ a *Twitter*, *Instagram*, *Twitch* o *Facebook* els fans poden aconseguir pressionar als directors perquè produeixin les seves propostes o influenciar el propi autor de l'obra fins al punt d'arribar a fer-li canviar l'obra en favor seu, per tal d'ajustar-la al seu gust.

4. El Gran Lebowski (1998)

4.1. El cinema independent dels 90

El cinema independent americà es va iniciar a finals de la dècada dels quaranta, degut a un seguit de decisions judicials “antimonopoli”, que van obligar als estudis de Hollywood a reduir els seus percentatges de benefici. A partir d'aquest moment, el poder dels estudis i la seva omnipotència en tots els processos comercials de la indústria, producció, distribució i exhibició, es van veure truncats, obrint pas a noves empreses.

Al mateix temps, la televisió va irrompre amb força com a competència al món audiovisual i algunes estrelles de Hollywood van crear les seves pròpies companyies productores per tal de guanyar independència dins el sistema. Aquests van ser alguns factors més que, juntament amb la resta de cineastes i productores independents del moment, van configurar un “Nou Hollywood” molt allunyat del que es coneix com el Hollywood de “l'època daurada”.

Als anys quaranta i cinquanta, bona part de l'art de París es trasllada a Nova York, i lligat a altres moviments artístics comencem a aparèixer cineastes que fan obres de cinema experimental, un exemple seria la Maia Deren. Al mateix temps comencen a produir-se circuits de cinema alternatiu, n'és un exemple el director John Cassavetes (que durant els anys seixanta recull tota una cultura) amb *Shadows* (1959). Tots aquests creadors es mouen en aquest circuits i no tenen res a veure amb “la indústria” gran del cinema. Els sindicats també son responsables de la creació d'aquest cinema independent.

⁹ Paraules clau que els usuaris utilitzen a les xarxes socials per relacionar continguts i viralitzar un tema concret.

També sorgeix l'anomenat cine de sèrie B, que són estudis petits de baix pressupost. Al principi, aquest és un cinema molt al marge del sistema que neix a partir de formes alternatives. A finals dels vuitanta comencen a sortir pel·lícules independents que comencen a recórrer festivals. Tot aquest cinema independent dels noranta, els serveix a molts autors per entrar a la indústria. En aquest període, una destacada pel·lícula independent que triomfa és *El Mariachi* (1992) de Robert Rodríguez, el qual fa una pel·lícula que tot i tenir poc pressupost acaba obtenint una gran repercussió.

Tal com manifesten Susana M. Villalba i Miguel Juan Payán, a la seva *Guia del Cine Independiente de los 90*, on parlen dels inicis d'aquest fenomen elaborant una selecció de les pel·lícules més representatives d'aquesta dècada, tot això comença quan “a una sèrie de cineastes de la línia de Stanley Kramer i Otto Preminger, que estaven preocupats per ampliar els seus horitzons creatius amb nous components de crítica als convencionalismes socials, polítics, religiosos i racials, es van afegir al camp independent altres figures de caràcter més oportunista i inclinats al cinema de baix pressupost, com en Roger Corman.”

D'aquesta manera, amb aquestes idees de vessants diferents, es van crear les bases que fins a dia d'avui presideixen el que coneixem com a cinema independent americà. Per una banda teníem els cineastes interessats en utilitzar el cinema com a mitjà d'expressió amb inquietuds culturals i artístiques, i per l'altra, els que utilitzaven els mecanismes propis de la producció independent per produir pel·lícules de baix pressupost, que tot i això, eren susceptibles de funcionar com a producte de “consum” dins del cine de gèneres com el terror, “western”, policíac, o la ciència ficció, passant per l'erotisme, i fins i tot, la pornografia.

Villalba i Payán en destaquen com a exemple figures com Russ Meyer, David F. Friedman, Herschel Gordon Lewis o Robert Lee Frost entre altres, i consideren que l'eclosió del que es coneix com a “cinema d'autor” té com a punt de partida, Stanley Kubrick amb *Fear and Desire* (1963) i John Cassavetes amb *Shadows* (1959). En ambdós casos, aquests fan films amb històries que contenen elements autobiogràfics i temes quotidians, i que busquen els arguments lluny dels interessos narratius i visuals dels grans estudis.

Un dels grans estimulants que van influenciar tots aquests joves cineastes nord americans va ser la “*Nouvelle vague*”¹⁰ francesa, seguint el seu estil innovador d’explicar històries.

“De cop i volta, el cine es torna alguna cosa molt més tangible, mancat de glamour i de grans escenaris, vestuaris i maquillatges. Els temes i els personatges de les pel·lícules són més propers a la vida de l’espectador, indagant moltes vegades, en temes normalment considerats tabú per la indústria establerta.” (Villalba, Payán, 1996)

Als anys setanta, Roger Corman, totalment aliè als mecanismes de Hollywood, va tenir molt èxit, imposant una mirada independent i estimulante a directors com Arthur Penn, Philip Kauffman, Robert Altman, y Dennis Hopper, fet que el va portar, més endavant, a crear la seva pròpia factoria i que va servir de recolzament pels primers treballs d’uns cineastes que van escriure una brillant història durant la dècada dels setanta i vuitanta, com foren Francis Coppola i Martin Scorsese, seguits per David Lynch, Brian De Palma, George A. Romero, John Carpenter, Paul Bartel i John Mekas, sense deixar de banda, Woody Allen i la seva entrada triomfal a Europa.

Tot i això, no és fins als anys vuitanta que el cinema independent americà té la seva primera etapa d’èxit comercial. Villalba i Payán ens posen alguns exemples molt representatius d’aquesta explosió amb les següents produccions:

- Jim Jarmusch - *Stranger than paradise* (1984)
- Spike Lee - *She's Gotta Have It* (1986)
- Susan Seidelman - *Smithereens* (1982)
- Els Germans Coen - *Blood Simple* (1984)
- Alex Cox - *Repo Man* (1984)
- Steven Soderbergh - *Sex, Lies, and videotape* (1989)

Freqüentment, aquest cinema independent produït als Estats Units va servir de via d’entrada pels directors per accedir a les grans produccions de l’entramat de Hollywood.

10 La *Nouvelle Vague* (Nova Onada) és un moviment cinematogràfic aparegut a França al final dels anys cinquanta, el qual es caracteritza per anar en contra de les convencions i les estructures del cinema de masses.

Durant els anys noranta, un dels trets distintius del cinema independent nord americà va ser el seu augment de projeccions a les cartelleres, arribant a superar en alguns casos a les produccions d'elevat pressupost dels grans estudis. Un bon número de joves cineastes van trobar, finalment, una oportunitat per mostrar les seves inquietuds i expressar a través de la gran pantalla diferents visions de la vida, d'una manera molt més enriquidora que la que reflectia el cine comercial.

Un dels propulsors importants de la carrera d'aquests artistes va ser el *Sundance Film Festival*, que a dia d'avui és un dels festivals de cinema independent més importants del món. Aquest festival té el seu origen en el *Utah Film Festival*, que va néixer el 1978 enfocat a la presentació de pel·lícules antigues, retrospectives, i seminaris de realitzadors, com si fos un "institut del cinema". Però pocs anys més tard, el festival ja es va convertir en una porta d'entrada perfecte pel cinema que quedava fora del sistema de Hollywood, fomentant i recolzant els creadors independents. Un dels padrins del *Sundance* que va ajudar donar renom al festival va ser Robert Redford. El propi nom del festival prové del personatge que ell mateix va interpretar a la pel·lícula *Butch Cassidy and the Sundance Kid* (1969).

Els "fills del Sundance", el grup dels "pizza nights", els autors del "Smart-Cinema" o el "nou indie dels anys noranta" van ser algun dels noms que van rebre aquest grup de cineastes extraordinàriament brillants que van dirigir els seus primers films durant aquella dècada "gloriosa".

Com ens destaca l'historiador i crític de cinema Carlos F. Heredero a *La década prodigiosa: Cine Americano, años 90* (2018)

"se'ls anomeni com se'ls anomeni, el que emergeix clarament al voltant del 1989 i el 1990 és una brillant formada de directors que provenen - quasi tots - de l'extraradi de Hollywood i de la perifèria Indie més genuïna, que busquen preservar la seva independència costi el que costi i que aconsegueixen consolidar unes filmografies que poden considerar-se nítidament d'autor i que acabaran protagonitzant - a primera línia mundial - un dels períodes més apassionants de tota la història del cinema del seu país (l'última dècada del segle XX i les dos primeres del XXI)."

Wes Anderson, David Fincher, Darren Aronofsky, Spike Jonze, Sofia Coppola, Robert Rodriguez, Lisa Cholodenko, Sam Mendes, Rebecca Miller, Lana i Lilly Wachowski sense poder-nos oblidar de Quentin Tarantino. Aquests només són alguns dels directors coneguts que debuten en aquesta època, i cal demanar disculpes per no citar-ne molts més, però el cert és que la llista podria ser molt llarga i tot i així, de ben segur que ens en deixàriem, ja que en aquest període hi van haver molts debutants, amb una rica pluralitat, de diferents àrees de creativitat, de diversos gèneres i d'un nivell industrial variable.

A part de tots aquests debutants dels noranta, en aquesta època també destaquen figures essencials que, si bé ja havien debutat anteriorment, és en aquest període quan exploten i, de fet, sense ells, la “dècada prodigiosa” no seria el mateix. Estem parlant de directors de la talla de David Lynch, Gus Van Sant, o els germans Coen, per nombrar-ne alguns.

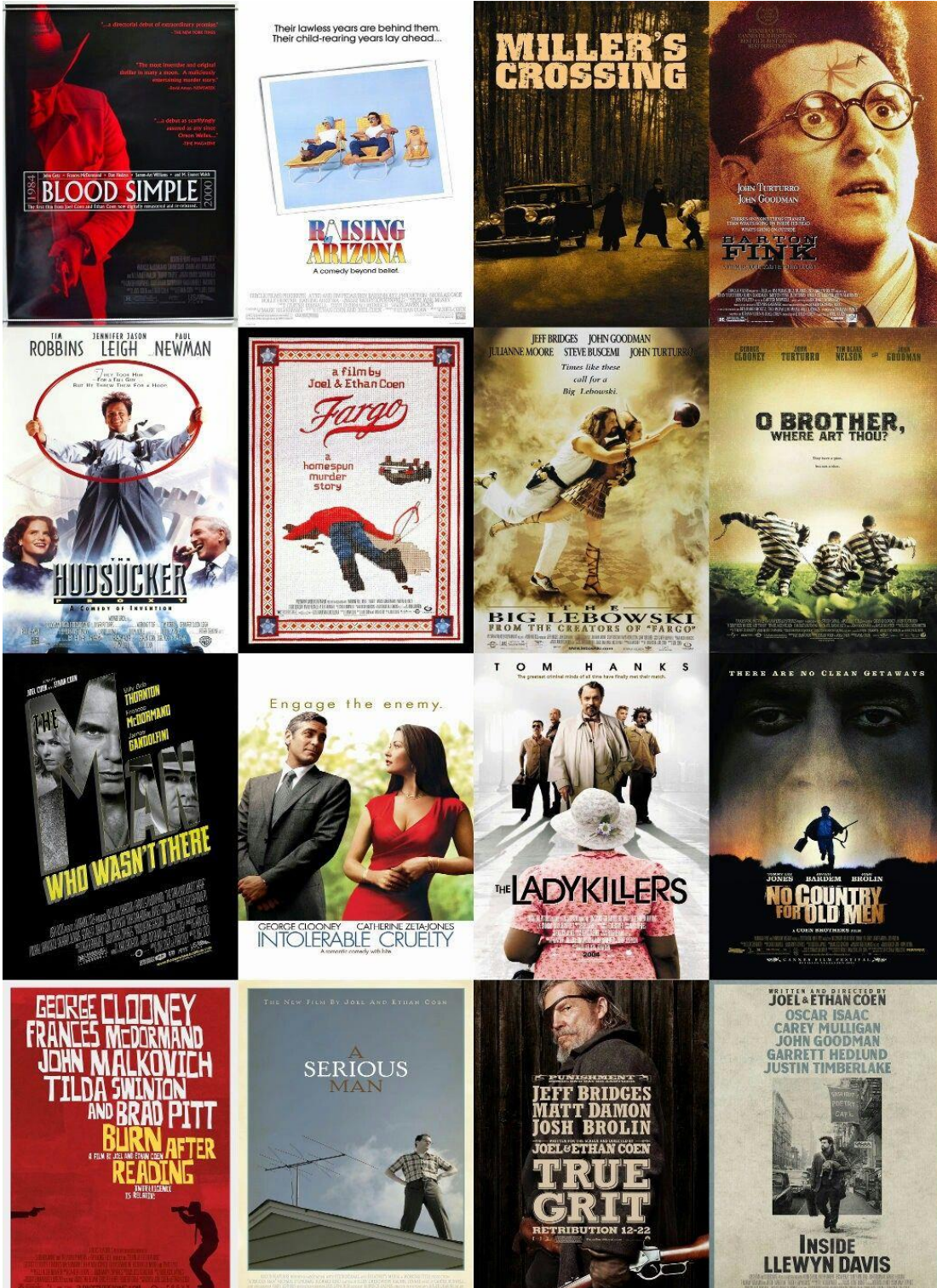
Carlos F. Heredero defineix aquesta generació de cineastes com “nens dels anys seixanta (col·legials en temps de John Cassavetes i Jonas Mekas¹¹), formats culturalment i cinematogràficament als setanta (la dècada de la fantasia segons Guarner). Són els fills de festivals cinematogràfics com el Sundance, els “pizza nights” dels videoclubs dels noranta, i esdevenen protagonistes del renaixement indi. Es caracteritzen per heretar les influències del New American Cinema, propi de la seva infància, per mantenir la vocació independent de les seves creacions i, com a espectadors del New Hollywood, per mostrar interès pel cine d'autor europeu i per la modernitat fílmica que arribava del vell continent.”

Així doncs, aquesta etapa fílmica s'emmarca entre dos fets històrics molt importants, la caiguda del mur de Berlin (1989) i l'atac terrorista d'Al-Qaida a les torres bessones (2001).

¹¹ Icones del cinema independent americà.

4.2. Els germans Coen

“Joel i Ethan Coen, els germans Coen, sense cap mena de dubte són éssers d'aquest món. Marcians, però d'aquest món. Inclassificables i imprevisibles, depriments a la vegada que fascinants.” (de Felipe, 1999)



Imatge2: Cartelleria de les pel·lícules dels germans Coen.

Joel (1954) i Ethan (1957) Coen són originaris de Minnesota i van néixer a la gran ciutat de Minneapolis. Fills d'Edward i Rena Coen, un professor d'economia de la Universitat de Minnesota i una professora d'història de l'art que exercia a la universitat estatal de St.Cloud.

Al principi, els germans Coen es limitaven a jugar amb la seva càmera rodant alguns curtmetratges en format super 8¹², tot divertint-se amb els altres joves del barri jueu on vivien, St Louis Park. Utilitzaven els seus amics com a actors i realitzaven *remakes* de títols de l'època com *The Naked Prey* (Cornel Wilde, 1966) i *Advise and Consent* (Otto Preminger, 1962).

Una de les seves fonts de cultura cinematogràfica prové principalment de la televisió, ja que la temperatura local de Minnesota era, i segueix sent, molt siberiana i amb prou feines s'hi podia fer vida fora de casa. Per això, durant la seva infantesa, els germans Coen es van alimentar de series i films de baix pressupost que s'emetien sense pausa a la petita pantalla des del final de l'Època Daurada de Hollywood. Aquelles pel·lícules interpretades per Bob Hope, Tony Curtis i Jerry Lewis, com la de *Boeing Boeing* (1965), que encara a dia d'avui és una de les seves preferides. Els Coen també es van fer fans dels actors dels primers llargmetratges de Walt Disney, com Don Murray, Dean Jones, Jim Hutton... És a dir, d'actors abans que de realitzadors.

Després d'acabar els seus estudis de secundària, Joel entra a l'Institut de Cinema i Televisió de Nova York i Ethan comença a estudiar filosofia a la Universitat de Princeton. El polifacètic, historiador i guionista Fernando de Felipe parla dels germans en el seu llibre *Joel y Ethan Coen: El Cine Siamés* (1999). De Felipe retrata molt bé com van ser els inicis i l'evolució dels germans Coen al món del cinema.

Joel és el primer dels germans que es comença a introduir en el món del cinema com a muntador, treballant en pel·lícules de terror com *The Evil Dead* (1981) de Sam Raimi i *Lucifer* (1981) de Frank LaLoggia. Joel s'estrena com a director amb *Blood Simple* (1984), un film escrit juntament amb el seu germà Ethan i muntat per tots dos creant el

¹² És un format de pel·lícula cinematogràfica que fa servir un pas de 8 mm i pensat per al mercat domèstic.

famós pseudònim de Roderick Jaynes. Ethan també s'ocupa de la producció, faceta que continua desenvolupant al llarg de tota la seva carrera.

Podem afirmar que *Blood Simple* (1984) és l'inici de tota una carrera, d'un projecte propi on s'homenatja al cinema negre americà des de la seva mirada personal i extravagant, amb un sentit de l'humor intel·ligent i un estil narratiu enlluernador.

La segona creació dels Coen és *Raising Arizona* (1987), una comèdia de to informal deutora del *cartoon*¹³ amb Nicolas Cage com a protagonista, acompanyat de John Goodman, un dels seus actors predilectes que anirem trobant a les seves pel·lícules. Un altre artista que s'acabarà convertint en un mític dels seus films és John Turturro que inicia la seva col·laboració amb els germans a *Miller's Crossing* (1990), un thriller que protagonitza Gabriel Byrne i on també apareix per primera vegada l'actor Steve Buscemi, qui a partir d'aquest moment entra a formar part de l'univers Coen per acabar convertit en un clàssic de tots els seus càstings.

Entrem de ple i per la porta grossa a la dècada dels noranta, amb una de les millors pel·lícules de Joel i Ethan, *Barton Fink* (1991), on Turturro i Goodman en són els actors principals. Aquesta producció és guardonada al Festival de Canes, rebent la Palma d'Or a la millor pel·lícula, la millor direcció i el millor actor per John Turturro.

Més endavant, després de realitzar *The Hudsucker Proxy* (1994), fent un tribut a les comèdies de Frank Capra, els Coen aconsegueixen un dels seus grans triomfs amb *Fargo* (1996), un fantàstic thriller amb un contrapunt de comèdia que rep set nominacions als premis Oscar.

A *The Big Lebowski* (1998), film protagonitzat per Jeff Bridges, i on també hi coincideixen John Goodman, Buscemi i Turturro, es fa un mix entre una comèdia delirant i un thriller, mentre que en *O'Brother, Where Art Thou?* (2000) s'aprofiten de *l'Odissea d'Homer* per configurar una pel·lícula on George Clooney guanya el Premi Globus d'Or com a millor actor de comèdia.

¹³ Els clàssics dibuixos animats americans.

Amb *The Man Who Wasn't There* (2001), on Billy Bob Thornton fa de protagonista i Roger Deakins de director de fotografia, en aquest cas en blanc i negre, els Coen tornen a triomfar al Festival de Canes, guanyant la Palma d'Or per la seva direcció.

Més endavant s'aventuren amb dues comèdies que no reben l'èxit esperat. Es tracta de *Intolerable Cruelty* (2003), un tribut a les comèdies excèntriques de Howards Hawks, i *The Ladykillers* (2004), una nova versió d'un film britànic d'Ealing amb Tom Hanks com a protagonista. Aquestes són considerades com les dues pel·lícules més fluixes, en tots els sentits, de la filmografia dels dos germans.

El 2007 adapten el llibre de Cormac McCarty a *No Country for Old Men* i tornen a pujar a l'Olimp guanyant l'Oscar a la millor pel·lícula, la direcció i el guió adaptat. L'actor Javier Bardem, interpretant al brutal assassí Anton Chigurh, també és premiat amb l'Oscar a millor actor secundari, brodant una actuació estel·lar, molt ben acompanyat en escena per Josh Brolin i Tomy Lee Jones.

El 2008 torna el deliri còmic i dirigeixen *Burn After Reading*, una comèdia protagonitzada per Brad Pitt, George Clooney i John Malkovich que retrata un seguit de malentesos entre un instructor de gimnàstica, espies i dades d'Internet. I per tancar la primera dècada del segle XXI, els Coen estrenen *A Serious Man* (2009), una comèdia de baix pressupost basada en la seva infància.

True Grit (2010) es basa en la novel·la homònima de Charles Portis, protagonitzada per Hailee Steinfeld, Jeff Bridges i Matt Damon. Aquesta pel·lícula és nominada a deu Oscars i té una rebuda molt positiva per part de la crítica.

Inside Llewyn Davis (2013) retrata l'escena musical de la dècada dels seixanta al *Greenwich Village* de la ciutat de Nova York. El film, protagonitzat per Oscar Isaac, Justin Timberlake i Carey Mulligan, guanya el premi en el Festival de Canes d'aquell mateix any.

L'any 2014 els germans fan una petita immersió al món televisiu, en aquest cas, només com a productors encarregant-se de la producció de *Fargo*, una sèrie inspirada en la seva pel·lícula del mateix nom, escrita i dirigida per Noah Hawley.

Amb *Hail, Caesar!* (2016) els Coen tornen a la gran pantalla i ho fan amb alguns dels seus actors habituals com Josh Brolin i George Clooney en el repartiment. Aquesta és una pel·lícula ambientada als anys cinquanta que narra com els magnats de Hollywood se les empesquen per ocultar les sòrdides aventures de les estrelles.

I per acabar, l'última producció conjunta dels germans Coen és *The Ballad of Buster Scruggs* (2018), distribuïda per *Netflix* i estrenada en *streaming*. Es tracta d'una antologia al *western* on s'expliquen una sèrie de relats ambientats en el *Far West*.

Després d'aquesta pel·lícula, els germans Coen decideixen seguir el seu camí per separat. Tot sembla indicar que la decisió d'Ethan ve motivada per dedicar-se al món del teatre, tot i que aquest any 2022 ha presentat un documental al festival de Canes, anomenat: *Jerry Lee Lewis: Trouble In Mind*, del qual en el moment d'escriure aquestes línies encara se'n sap poca cosa. Joel, per la seva banda, decideix continuar en el món del cinema adaptant un clàssic més, realitzant *The Tragedy of Macbeth* (2021) amb Denzel Washington com a protagonista.

Havent repassat la filmografia dels de Minnesota, podem afirmar que els germans Coen encarnen a la perfecció l'esperit del cineasta independent, amb un cinema que és hereu dels clàssics, alhora que renovador, on s'hi barregen la bellesa estètica i el refinament narratiu, passant per tots els gèneres.

Per altra banda cal destacar que un dels trets distintius dels Germans Coen és que tenen l'autoria dels guions de tots els seus films, mostrant la capacitat de crear històries que parteixen de plantejaments que malgrat semblar poc imaginatius, acaben desbordant l'espectador amb girs inesperats, alts i baixos narratius i una sobredosis d'humor negre. Partint d'això, en les seves creacions juguen amb els seus personatges seguint la llei de Murphy: "si alguna cosa pot sortir malament, hi sortirà." A part d'escriure'n els guions, els Coen dirigeixen i produeixen totes les seves pel·lícules. Així doncs, d'aquesta manera tenen un control quasi total de tots els processos del film.

Altrament, un dels trets distintius dels Coen és la seva capacitat per crear els personatges més estrambòtics i carismàtics que es poden trobar a la història del cinema. Fugint dels

arquetips, Joel i Ethan són capaços d'idear una policia embarassada, un lladre de nens o un hippy dels seixanta mig drogat i presentar-los com els herois de les seves pel·lícules. En aquest sentit, els podríem comparar amb el director Quentin Tarantino, tot i que el seu univers visual es troba allunyat del dels dos germans.

Els de Minnesota són uns enamorats del cinema negre. Algunes de les seves obres visuals provenen d'històries creades per Chandler, Hammet o Cain, tots ells escriptors americans del segle XX, contextualitzant els relats al segle XXI i transformant-los així al seu propi estil. A més a més, moltes de les seves pel·lícules són un homenatge o estan influïdes pel cinema clàssic com el *western*, el cinema de gàngsters dels anys trenta, o les comèdies *screwball*¹⁴ dels anys trenta i quaranta.

També cal destacar la seva cura exquisida de la fotografia, amb una direcció d'art polida fins a l'extrem, que converteix els seus films en petites joies visuals.

Fernando de Felipe, a *Joel y Ethan Coen El Cine Siamés*, destaca que les pel·lícules dels Coen tenen diferències entre sí, atès que alternen els gèneres, en particular el thriller i la comèdia i totes mostren un particular sentit de l'humor molt elaborat tot, i la tendència per l'absurd i els diàlegs ximpls. També tendeixen a presentar personatges curts de gambals atrapats en situacions estrambòtiques, que juntament amb l'acció de les seves pel·lícules, que normalment pateixen un procés de dilatació temporal, els permet desenvolupar unes històries excèntriques amb arguments de qualitat.

4.3. La pel·lícula

“Si algú et pregunta de què va El Gran Lebowski dels Coen, sigues sincer. Digues-li que planteja com acabar amb les regles del cinema narratiu.” Joel Coen

“Una barreja de Busby Berkeley i Robert Crumb ambientada a una sala de bitlles amb musica de Kenny Rogers.” Ethan Coen

¹⁴ Subgènere cinematogràfic de comèdia que va ser molt popular als Estats Units durant els anys trenta i quaranta.

El “Nota” (Jeff Bridges) és un home tranquil de Los Angeles que amb una filosofia pròpia i peculiar es passa la vida fumant marihuana, bevent russos blancs i jugant a les bitlles amb els seus amics, en Walter Sobchack (John Goodman) i en Donny (Steve Buscemi). De cop i volta, un dia es troba enmig d’un assumpte perillós d’unes suposades bandes criminals, després de ser confós amb un milionari que es diu igual que ell, Jeff Lebowski. Uns mafiosos entren per sorpresa a casa seva i l’apallissen, però segons el Nota això no és el més greu, ja que els perdonavides també s’orinen a una catifa que, sota el seu parer, donava ambient a l’habitació i això sí que no ho pot permetre. Per això, se’n va a buscar el veritable Sr. Lebowski, per demanar-li explicacions i passar comptes, però en no rebre la resposta que esperava decideix robar-li una de les seves catifes, per tal de venjar-se’n. Poc després, el Sr. Lebowski el truca per informar-lo del segrest de la seva dona Bunny, una actriu porno, i li ofereix una recompensa molt important si l’ajuda a trobar-la.

A partir d’aquí, tot s’embolica cada vegada més i seguim amb més bogeries dignes del germans Coen, que podreu descobrir si mireu la pel·lícula. No farem la sinopsi completa, ni més *spoilers*¹⁵. És preferible que ho albireu vosaltres mateixos. I aviso, ja feu tard.

El Gran Lebowski es va estrenar el 15 de febrer del 1998 a la 48^a edició de la Bernilale, on va rebre una excel·lent acollida per la crítica i el públic, però no va guanyar cap premi, malgrat comptar amb diverses nominacions. Poc després, la seva estrena als cinemes es va considerar una gran decepció a taquilla i va començar a rebre algunes crítiques. No obstant, això no va evitar que la premsa dels Estats Units la col·loqués enmig d’una llista de films que es van estrenar aquell any i que tenia per objectiu donar un nou enfocament al cinema negre. En aquesta llista hi podíem trobar *The Twilight*, de Robert Benton; *Palmett*, de Volker Schlöndorff; *Zero Effect*, del debutant Jake Kasdan, i *LA Confidential*, de Curtis Hanson, entre altres.

El Gran Lebowski és un film amb moltes referències al cinema negre o *film noir* i a les novel·les detectivesques creades per Raymond Chandler i Dashiell Hammett. Convergeixen una sèrie d’elements fatídics com un suposat segrest, aconseguir diners per un rescat, una estranya banda pel mig que vol aprofitar-se’n, però, naturalment, tot és

¹⁵ Explicació d’una part important d’una pel·lícula que pot resultar molesta per algú que no l’hagi vist.

explicat en clau de comèdia essent fidel a l'estil Coen. Fernando de Felipe, compara l'estructura del film amb la novel·la *The Big Sleep* de Chandler.

Per altra banda, al film també hi trobem referències polítiques. La pel·lícula està ambientada durant els mesos de la primera guerra del Golf, a finals dels noranta. Es menciona la invasió de Kuwait i, hi apareixen varies vegades els president George Bush pare i Saddam Hussein. A tall de curiositat, en una de les primeres seqüències, el Nota compra nata líquida a un supermercat i per pagar firma un xec per valor de 69 cèntims amb data del dia onze de setembre. En tractar-se d'un film del 1998, hi ha algun il·luminat que considera la pel·lícula una autèntica profecia. També hi trobem la viva imatge de la contracultura californiana dels seixanta i setanta i un humor quotidià portat a l'extrem, similar als dibuixos animats de Chuck Jones¹⁶.

Cal tornar a remarcar un fet que moltes vegades es dona per suposat en les obres dels germans Coen: el seu enorme talent com a guionistes. No només per l'estructura de la història, que pot semblar una muntanya russa, tot i que no perd en cap moment el centre de gravetat, sinó també pels magnífics diàlegs, el ritme, la música i la fotografia, tot encaixa a la perfecció i dona a la pel·lícula un estil únic.

Quant a la música, aquest és un altre dels punts on destaca la pel·lícula. L'encarregat de la banda sonora fou Carter Burwell, el compositor habitual dels germans Coen. Durant el film sonen moltes cançons i es fan referències iròniques cap a grups musicals com els alemanys Kraftwerk, o els americans Metallica o The Eagles. Una de les cançons més representatives del film és la versió que fan els Gipsy Kings de *Hotel California*, la qual sona durant la presentació del personatge secundari de Jesus Quintana, encarnat per l'actor John Turturro.

Segons de Felipe, encara que costi de creure, a l'hora de crear els personatges més importants del film, Joel i Ethan es van basar en persones reals de la seva vida. L'estil de vida del Nota i el pensament del personatge que representa Jeff Bridges està inspirat en Jeff Dowd, un productor que va ajudar als germans Coen a distribuir la seva primera pel·lícula, *Blood Simple*. Dowd era com un caçador de tendències cinematogràfiques fora

¹⁶ Reconegut creador dels famosos dibuixos animats Looney Tunes, entre molts altres.

del cinema comercial, que li encantava beure *white russian*,¹⁷ fumar maria i que havia format part de “els Set de Seattle”, un grup d’universitaris antisistema. En Bridges, fins i tot es va passar una bona temporada convivint amb Dowd amb l’objectiu d’impregnar-se del seu comportament, la seva gestualitat i la seva manera de parlar. La mimesi va ser tan gran que fins i tot la roba que va portar l’actor durant el film va sortir de l’armari d’en Dowd.

Dowd, també destacava pel seu aspecte brut i malgirbat. L’estima i l’atracció que sent el Nota per les catifes ve d’un altre conegut, Pete Exline, un veterà de la guerra del Vientam que malvivia en un petit tuguri on hi tenia una catifa de la qual es sentia molt orgullós, ningú sabia ben bé perquè. Per altra banda, Walter Sobchack, paper que interpreta el gran John Goodman, també té una relació amb la realitat. Els Coen es van fixar amb el director i guionista John Milius, un gran amic seu, el qual estava molt obsessionat amb les armes i la guerra del Vietnam.

Però més enllà de tot això, de les referències culturals, les picades d’ullet als diferents gèneres cinematogràfics i els fascinants jocs verbals dels personatges, ens trobem davant d’una pel·lícula d’amics. De dos personatges amb moltes diferències entre ells, el pacifista i relaxat Nota davant l’intens i nerviós Walter, semblen estar fets l’un per l’altre. Tot i ser pols oposats és protegeixen l’un a l’altre contra un món que els deixa de banda i els posa en problemes. “Són una parella còmica que funciona a la perfecció, que fa pensar amb parelles clàssiques de la comèdia com Abott i Costello o Laruel i Hardy.” (De Felipe, 1999)

El pes d’aquesta aliança és enorme dins el film. Són el cor de l’obra i això queda molt clar, perquè altres pel·lícules dels Coen, que també tenen guions enginyosos i irònics, o característiques similars, no han passat a la història com aquesta i l’espectador no té ganes de tornar-les a veure. Per contra, això amb el Gran Lebowski no passa, sempre hi ha un bon moment per tornar-la a veure. La química perfecta existeix, ja sigui pels directors o per la gràcia natural dels intèrprets. Tot els personatges del film tenen alguna cosa especial, del primer a l’últim, però el Nota i en Walter es fan estimar i són la parella perfecte.

¹⁷ Còctel popular a base de vodka, licor de cafè i nata. La beguda preferida del Nota.

5. Lebowski Fest (2002)

“Durant unes vacances a San Francisco, Joel i Ethan Coen sortien d’una sala de cinema quan van veure un petit estand al vestíbul. El que els hi va cridar l’atenció és que estava empaperat amb pòsters de El Gran Lebowski, una pel·lícula que havien estrenat ja feia més d’una dècada. Una noia, que no podia tenir més de 17 o 18 anys, estava asseguda darrere el taulell. Encuriósit, l’Ethan s’hi va apropar. Què és això?, va preguntar. I la noia, sense tenir ni la més remota idea de qui era ell, li va dir: Bé, és que passem cada nit El Gran Lebowski i la gent ve disfressada a veure-la. Hauries de venir. T’agradaria, és divertit.”
(Nathan, 2017)

5.1. El fenomen fan i l’era digital

Abans de l’arribada d’Internet, els fans formaven una espècie d’associacions disperses que es reunien ocasionalment en alguna celebració i així podien compartir la seva passió. El sociòleg Jordi Busquet considera que tot i que puntualment aquestes trobades despertaven un gran interès, el cert és, que generalment, aquesta era una activitat que no tenia gaire incidència en la vida social i cultural de la gent.

És a través d’Internet quan neix la possibilitat de desenvolupar una xarxa de relacions socials entre les persones d’aquests grups, ja que a partir d’aquest moment comença a ser possible coincidir malgrat no haver-hi les mateixes condicions en l’espai i/o en el temps. Així doncs, la xarxa ha facilitat la creació i l’intercanvi de nous continguts culturals i ha fet possible que la interacció social estigui molt viva i que sigui contínua i intensa, fet que s’ha mantingut fins l’actualitat. Actualment, Internet ens permet interactuar durant les 24 hores del dia, independentment de quina sigui la nostra localització. A causa d’aquest fet, els individus que formen part d’una comunitat es senten profundament involucrats a nivell personal i emocional, i això fa que vulguin mantenir aquest vincle.

Així doncs, és a partir dels anys noranta quan els fans aconsegueixen un nou protagonisme, ja que esdevenen els pioners en l’ús de les noves tecnologies de la informació. Són dels primers en crear fòrums on-line i en explotar al màxim totes aquestes potencialitats comunicatives i creatives que els hi ofereix la xarxa. Avui en dia, existeixen infinitat d’espais dedicats a les comunitats i als creadors de produccions relacionades amb l’univers dels fans. *YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Twitch*, són algunes

de les moltes plataformes que existeixen actualment i on és fàcil trobar-hi grups de fans i tot tipus de contingut relacionat amb el seu univers.

Segons el sociòleg Henry Jenkins, l'existència de continguts culturals generats pels fans permet una millor difusió i una presència continuada de la cultura fan a la xarxa. Aquest fet ha tingut un increment notable en els darrers anys, agafant cada cop més rellevància atès que la xarxa proporciona un nou i poderós canal de distribució pels productors aficionats. N'és un clar exemple el fet que els fans portaven dècades fent pel·lícules amateurs i de caràcter domèstic i és en aquest context digital quan algunes d'aquestes pel·lícules amateurs comencen a popularitzar-se a través d'Internet.

Inicialment, aquestes aficions creatives per part dels fans tenen un caràcter més aviat residual i anecdòtic, però amb el temps han anat guanyant adeptes aconseguint adoptar un paper destacat. En aquest sentit, a la societat actual, els fans formen comunitats integrades per membres que comparteixen afinitats i que disposen de prou capacitats per aconseguir una notable difusió de les seves activitats a través de la xarxa. És a dir, han passat de ser un fenomen minoritari, i moltes vegades estigmatitzat, a ser una de les parts més visibles dels públics contemporanis. A més, aquest col·lectiu de seguidors de caràcter entusiasta i aficionat configuren un sector del públic molt dinàmic que cada vegada és més atractiu per les indústries creatives, aconseguint captar-ne el seu interès. Fins i tot, en alguns casos, la frontera entre creador i receptor es desdibuixa i això és, segons Jenkins, un fet molt significatiu.

D'acord amb les paraules de Jordi Busquet, “un fan pot convertir-se en productor des del moment en que s'implica en un procés creatiu, ja sigui creant un text literari, una revista, una obra gràfica, una web o un film, amb l'objectiu d'integrar-lo dins d'un circuit cultural, que pot estar circumscrit a una comunitat afí al seu *fandom* o un públic més ampli.”

Malgrat que sovint es caigui en el tòpic de vincular el fan a un consum passiu, el cert és que aquest és un actor protagonista de les seves pròpies activitats d'entreteniment. És un creador. El fan lluita per imposar el seu criteri de qualitat i en alguns casos pot destacar i convertir-se en una celebritat dins de la seva comunitat, com ja ha passat en moltes ocasions a la xarxa, on *bloggers* que han anat guanyant popularitat han aconseguit crear tendències, ja sigui combinant imatges o comentant els estils de les grans cases de moda.

Sigui com sigui, la seva influència personal i la repercussió social a l'hora de marcar tendències cada cop és major. Aquesta figura també la podem trobar en altres sectors, com el de la gastronomia o els esports de masses, per exemple. Aquest paper l'adopta el que avui en dia es coneix amb el nom d'*influencer*.

Cal destacar que el desig modern d'aconseguir la fama també està present entre alguns dels membres de les comunitats de fans i alguns d'ells poden convertir-se en autèntiques celebritats, tant a dins com a fora de les comunitats a les quals pertanyen. Amb les seves possibilitats d'interacció, Internet hi ha contribuït molt, permetent que el que abans quedava com una creació privada, ara és comparteixi massivament per la xarxa i es pugui tornar viral. Els fans, que abans creaven contingut pel seu propi gaudi o com a molt per compartir-ho amb amics propers, ara tenen la possibilitat de posar-lo a l'abast d'una comunitat a nivell mundial, fet que els pot permetre donar-se a conèixer.

Aquest nou tipus de fama, a vegades basada en el talent i l'esforç dins del ciberespai, els hi dona la oportunitat de fer el salt als sectors més clàssics, als mitjans de comunicació de sempre, com poden ser la televisió o la ràdio. Els mitjans convencionals s'aprofiten de la rellevància que tenen certes figures a la xarxa per arrossegar els seus seguidors cap a ells, generalment el públic jove, que és el que més allunyat està dels mitjans de "tota la vida" i el que consumeix d'una manera més fidel i sistemàtica les produccions digitals a través de la xarxa.

5.2. Els "Achievers"

Un dels fenòmens derivats de la pel·lícula és el festival anomenat Lebowski Fest, que va néixer l'any 2002 a Louisville, la ciutat més gran de l'estat de Kentucky, quan dos amics, Will Russell i Scott Shuffit, van creure necessari crear un festival que fes honor a la seva pel·lícula preferida, el Gran Lebowski. Ja havien passat quatre anys des de l'estrena del film però ells seguien enamorats i obsessionats amb la que consideraven la "vuitena salvatjada" dels germans Coen.

Tant era així que durant la celebració de la *Derby City Tatto Expo*¹⁸ de Louisville, a la qual van assistir aquell mateix any, es van adonar que no eren els únics amants de la

¹⁸ Una de les fires de tatuatges més històrica i important dels Estats Units.

pel·lícula. Ells tenien el costum de repetir en veu alta diàlegs i escenes típiques del film i passaven una bona estona rient. Aquell dia van poder comprovar que la gent els hi seguia la corrent, acostant-se'ls, repetint-los els diàlegs i, en definitiva, connectant i rient amb ells. Així doncs, van pensar que no seria mala idea organitzar un esdeveniment on el centre d'atenció fos el Gran Lebowski en comptes dels tatuatges, protagonistes del *Derby City Tatto Expo*.

El documental *The Achievers: The Story of The Lebowski Fans* (2009), del director Eddie Chung, ens retrata el naixement i repassa l'evolució que va fer el festival des dels seus inicis fins al seu punt més àlgid i reflexiona sobre el significat del Gran Lebowski per a molts dels seus fans. En el documental hi intervenen els creadors del festival, familiars, fans, i fins i tot, actors que apareixen a la pel·lícula.

La primera trobada dels "*Achievers*"¹⁹, així és com es van autoanomenar, es va celebrar a una petita pista de bitlles de Louisville. Els seus creadors, Will i Scott, no esperaven reunir més d'una trentena de persones, comptant que hi assistirien alguns amics seus i pocs més, ja que no havien fet gaire difusió de l'esdeveniment. Malgrat tot, van aparèixer més d'un centenar de persones de diferents llocs dels Estats Units, alguns vestits com els personatges de la pel·lícula. La idea era jugar a les bitlles, projectar la pel·lícula tot bevent un *white russian*, fer un concurs de preguntes i, bàsicament, dedicar una estona a relacionar-se amb altres persones amb qui compartien un punt d'unió fruit de l'amor que sentien per la pel·lícula.

Un cop acabada la primera edició, Scott i Will, sorpresos per la bona resposta que havien tingut per part del assistents, van obrir una pagina web, la qual comptava amb el seu propi fòrum on els fans d'arreu del món podien reunir-se per parlar del món "Lebowskià". A partir d'aquí, i gràcies a Internet i el boca a boca, tot va anar a més i abans de celebrar-se la segona edició el creixement de seguidors i el nombre d'usuaris registrats al web no van parar de créixer. El segon Lebowski Fest es va celebrar al cap d'un any (2003) a la mateixa ciutat, Louisville, però en aquesta ocasió va comptar amb uns 800 assistents.

¹⁹ Els "trionfadors" del Sr. Lebowski. Uns nois amb pocs recursos apadrinats pel magnat, que surten a la pel·lícula El Gran Lebowski.

Les següents edicions van ser itinerants atès que els fans de la resta dels Estats Units ho demanaven. I així va ser: a la tercera van començar “a volar”. L’any 2004, el festival per excel·lència dels *Achievers* es va traslladar cap a la Costa Oest, ni més ni menys que a la ciutat de Las Vegas, i es va aconseguir arregar cap a 1200 “Notes”. L’edició del Lebowski Fest amb més *Achievers* va ser la del retorn a la ciutat d’origen, Louisville, aquell mateix any, aplegant unes 4000 persones i comptant amb la presència de l’actor Jeff Bridges sobre l’escenari.

Durant tots aquests anys, des de l’any 2002 fins al 2019 (data en que es té constància que s’ha celebrat l’últim festival degut a l’arribada de la pandèmia (de la Covid19), el festival ha passat per ciutats importants com Austin, Seattle, Washington, Chicago, Los Angeles, fins i tot arribant a canviar de continent, ja que l’any 2007 es van celebrar edicions de la festa a Edimburg i Londres.

Així doncs, tot va començar com una broma absurda però en el documental esmentat anteriorment *The Achievers: The Story of The Lebowski Fans* (Eddie Chung, 2009), Scott Shuffit, un dels creadors, diu enmig d’una conversa: “Aquesta és la cosa més gran en la que m’he fotut, és grandíols, enorme, quan tens tanta gent suficientment creativa i llesta per inventar-se tot tipus d’activitats i disfresses, ells sols encenen el gran foc de la festa.”

Will Rusell, l’altre creador hi afegeix: “S’està fent tot real, saps? Tenim festivals per tot arreu. Els fans es reuneixen amb molts altres i entre tots creen aquest estrany món anomenat Lebowski Fest, amb nihilistes corrents, cintes de casset dels Creedence²⁰ i dits del peu amputats com el que veiem a la pel·lícula. Els tres últims anys de la meua vida han estat increïbles. Estic en un estat constant d’incrèdilitat des del 2003. És com si tots els meus somnis de *nerd*²¹ s’estiguessin fent realitat.”

Al llarg de tot el documental van sortint fans anònims expressant el que representa per ells aquest fenomen, aquesta filosofia de vida. Per la gran majoria el Gran Lebowski no

²⁰ Banda de rock dels Estats Units, molt popular a finals de la dècada dels seixanta i principis dels setanta. Considerada una de les millors bandes de la història. El Nota n’és un gran fan.

²¹ Paraula anglesa utilitzada per designar l’estereotip d’una persona d’alt coeficient intel·lectual, molt estudiosa, però de poques habilitats per a la socialització.

és simplement una pel·lícula i prou, va molt més enllà. Els llaços d'amistat que s'han anat teixint a través del fòrum de la web i a les trobades de cada festival són autèntiques i reals.

La Chandra, una fan, argumenta que: “potser ets la persona més solitària del món i no tens cap amic a la ciutat, però t'agrada el Gran Lebowski i vens a la festa i acabes entrant al grup. Aquí s'hi han format relacions d'amistat i d'amor. Això és molt més que una pel·lícula, ens serveix d'integrador social.”

I en Matt, un altre *Achiever*, afegeix: “Porto dos anys a la web i al fòrum parlant amb molta d'aquesta gent. Ens reunim cada dos per tres, s'han convertit en amics meus. Això és realment de què tracta la vida, de conèixer gent nova i connectar amb persones que possiblement en unes altres circumstàncies no haguessis conegut.”

Robin Jones, una actriu secundària que surt trenta segons al film, compara aquestes trobades amb un grup religiós: “Segueixen una espècie d'actitud religiosa i espiritual sobre la pel·lícula. Van disfressats, reciten diàlegs i peregrinen de ciutat en ciutat.”

Una fan anònima recolza aquesta opinió: “Els éssers humans anhelem els rituals. I és per això que aquesta festa s'ha fet massiva tant ràpidament.”

6. El Dudeisme (2005)

6.1. Ideologia i Religió

“Una primera preocupació dels homes és bastir-se un món que satisfaci les seves necessitats, creences i intencions, un món que els resulti intel·ligible i en què trobin el sentit de llurs vides. Aquesta tasca d'elaboració permanent de nocions, categories, símbols estètics, signes d'identitat, normes, mites i dogmes en un esforç de conferir ordre al món social és part essencial de l'activitat cultural.” (Salvador Giner [eat al], La cultura catalana: el sagrat i el profà)

Tal com s'ha exposat en el primer apartat d'aquest treball, “fan” és una abreviatura de la paraula “fanàtic” que té arrel en el llatí “*fanaticus*” procedent de “*fanus*”, que significa

que “pertany a un temple”, “servidor d’un temple” o persona “devota”. Per tant, aquesta paraula pot anar directament lligada a la religió o a una ideologia. Tot i que quan va popularitzar-se, aquesta paraula va adoptar ràpidament connotacions negatives per part de la societat.

Segons Jordi Busquet (2005), “els humans necessitem fer-nos una imatge o una noció coherent del món social i còsmic del qual formem part. Necessitem disposar d’una mena de mapa significatiu que ens permeti situar-nos i comprendre’ns a nosaltres mateixos en el món.”

El fenomen fan, normalment, es mou constantment entre aquests dos conceptes sociològics: la ideologia i la religió, les quals tant una com l’altra són qüestions molt complexes. Però què signifiquen aquestes dues paraules? I és que moltes vegades es dilueixen entre elles provocant que ens resulti molt difícil diferenciar-les.

El prestigiós diccionari d’Oxford, defineix la paraula ideologia com: “la disciplina filosòfica que estudia les idees, les seves característiques i especialment el seu origen.” N’aporta una altra definició: “Conjunt d’idees que caracteritzen una persona, escola, col·lectiu, moviment cultural, religiós, polític, etc.”

Quant al mot religió, el mateix diccionari aporta que és un “conjunt de creences religioses, de normes de comportament i cerimònies d’oració o sacrifici que són pròpies d’un determinat grup de persones i amb les que l’humà hi reconeix una relació amb la divinitat (un Déu o varis Déus).”

Així doncs, podem dir que una diferència entre la ideologia i la religió no resideix, tanmateix, en que comparteixen l’existència d’unes creences, sinó en “allò” en què creuen. Perquè és molt diferent creure en un Déu, que amb Déu. És diferent creure en Déu, que creure amb una estàtua d’or, que amb un equip de futbol, o amb els germans Coen.

Una altra de les moltes diferències entre els termes religió i ideologia és que el primer vol preparar-nos pel triomf a llarg termini, fent referència a l’eternitat, al més enllà. En canvi, la ideologia aspira a resoldre, a mitjà termini, la nostra vida aquí a la terra. Per exemple,

mentre el cristianisme ofereix recursos per salvar l'ànima, les ideologies pretenen ajudar-nos a entendre què passa a aquí i actuar en conseqüència.

En relació amb aquesta qüestió, Busquet considera que ideologia podria ser perfectament un sinònim de “cultura”:

“Hom necessita viure en un món que sigui més o menys intel·ligible i en el qual trobi sentit per la seva vida. És en aquesta línia que podem definir “cultura” com un marc de referència complex fet de models de tradicions, creences, normes, valors, símbols i significats compartits en graus distints pels membres que interactuen en una mateixa comunitat de vida. (...) Els valors culturals es refereixen a allò que socialment es considera prioritari: el que està bé o malament, el que és desitjable o indesitjable.”

6.2. Història del Dudaisme

L'any 1968 neix un home anomenat Oliver Benjamin, a Los Angeles, Califòrnia. No fou fins trenta anys després, al 1998, quan els germans Coen produeixen la seva extraordinària comèdia delirant El Gran Lebowski, protagonitzada per Jeff Bridges amb “el Nota” de personatge principal. Però què tenen en comú Benjamin i el Nota?

Per donar resposta a aquesta qüestió, cal situar-se a l'any 2005 quan en la ciutat turística de Pai, a prop de Chiang Mai, Tailàndia, l'Oliver Benjamin i uns amics seus decideixen veure la pel·lícula del Gran Lebowski acompanyats d'unes quantes cerveses i “alguna” substància més. Durant la projecció, Benjamin experimenta una gran revelació, creu que la pel·lícula pot representar perfectament els principis taoistes²² per una persona de l'època moderna. I així ho va explicar Benjamin:

“Sota l'encanteri del diàleg hilarant i perspicaç de la pel·lícula, l'entusiasme col·lectiu del personal i cinc cerveses tailandeses d'alta graduació vaig experimentar una revelació sorprenent. Ho vaig sentir com una profunda experiència religiosa, com la que va tenir Sant Pau de camí a Damasc, o la de Bob Dylan després de rebre un cop de cap en un accident de moto. En comptes de veure a Jesucrist, vaig veure en Jeff Bridges amb un

²² La Pau, el respecte pel món, l'autoconeixement, la bondat i la fidelitat, entre molts altres, són alguns dels principis ètics que defensa el Taoisme.

barnús de bany jugant a ser un antiheroi mandrós anomenat El Nota. Vaig sentir que aquell home que es feia dir El Nota podria ser l'autèntic salvador de la humanitat.”
(Benjamin, 2013)

Pocs dies després, Benjamin es converteix en tot un evangelista defensor del film i funda una religió nova: El Dudeisme, *The Church of the Latter Day Dude*, és a dir, l'Església dels Últims Dies del Nota. A finals d'aquell mateix any també funda la seva web oficial i a partir d'aquell moment tot va *in crescendo*.

Al cap de tres anys, al 2008, es publica el primer *The Dudespaper*, el diari del Nota, la publicació oficial del Dudeisme. Durant els anys següents, s'hi recopilen centenars d'articles d'opinió de Benjamin i de molts altres fidels sobre diferents temes al voltant del Dudeisme. Durant aquell primer any, Oliver Benjamin també va escriure el *Dude De Ching*, una traducció i una adaptació del llibre *Tao Te Ching*²³ utilitzant frases de la pel·lícula del Gran Lebowski, per demostrar que el Taoisme i el Dudeisme van agafats de la mà.

La figura de Benjamin cada cop és més coneguda arreu de la xarxa i, especialment, guanya popularitat entre els fans del Gran Lebowski. Per aquest motiu l'any 2009, els organitzadors del Lebowski Fest de Los Angeles conviden a Oliver Benjamin al festival i li encarreguen la inauguració d'obertura. Així és com Benjamin recita *The Dudes Prayer*, el parenostre dedicat al Nota, davant de 3000 fans, els quals al seu torn, es dediquen a repetir en veu alta les seves oracions.

A tall de curiositat, és interessant destacar que aquest fet el porta a ser objecte d'una campanya publicitària de la famosa companyia d'automòbils Volkswagen. En aquest anunci, que aconsegueix fer-se viral a les xarxes, la marca és comparada amb el cinema independent tot utilitzant el lema “sigues diferent”.

Posteriorment, l'any 2011, Benjamin escriu *The Abide Guide*, un llibre d'autoajuda que ofereix consells per tal d'esdevenir més com el “Nota” en el caòtic món actual. Per altra banda, més endavant també treu al mercat una versió del llibre en format d'àudio.

²³ Text clàssic del Taoisme.

Tornant a la pel·lícula, l'any 2014 el Gran Lebowski és seleccionada per entrar al Registre Nacional del Cinema Americà, considerant-la així com a bé d'interès cultural, històric i estètic per la Biblioteca del Congrés. Paral·lelament, Oliver Benjamin segueix ampliant la seva llibreria. Aquest cop, editant un llibre d'assaig anomenat *Tao of the Dude*, el qual inclou idees que van des de Lao Tzu²⁴ fins a Lebowski.

Al cap de set anys de la seva primera edició, Oliver Benjamin reescriu de nou *The dude The Ching* per tal de reinterpretar-lo, amb la intenció de demostrar com el Taoisme i el Dudeisme son germans filosòfics, creant-ne així una segona versió.

Ja per acabar, i per posar la cirereta del pastís al seu projecte de vida, Benjamin crea la *Abide University and Institute* amb la intenció d'oferir un lloc on poder aprendre tots els coneixements acadèmics del món del Dudeisme, defensant el lema: “la universitat lliure per els esperits lliures” i amb un concepte ben clar: “ encara que no siguem la universitat més estimada ni acreditada del món, el nostre objectiu és ser la més tolerant”.

El Dudeisme és una religió, una filosofia o un estil de vida que gira entorn del personatge del “Nota” de la pel·lícula El Gran Lebowski, interpretat per l'actor Jeff Bridges.

Els Dudeistes veuen la pel·lícula El Gran Lebowski com una font d'inspiració espiritual i filosòfica i consideren que el personatge del Nota és un model a seguir, ja que segons ells, porta integrat un missatge universal exemplar. Moltes vegades els fidels se senten atacats i s'han de defensar de les acusacions de la resta de mortals, ja que aquests consideren que és una religió paròdica o de broma.

El lema principal del Dudeisme és el següent:

“ La vida és curta i complicada i ningú sap què fer al respecte. Per tant, no facis res. Agafa-t'ho amb calma, home. Deixa de preocupar-te per si arribes a la final. Relaxa't amb els amics i beu una mica de suc de civada (és a dir, cervesa).” (Kosnac, 2019)

²⁴ Fundador del Taoisme i autor del Tao Te Ching.

Pavol Kosnac, expert en nous moviments religiosos, va realitzar un petit estudi en el qual analitzava l'església dels últims dies del Nota. El Dudeisme posa l'èmfasi en el fet que

“la vida no es tracta en obtenir un cert estatus social o aconseguir béns materials, només s’ha de gaudir. Un mateix ha d’evitar el patiment i aquesta ansietat innecessària adoptant una actitud més relaxada davant la vida. Els plaers simples són els millors.” (Kosnac, 2019)

Amb relació a aquesta qüestió, per una banda, Oliver Benjamin creu que el Dudeisme pot semblar inversemblant, però també manifesta que:

“En aquesta època en que les nostres preocupacions no són l’Armageddon ni el més enllà, sinó que són l’ansietat generalitzada i les crisis existencials, la figura del Nota ens il·lumina per tenir una millor qualitat de vida. No necessitem herois que ens portin a la terra promesa. Necessitem Dudeistes per ajudar-nos a estar on estem. L’objectiu del Dudeisme és estar vius, aquí i ara, estar el més vius possible.” (Kosnac, 2019)

A banda de basar-se en el tarannà del Nota, el Dudeisme també té influències del Taoisme i la filosofia aportada per Epicur.

Per Benjamin, els rituals Dudeistes no tenen gaire importància, quan un es vol convertir en un Dudeista, només ha de seguir i defensar els principis del Dudeisme. “Prometo defensar els principis del Dudeisme: senzillament m’ho prendré amb calma, seré tolerant amb tothom i mantindré la meva ment àgil.”

7. El Centro Storico Lebowski

“For the fans, by the fans”

El fenomen Lebowski aconsegueix sortir de les fronteres d’Amèrica i aterra a Itàlia, al bell mig de la Toscana, on amb el pas del temps, s’ha acabat transformant en una part més de la contracultura futbolística.

El periodista de la reconeguda revista futbolística Panenka, Jose David Lopez, reflexiona al voltant d'aquesta qüestió:

“La decepció i el desarrelament respecte el futbol modern va portar a un grup de seguidors a aixecar un club de futbol autogestionat, on poder trobar un lloc de lliure expressió, d'unió i de fidelització amb els seus pensaments. I no se'ls va ocórrer res millor que retre homenatge amb això a “El Gran Lebowski” i la surrealista personalitat del seu protagonista, el Nota. Un icona cinèfil, convertit en la vocació del futbol més sobirà.”

7.1. Against Modern Football i contracultura

La filosofia particular creada pel *Centro Storico Lebowski* penja d'un moviment contracultural que també neix a Itàlia. Com explica Leander Schaerlaeckens (2015), expert en futbol internacional, el lema “*Against Modern Football*” apareix a Europa a principis del nou mil·lenni a través d'una sèrie de pancartes creades pels ultres o el aficionats radicals del futbol italià. En algunes d'aquestes pancartes s'hi podia llegir: “No al Calcio²⁵ modern”, és a dir, “No al futbol modern”. L'objectiu d'aquest moviment és el de fer fora del futbol els gegants econòmics que se n'han anat apoderant. El sentit d'aquesta lluita es troba en els orígens del futbol, ja que molts equips europeus van ser fundats fa més d'un segle per amics, club socials o treballadors del món industrial. Molts d'aquests clubs van anar desapareixent amb el pas dels anys, però alguns van tenir més èxit i es van anar professionalitzant. Aquests equips històrics no eren les franquícies amb les que s'han convertit, les quals tenen com a objectiu principal guanyar el màxim de diners possible.

“La pressió econòmica va convertir el futbol d'elit en un aparador. Els estadis es van buidar de fans apassionats per emplenar-los de zones VIP; els ultres van ser expulsats, i les televisions van fer el que van voler. Les últimes dues dècades, els preus de les entrades s'han multiplicat per deu a la majoria de lligues, deixant-les fora de l'abast de la classe obrera i fins i tot de la mitjana. Molts sostenen que l'atmosfera global del futbol ha quedat tocada de mort.” (Schaerlaeckens, 2015)

²⁵ El futbol italià (*Campionato Italiano di calcio* - Campionat italià de futbol)

Entre els desacords vigents amb el model de futbol actual, el moviment pretén aplicar diferents mesures: reduir el preu abusiu de les entrades, permetre el consum d'alcohol durant els partits, tornar a habilitar les zones "a peu dret" dels camps i tornar a fer que els equips siguin únicament dels fans, o que com a mínim, aquests tinguin dret a opinar sobre assumptes del club i es respectin i es conservin les seves tradicions. En definitiva, el que es vol és recuperar el control del futbol com a esport i que els clubs tornin a pertànyer als aficionats.

Com que aconseguir realitzar aquests canvis és molt complicat, a Florència van decidir que seria millor crear un club des de zero... *"Sosteniamo questo Lebowski un calcio diverso è possibile."*

"Contracultura", "subcultura", "avantguarda", "underground" i "cultura alternativa" són paraules d'un mateix camp semàntic. Tot i que cal diferenciar-les per no crear confusió. El *Centre Storico Lebowski* podem considerar que és, actualment, contracultura.

Segons Jordi Busquet a *"els escenaris de la cultura"* quan parlem de contracultura, cal fer referència a les revoltes juvenils i els moviments de protesta coneguts com els del "Maig del 68", per exemple. Aquests foren uns conflictes generacionals que van posar de manifest una crisi de valors i de creences molt habituals a les societats capitalistes modernes. Aquestes situacions es van produir simultàniament a totes les capitals del món industrial i "es van interpretar com un moviment de ruptura contra els valors i principis que fonamentaven el món industrial dels temps moderns."

Aquestes revoltes van venir precedides per l'eclosió del moviment hippy, el qual, normalment, era configurat per joves d'origen burgès que repudiaven la visió o les estructures de l'alta societat, fugint de la idea dels seus pares "d'èxit, poder i diners", fent culte a l'amor i a la unitat fraternal, refusant així el llegat cultural dels seus pares.

"El terme contracultura és relativament recent, però en totes les èpoques de la història s'han produït aquests moviments heterodoxos de resposta i de rebuig contra les creences, els valors i les normes imposats per la cultura oficial. La paraula és relativament nova però els moviments de caire subversiu han estat una constant al llarg de la història." (Busquet, 2005)

Per Busquet, la contracultura es pot manifestar de moltes maneres diferents, amb un discurs de crítica del poder i cap a tota forma d'opressió, especialment en moments convulsos en el que s'anuncien canvis profunds.

Així doncs, la contracultura es caracteritza pel rebuig absolut del món actual. Això no vol dir, però, que es basi en una destrucció de la cultura dominant, sinó que vol aportar una cultura de nova creació que va a la contra de l'anterior, aportant un model alternatiu.

“Els membres de les comunitats contraculturals senten una profunda necessitat de reafirmar-se en contra dels valors dominants. És per això que aquests grups elaboren una sèrie de senyals de distinció i de diferenciació social. En aquest procés els elements simbòlics i les formes de caire ritual assoleixen una importància extraordinària. La major part de les contracultures tendeixen a dramatitzar, mitjançant el gest i la paraula, l'esquerda que hi ha entre el món propi i el món dels altres.” (Busquet, 2005)

Aquesta societat que cada cop és més salvatge, capitalista i liberal, ha afavorit l'aparició de nous moviments socials. Tots aquests moviments tenen una cosa en comú: la seva voluntat transformadora. En són clars exemples el moviment feminista, el pacifista, l'ecologista, el regionalista, l'okupa, l'antiglobalització i tal com s'exposa en aquest treball, el moviment “*Against Modern Football*”.

A causa de la seva diversitat i heterogeneïtat és difícil fer-ne una definició genèrica. Tanmateix, aquests moviments comparteixen les següents característiques:

- S'originen arran d'una protesta social contra greuges específics.
- Plantegen inicialment un tipus d'organització de caire més o menys assembleari conseqüent amb l'organització social que promouen. A mesura que creixen i es consoliden es generen formes d'organització més estables i formals.
- La seva composició social és interclassista, tanmateix s'estima que hi predominen sectors provinents de les noves classes mitjanes.
- Posen de manifest la incapacitat o manca de voluntat de les organitzacions tradicionals - partits polítics, sindicats, etc. - per afrontar els nous reptes socials. Els nous moviments sovint es mostren crítics amb la democràcia representativa i propugnen formes de participació ciutadana directa.

- Les seves accions van adreçades a sensibilitzar l'opinió pública i pressionar les elits dirigents.

En definitiva, l'objectiu dels moviments socials és generar un estat d'opinió favorable a les causes que defensen, sovint mitjançant diverses formes de protesta que acaparen el centre d'atenció mediàtica.

7.2. El Club

El *Centro Storico Leowski* és un humil club de futbol de les afores de Florència, que en l'actualitat milita a la sisena divisió del "Calcio" italià. Va ser fundat l'any 2010 per una colla d'amics i fans *tifosi*²⁶ de la Fiorentina²⁷, cansats de veure com el futbol professional italià s'havia convertit en tot un negoci, mancat de la passió i el romanticisme que tant l'havia caracteritzat en els seus orígens.



Imatge 3: Escut del Centro Storico Leowski.

El documental *We Love Leowski* (2010), dels directors italians Gian Luca Rossetti i Andrea d'Amore, ens mostra com va començar tot. L'any 2004, un grup d'amics va decidir seguir el destí d'un equip situat a la cua de la novena divisió italiana (la més baixa). Aquest equip tenia el costum, o la particularitat, de perdre tots els partits que disputava. I els va cridar l'atenció pel seu nom i pels seus "magnífics" resultats. Es deia A.C. Leowski i defensava el rècord de ser l'equip amb més gols encaixats de la categoria, assolint la fita de 99 gols en contra en una sola temporada.

Així doncs, allò que va començar com una broma, es va convertir en una cosa habitual de cada cap de setmana per aquells aficionats, que van deixar la seva condició de socis del club de la seva vida, la Fiorentina, i van començar a fer-se dir els "*Drugati*". Aquest nom se'l van posar en honor a "*Il Drugo*", ja que així va ser com van traduir a Itàlia el nom del Nota, Jeff Leowski, a la famosa pel·lícula dels germans Coen. A més, també van aprofitar per donar nom a la seva grada d'animació batejant-la com, la corba "Moana

²⁶ Aficionats radicals d'un equip de futbol.

²⁷ Club de futbol professional de la ciutat de Florència.

Pozzi”, fent referència al nom d’una actriu eròtica italiana, la qual en el seu moment era considerada tot un mite arreu del país.

El seu lema era com una analogia de la pel·lícula: “El Leowski es trenca, però no es doblega”. Els colors de l’equip eren el gris i el negre, no pas per gust, sinó perquè “aquests colors eren la combinació més econòmica”. Com a curiositat, les sigles AC del nom, segons explica un ex-jugador al documental, significaven “Amics dels Coen”.



Imatge 4: Drugatis a la corba Moana Pozzi.

Després de sis anys seguint aquell equip de “losers” i sumant més fidels a la causa, els *Drugati* van fundar el seu propi club, nou i diferent, tot i que en mantenen el nom, per seguir sent els “Leowski”. Va ser l’any 2010 quan van fundar el *Centro Storico Leowski*, perquè gran part dels fundadors de l’equip vivien al centre històric de Florència. El club va néixer amb un objectiu molt clar: crear un equip dels fans i per als fans. Sense cap tipus de jerarquia, sense president i encara menys amb directors. Apostant per una presa de decisions igualitària, de manera horitzontal, defensant el lema “*For the fans, by the fans*”.

L’equip original, l’AC Leowski, va seguir el seu camí en solitari, separat dels seus “*Drugati*” fins l’any 2014, quan la formació es va dissoldre, desapareixent així del mapa futbolístic amateur. S’ha de dir, però, que a la temporada 2011/2012 va haver-hi un derbi de “Leowski’s” quan els dos equips van enfrontar-se en un duel sonat, que va acabar amb la victòria del *Centro Storico Leowski*, permetent que aquella temporada s’acabés proclamant campió de lliga, aconseguint així el seu primer ascens de categoria.

L'any 2018, el *Centro Storico Lebowski* va fer història convertint-se en la primera cooperativa esportiva italiana:

“Questa visione aveva delle motivazioni etiche e politiche, ma nasceva anche dalla considerazione che la crisi di tante società sportive dilettantistiche (come di molte professionistiche) avesse origine in un modello di organizzazione molto rischioso. Se una società sportiva è retta da un presidente facoltoso o da un’azienda, la società sportiva è totalmente dipendente dalle sue fortune o sfortune, dai suoi capricci, dalla sua convenienza. Abbiamo incontrato troppi Club che in poche settimane sono stati costretti a chiudere o a ridimensionare le attività per il disimpegno o le difficoltà del presidente.”

Actualment, amb poc més d’una dècada a l’esquena, el CS Lebowski té uns 1.500 socis que s’encarreguen de tot, essent un club molt ben autofinançat. Segons el seu portal web oficial, per només 25 euros et pots fer soci, formar part de la gran família de *Drugatis* i prendre partit en totes les decisions del club. Aquesta quota també inclou l’entrada gratuïta a cada partit a l’estadi on juguen, el camp de *Tavarnuzze*, i si es tenen fills, poden ser inscrits de manera gratuïta al futbol base, entre molts altres avantatges socials.

“Per dimostrare la passió i l’autenticità del progetto només cal dir que tots els participants del club es reuneixen per dinar junts abans de cada partit, treballen per mantenir el terreny de joc en bon estat i estudien a diari nous mètodes per a la recaptació de fons, fins i tot parlen de com captar a més “Notes” de la zona per involucrar-los al club.” (Lopez, 2018)

La institució va començar esportivament amb el primer equip a la vuitena divisió del futbol italià, i en aquests anys ha aconseguit tres ascensos de categoria. També té un equip femení, dos equips sèniors amateurs i un ampli futbol base, dels que també n’estan molt orgullosos.

Segons el seu web, el seus objectius com a club cooperatiu esportiu són els següents:

Crear un model organitzatiu on la sostenibilitat econòmica del projecte esportiu estigui garantida per l’arrelament local i la participació de la comunitat i no per la presència d’un mesena o grans patrocinadors: *“Il Lebowski vuole un calcio che sia proprietà collettiva dei tifosi.”*

Mantenir l'escola de futbol per a nens i nenes, totalment accessible a totes les famílies de la zona i estar presents cada vegada més als diferents camp municipals de la ciutat. A dia d'avui tenen 170 socis, que gràcies al seu esforç poden oferir activitats, assegurances mèdiques i vestuaris de manera gratuïta: *“Il Lebowski crede in una scuola calcio come progetto educativo a disposizione del territorio.”*

Apostar pel futbol femení i esdevenir una oportunitat perquè noies de qualsevol edat juguin a futbol en un ambient modelat a la seva mida, contrarestant així el sistema fracturat i masculista que relega la disciplina femenina a un lloc subjecte d'especulació econòmica i política, després d'anys d'indiferència i esnobisme. El CS Lebowski va ser el primer equip de la Toscana que va tenir un equip completament femení jugant a la categoria *“Little friends”* i, actualment, tenen més de seixanta jugadores federades de totes les edats: *“Il Lebowski vuole un calcio che sia uno strumento contro il sessimo.”*

Convertir les instal·lacions esportives de *Tavarnuzze* en un lloc cada cop més obert, albergant iniciatives de solidaritat i d'intercanvi, agregant associacions i col·lectius locals: *“Il Lebowski vuole un calcio in cui lo stadio sia una casa per la comunita e non un ennesimo luogo di consumo.”*

Lluitar contra el racisme utilitzant l'esport com a mitjà per destruir barreres i murs. Els seus equips estan formats per futbolistes de tot el món i lluiten per poder registrar sol·licitants d'asil a la lliga de futbol italiana: *“Il Lebowski vuole un calcio che combatta le discriminazioni e rafforzi i legami di solidarietà sul territorio.”*

Garantir a tots els seus esportistes una assegurança mèdica complerta, des del punt de vista de la salut, oferint un servei de qualitat i cobrint possibles despeses mèdiques: *“Il Lebowski vuole un calcio che migliori la salute e la qualità della vita di tutta la comunità.”*

Experimentar amb formes innovadores de gestió a les instal·lacions esportives per protegir la qualitat i la seguretat dels seus treballadors: *“Il Lebowski vuole un calcio che tuteli il lavoro e combatta lo sfruttamento.”*

Aconseguir resultats esportius cada vegada més importants: *“Il Lebowski vuole dimostrare che la cooperazione e la proprietà collettiva siano un modello vincente anche dal punto di vista sportivo.”*

7.3. El fitxatge d’una estrella

Per acabar de posar la cirereta al pastís, al començament de la temporada 2021-2022, el *Centro Storico Lebowski* realitza el fitxatge més sonat, o si més no, el més romàntic de tot el futbol europeu, en molts sentits.

Ens referim a l’espanyol Borja Valero, jugador professional de la sèrie A amb la Fiorentina, equip veí de Florència, i exjugador d’equips professionals de primera línia, com l’Inter de Milan, el Villarreal, el Real Madrid, entre d’altres, per tant no es tracta d’un pelacanyes qualsevol. Aquell estiu, al migcampista espanyol de trenta cinc anys se li acabava el contracte. L’equip viola²⁸, amb el qual havia jugat fins aleshores no li va presentar cap oferta de renovació i Borja tenia sobre la seva taula un munt de bones ofertes per triar. Ofertes de la *Premier League* anglesa, d’Espanya, d’Itàlia i fins i tot ofertes astronòmiques per part del futbol Xinès. Però Borja, o com l’anomenen a Itàlia el *“sindaco”* (alcalde en italià), va decidir retirar-se del futbol professional i va triar un altre camí.

Abans però, durant aquells dies d’incertesa, un periodista Italià, Benedetto Ferrara, va fer una broma a les xarxes socials amb un fotomuntatge de Borja Valero vestint la samarreta del C.S. Lebowski, amb les paraules: *“Non succede, ma se succede...”* amb la intenció de crear fum i rumors, cosa que va acabar aconseguint.

²⁸ Popularment, la Fiorentina és l’equip *viola*, en referència al color violeta del seu equipatge.



Imatge 5: Comentaris a la publicació de Benedetto Ferrara.

La publicació es va viralitzar i van ser moltes les reaccions, fins al punt que van arribar al mateix Borja Valero. Aquell mateix dia, el mòbil de l'espanyol no parava de sonar, la premsa esportiva italiana se'n va fer ressò i ho va publicar com a fitxatge.

Valero, que s'havia manifestat moltes vegades públicament en contra i descontent amb el futbol modern, ja havia sentit a parlar d'aquell equip, del *Centro Storico Lebowki* i la seva gran funció social. Després d'una petita reunió amb la junta dels *Drugati* i totalment convençut i emmirallat amb els valors del club, va decidir sumar-se a la causa i va acabar fitxant com a jugador i com a entrenador del futbol base. Gràcies a això, el club va guanyar popularitat i més visibilitat per enfortir la cooperativa i Borja va tornar al futbol de sempre per, segons ell, “retornar d'alguna manera una mica del que el futbol m'ha donat”.

8. The Jesus Rolls (2019)

8.1. Un spin-off

Quan la primera part del *Don Quijote de la Mancha* va tenir èxit, algú va tenir una idea brillant: aprofitar-se d'aquest fenomen creant una seqüela de la novel·la de Miguel de Cervantes. Aquesta persona, sobre la qual existeixen diferents hipòtesis d'identitat, va escriure unes aventures noves amb els mateixos personatges, i les va firmar amb el

pseudònim d'Alfonso Fernández de Avellaneda. Cervantes es va enfurismar i va escriure una segona part com a continuació de la seva història original per retornar als seus orígens, construint així una magnífica narració postmoderna que juga entre la realitat i la ficció.

Alfonso Fernández de Avellaneda podria haver sigut un excel·lent director de qualsevol estudi de Hollywood del segle XXI i Cervantes un magnífic guionista d'universos paral·lels. Tots dos, uns avançats als seus temps.

Un *spin-off* és una creació artística que penja o neix d'un altre treball ja existent, com un esqueix d'una planta. En aquest cas, en el món del cinema i les sèries, és un art que permet inventar noves històries a partir d'un personatge secundari amb força notorietat d'un altre film. Un personatge amb el seu propi espai, amb uns fets i un univers propi que permet al creador buscar noves situacions o girs suficients com per crear una història nova i on el personatge secundari passa a ser l'autèntic protagonista.

Aquest fenomen d'agafar un èxit de la ficció, continuar-lo o utilitzar alguns dels seus elements per crear una nova història no és nou. En l'actualitat, aquesta pràctica és una tendència de la qual és impossible escapar. Només cal engegar la televisió o obrir qualsevol plataforma de *streaming* per comprovar que una gran part de les produccions que hi trobem estan emparentades amb altres sèries o amb pel·lícules del passat. Des de *Better Call Saul* de Gilligan, fins a *The Young Sheldon*, passant per les infinites versions de *Jurassic Park* o *Spiderman*. El passat de la televisió i el cinema està en un procés infinit de reencarnació, on els personatges i els espais familiars retornen transformats per adaptar-se als temps que corren o per reescriure la seva història inacabada.

Les formes en les que es representen aquests universos televisius o cinematogràfics són molt diferents i la indústria ja es va encarregar d'etiquetar-los.

Un *Remake*, o també se'n pot dir *Reboot*, és la utilització de la "marca" d'una pel·lícula o d'una sèrie amb similituds a la premissa original, però amb uns personatges i una història nova. Dins d'aquesta categoria hi podem trobar la seqüela, que és la continuació de la història, preqüela, el que va passar abans de la història original, i també podem trobar

mescles entre elles. La característica principal és que totes s'inspiren en major o menor grau en un èxit anterior.

Molt abans que els Spin-off envaïssin les televisions, la idea d'utilitzar personatges d'un programa a un altre ja existia: "A la dècada dels 50, *The Gene Autrey Show* va ser uns dels primers en generar un *spin-off*, amb *The Adventures of Champion*, el qual es centra en el cavall del cowboy cantant. Per altra banda *The Honeymooners* va ser una llegendaria comèdia surgida de *The Jack Benny Show*. Però la més exitosa d'aquestes primeres experiències va ser *The Andy Griffith Show*, derivada de *The Danny Thomas Show*, que es va emetre des de el 1960 fins al 1968."

Els *spin-off* van ser molt recurrents durant les dècades següents dins el gènere més tradicional de la televisió nord americana, la *sitcom*, o sigui, les comèdies gravades amb múltiples càmeres davant d'un públic. L'exemple més clar de *sitcom* d'èxit a Catalunya seria Plats Bruts.

A més del cas emblemàtic de *Cheers*, hi ha molts altres exemples dels 70, 80 i 90. *The Mary Tyler Moore Show* va donar lloc a *Rhoda*, una sèrie centrada en la millor amiga de la protagonista; *Blanco y Negro* va inspirar a *The Facts of Life*, protagonitzada per la senyora Garrett, exmajordoma de la casa dels *Drummond*.

Ja als 2000, hi va haver un intent frustrat de continuar la màgia de *Friends* amb en Joey, una comèdia dedicada a l'únic solter que quedava al grup. En l'actualitat, *The Young Sheldon* segueix amb aquesta tradició com a preqüela de *The Big Bang Theory*, explicant com va ser la infància del personatge més famós de la sèrie."

En l'era d'or de les sèries, la febre dels spin-off també va arribar a aquells drames de prestigi que van elevar l'estatus cultural de la televisió fins a dalt de tot en les últimes dues dècades. Un exemple brillant, com ja hem citat anteriorment, és el de *Breaking Bad*, que tant sols tretze anys després de la seva estrena i vuit del seu final, ja compte amb dos populars *spin-off*. El primer va ser *Better Call Saul*, una combinació de preqüela amb alguns *flash-forward* del futur post *Breaking Bad* que explica la història de l'advocat criminal Saul Goodman. El segon, en forma de pel·lícula, anomenada *El Camino*, la qual tanca el relat del personatge Jesse Pinkman, fusionant els conceptes de *spin-off* i seqüela.

D'altra banda, i de manera menys habitual, també trobem projectes com el de David Chase que converteix la seva sèrie en una pel·lícula amb *The Many Saints of Newark*, una preqüela de *Los Soprano* on Michael Gandolfini interpreta al jove Tony Soprano, el personatge que el seu pare, James Gandolfini, va convertir en tota un icona de la televisió.

Quan el control estètic i narratiu està en mans dels propis creadors i directors, com en els casos comentats de Gilligan i Chase, els *spin-off* tenen més números de mantenir una certa fidelitat als elements que van convertir aquestes produccions en fenòmens i èxits internacionals. El més important és que, partint d'un treball anterior, aquests artistes tenen el talent de crear una obra nova que funcioni entre el públic.

Els *spin-off* no tenen perquè ser sempre una continuació, a vegades són també una oportunitat per reescriure la història dels personatges originals. Aquest revisionisme és una forma d'adaptar les històries d'una altra època al segle XXI. Els materials originals necessiten reciclar-se per atraure el públic actual. La diversitat racial, de gènere i d'orientació sexual és un deute que els creadors de *reebots*²⁹ i *revivals*³⁰ es veuen obligats a pagar. Tot i que per alguns, no té res a veure amb tot això, sinó que per ells representa una gran oportunitat per corregir "errors" de l'original.

La nostàlgia també juga un paper important en totes aquestes noves creacions, sobretot per tota la maquinària de Hollywood i el seu gran negoci. En són un bon exemple les renovacions de comèdies dels 80's i 90's com *Full House* i *Saved by the Bell*, que compten amb el retorn dels actors originals, ja molt més adults, i a la vegada li sumen nous personatges joves i adolescents, que han funcionat fantàsticament com a estratègia de màrqueting. Així doncs, els pares de la Generació X i els *millenials* més grans s'asseuen per recordar les sèries que veien de petits, en aquesta ocasió amb la companyia dels seus fills.

Els *spin-off* també són una estratègia per tenir el públic assegurat, ja que els fans s'aproparan a veure què han fet amb la seva obra preferida. Alhora, també impliquen un desafiament creatiu per no defraudar aquests fans i guanyar nous adeptes.

²⁹ Rellançament d'un film original amb canvis importants en la història.

³⁰ Producció cinematogràfica amb els personatges i/o la premissa del film original.

8.2. El film

“*The Jesus Rolls*” és el nom que porta l'última producció de John Turturro, més conegut com a Jesús Quintana a l'univers dels “*Achievers*”. Personatge que tothom recorda per encarnar l'estrafolari contrincant mexicà del torneig de bitlles a qui s'enfronten el *Nota*, en *Walter* i en *Donny*, a la pel·lícula del *Gran Lebowski*. Turturro és el director, el guionista i l'actor principal del film, interpretant a *Quintana*. Com si fos un fan més i amb la benedicció dels germans Coen, ha ideat i re-escrit aquest llargmetratge en forma de *spinoff*, que alhora també és un *remake* de la pel·lícula francesa *Les Valseuses* (1974) protagonitzada per Miou Miou, Gerard Depardieu i Patrick Deauville amb la direcció de Bertrand Blier, basant-se en la seva pròpia novel·la.

Imatge 6: Cartell de *The Jesus Rolls*

Jesús Quintana, que és el protagonista principal del nou film, és un dels personatges secundaris més reconeguts i recordats de la pel·lícula *El Gran Lebowski*. Aquest paper anterior, que va interpretar magistralment l'actor italo-americà, va ser creat i pensat pels Coen especialment per a ell, tot i que només apareix en dos escenes molt minses, però aprofita aquests breus instants per convertir-se en una de les imatges més icòniques i representatives del cinema dels Germans Coen, aconseguint ser recordat per sempre més. Així mateix, també és fa immortal la música que l'acompanya durant la seva curta presentació a la pista de bitlles, una versió en castellà del popular tema “*Hotel California*” dels Eagles, realitzada per un grup de gitanos amb arrels catalanes, els coneguts Gipsy Kings.



A tall de curiositat, aquesta escena mítica d'en Quintana jugant a les bitlles és utilitzada a dia d'avui a les escoles de cinema, com a exemple perfecte de la presentació d'un personatge.

Una de les característiques habituals del cinema dels germans Coen és que donen molta vida a personatges secundaris, independentment de si surten molt o poc temps a la pantalla, aconsegueixen fer-se màgics. En aquest cas, a la pel·lícula *El Gran Lebowski*, ho són gairebé tots.

Els germans Coen s'havien negat sempre a la possibilitat de realitzar una seqüela de *El Gran Lebowski*, però finalment i com a bons amics de Turturro, van donar-li el permís legítim i el van ajudar a aconseguir els drets d'Universal Studios per realitzar aquesta segona vida del mític personatge.

Turturro portava molts anys obsessionat en realitzar aquesta pel·lícula, però no va ser fins l'any 2016 quan finalment va començar amb la seva producció. L'estrena del film fou a l'octubre del 2019 al Festival de Cine de Roma, arribant a les sales de cinema a principis del 2020.

A part de Turturro, a la pel·lícula hi podem veure actors reconeguts com: Christopher Walken, Jon Hamm, Susan Sarandon, Pete Davidson, Audrey Tautou, J.B. Smoove y Bobby Canavale.

Segons la sinopsi de la pàgina web Filmaffinity, especialitzada en valoracions de pel·lícules, *The Jesus Rolls* segueix els passos d'un trio de rebels on la seva dinàmica irreverent i sexual evoluciona en una sorprenent història d'amor. Per desgràcia, tot i passar-se el dia realitzant el que ells consideren "bones accions", els seus errors del passat reapareixen. Quan s'enemisten amb un perruquer armat fins a les dents, la seva vida es converteix en una fugida constant de la policia, de la societat i del propi perruquer, tot mentre els seus vincles d'amistat s'enforteixen.

8.3. L'estrena i la crítica

Poc abans de l'estrena, John Turturro, va dir a una entrevista al diari *The Independent*:

“És una pel·lícula una mica atrevida. Mostra fins on pot arribar l'estupidesa dels homes. És bàsicament una exploració d'en Jesus sortint de la presó. És una comèdia, però una comèdia molt humana. Ara és un bon moment per estrenar aquesta peli transgressora sobre com els homes fallen i tracten de comprendre els misteris de les dones.”

Durant l'octubre del 2019, es va estrenar el film al Festival de Cinema de Roma, a Itàlia, sense pena ni glòria. Més tard, al febrer del 2020 va arribar als cinemes dels Estats Units, de la mà de *Screen Media*. Segons la crítica, l'elecció d'estrenar-la a Roma venia motivada per observar la reacció del públic europeu abans d'estrenar-la als Estats Units, ja que el del vell continent està considerat un públic més “obert”, on s'hi pot experimentar.

Segons la pàgina web d'IMDB³¹, el film només va recaptar 18.169 \$ als Estats Units i al Canadà, arribant a un total de 64.648\$ sumant-hi els ingressos de la resta del món, i això que la seva producció va tenir una inversió inicial de 4.500.000\$ i comptava en el repartiment amb figures importantíssimes de Hollywood.

Malauradament, *The Jesus Rolls* només es va poder veure als cinemes d'Itàlia, Canadà, Estats Units, Suècia i Brasil. A països com el Regne Unit, Irlanda, i Alemanya només hi va arribar per Internet, via plataformes com la d'*Amazon Prime*, on encara es pot visualitzar. A Mèxic i Austràlia, tan sols va aparèixer el DVD directament a les botigues.

A dia d'avui, *The Jesus Rolls* encara no s'ha estrenat a Espanya, ni a molts altres països del món, i fa tota la pinta que no ho farà mai, almenys a la gran pantalla. La seva estrena als Estats Units va ser un fracàs absolut i va rebre crítiques molt negatives. En ple 2022, la pel·lícula ha desaparegut del mapa, i per veure-la a Espanya s'ha de recórrer a la pirateria d'Internet o al *streaming* il·legal, ja que ningú en deu haver comprat els drets d'explotació.

³¹ *Internet Movie Database* (base de dades de pel·lícules a Internet).

Si cerquem *The Jesus Rolls* a qualsevol buscador d'Internet apareixen moltes notícies i informacions relacionades amb la suposada estrena de la pel·lícula a diferents països, però res més. Totes relacionen el film amb el *Gran Lebowski* i en parlen força bé, però si ens fixem en la data de la publicació més recent comprovem que ja té quasi dos anys. Es pot dir doncs, que *The Jesus Rolls* ja ha passat a la història, almenys a la de la comunitat del Fenomen Lebowski, ja que a la del cinema no fa pinta que mai hi hagi arribat.

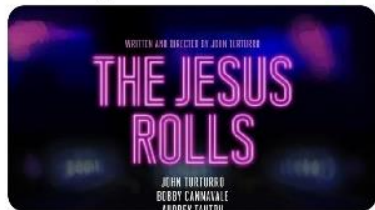
La crítica va ser una mica dura amb Turturro. Per María Aller, periodista de la revista *Fotogramas*:

“La història segueix a un trio d’inadaptats, on la seva dinàmica sexual irreverent es transforma en una sorprenent història d’amor, ja que la seva actitud espontània i freda cap al passat o al futur fracassa una vegada i una altra. Fins i tot quan volen fer alguna bona acció tot els hi surt malament. Després de fer-se enemics d’un perruquer, el seu viatge es converteix en una fugida constant de la llei i la societat, mentre s’enforceixen llaços familiars entre ells. Tot apunta a que Turturro ha retornat i per la porta gran, un dels personatges més emblemàtics de la història del cinema.”

La crítica també argumenta que a mesura que avança la trama va quedant molt clar que la pel·lícula, més que una seqüela del film dels Coen, és un remake de *Les Valseuses*, tot i que molt menys polèmica i més lleugera que la original. El *timing* de la comèdia no funciona tota l'estona i el to sexual pot ser sorprenent, però no li treuen mèrit. En cap moment es pot confondre amb el món dels germans Coen, on va néixer el personatge. Considera que Turturro, sense dubte, té moltes idees, però no tenen rumb.



Mr. Perez @PerezaM... · 22 nov. 20
The Jesus Rolls (2019)
Es inexplicable que exista esto, es inexplicable el elencazo que tiene (muchos casi que son cameos), y es inexplicable que tenga una conexión con un pelicolón como El gran Lebowski. Las escenas son como largos sketches sin rumbo y sin remate. Mala mala 😞



1 8



José Tripodero @jtrip... · 25 oct. 20
THE JESUS ROLLS es una olla de fideos con tuco tirada contra una pared blanca recién pintada, por ser buenos.

3 1 5

Imatge 7: comentaris sobre la pel·lícula a Twitter

Per part del públic general i sobretot pels fans de El Gran Lebowski, les crítiques tampoc van ser gaire bones. Per molts *Achievers* aquest film és una ofensa. A Twitter podem trobar algunes valoracions, que per variar són una mica pujades de to:



Imatge 8: comentaris sobre la pel·lícula a Twitter.

Les valoracions de les principals webs reconegudes de cinema tampoc són favorables. Les poques opinions positives que té són per part de crítics i experts en cinema. Els fans i els usuaris anònims, en gran part, la valoren negativament.

TOMATÓMETRO ?

TODAS LAS CRÍTICAS

PRINCIPALES CRÍTICAS

 **20%**

46 Comentarios

4.10 de 10 calificación promedio

Fresco  9

Podrido  37

Imatge 9: valoracions a Rotten

Tomatoes i IMDb.



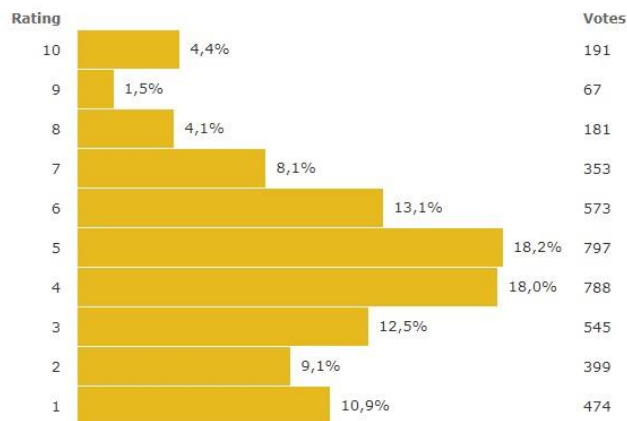
The Jesus Rolls (2019)

User Ratings

★ 4,4 ☆ Rate

IMDb Users

4.368 IMDb users have given a weighted average vote of 4,4 / 10



Arithmetic mean = 4,6 Median = 4

S'ha de dir que tot i aquest últim “fracàs” com a director (almenys tenint en compte les dades comercials), Turturro és igualment considerat una icona del cinema independent, ja sigui davant de les càmeres o al darrere, degut als èxits aconseguits al llarg de la seva àmplia trajectòria lluny del cinema més popular.

Turturro s'estrena com a director l'any 1992 amb la pel·lícula *Mac*, un drama basat en la vida real del seu pare. Amb aquest film, Turturro recull valoracions molt bones per part del món del cinema independent i guanya el premi a la Càmera d'Or a Canes, a part de ser doblament nominat als *Independent Spirit Awards*. *Illuminata* (1999) és la seva segona producció, on mostra la part fosca d'un teatre de Nova York i on aconsegueix ser nominat a la Palma d'Or a Canes.

Ja havent entrat al segle XXI, Turturro estrena *Romance & Cigarettes* (2005). Amb aquesta pel·lícula, que és una comèdia musical protagonitzada per James Gandolfini, un home que ha de triar entre la seva dona, encarnada per Susan Sarandon, o la seva amant, interpretada per Kate Winslet, Turturro aconsegueix el Premi el Lleó d'Or al festival de Venècia.

Turturro, també explora la branca del documentalisme amb una producció anomenada *Passione* (2010), un viatge per la caòtica ciutat de Nàpols.

El 2013, Turturro dirigeix *Fading Gigolo*, un film que protagonitza juntament amb Woody Allen, on els dos protagonistes, davant d'una desesperada situació econòmica, decideixen provar sort dins el món de la prostitució masculina.

La trajectòria de Turturro com a director o creador, demostra que aquest sempre es manté allunyat del cinema més comercial. En canvi, en la seva faceta com a intèrpret no succeeix el mateix. Com a actor, Turturro s'inicia l'any 1980 amb un petit paper a *Toro Salvaje* (1980) de Martin Scorsese i continua treballant en produccions independents al llarg de la seva carrera, però també apareix en films comercials. Turturro ha estat dirigit per Spike Lee, Susan Seidelman, Tom DiCillio, Robert Redford, els germans Coen i, per altra banda, també ha aparegut a superproduccions com *Collateral Damage* (2002), a la saga *Transformers* (2007-2017), a *Batman* (2022) i fins i tot a comèdies “fàcils” al costat d'Adam Sandler.

9. Conclusions

Una part fonamental de qualsevol recerca és aquella que permet recapitular i sintetitzar els resultats obtinguts amb relació als objectius plantejats. Així doncs, en aquest darrer apartat del treball s'hi inclou un resum de l'objecte de recerca, exposant-ne les conclusions pertinents i oferint un espai per a la reflexió personal sobre el que s'ha investigat.

Per tal d'exposar les conclusions a les quals he arribat després de portar a terme la recerca i analitzar-ne els resultats, crec convenient reprendre els objectius que han donat peu i han articulat l'estudi.

Un dels primers objectius plantejats era el d'analitzar el concepte ampli del terme fan i tot el que aquest comporta, aprofundint en què representa ser un fan i examinant el significat d'aquest mot fins a dia d'avui per determinar si realment el fenomen Lebowski podria ésser considerat un fenomen fan.

He pogut comprovar que el concepte de fan ha evolucionat molt i d'una manera molt accelerada amb l'arribada d'Internet. En aquest sentit, en el passat, les persones considerades fans estaven molt estereotipades i poc considerades per la resta de la societat. En canvi, a dia d'avui, i cada cop més, la figura del fan ha anat guanyant valor i ha aconseguit adoptar un paper rellevant dins dels moviments socials. Tant és així, que en alguns casos, els fans poden ser considerats persones cultes i expertes en el tema del qual són "fanàtics". És per aquest motiu que, actualment, i gràcies a l'impacte d'Internet, els fans poden arribar a ser igual o més coneguts que l'autor de l'obra original, adoptant un paper destacat dins la comunitat fandom i podent esdevenir creadors de contingut sobre el tema o *influencers* amb un poder rellevant a les xarxes socials.

Després de llegir i sintetitzar alguns dels textos de Jenkins i Busquet, els principals experts del tema en qüestió, podem afirmar que la pel·lícula El Gran Lebowski ha generat tot un fenomen fan, tot i que possiblement, més a petita escala que altres fenòmens molt més coneguts o comercials.

Cal destacar que, de manera més o menys espontània, s'ha anat format una comunitat on els seus membres tenen com a punt d'unió principal aquest film.

Tot el que ha anat creant aquesta comunitat arrel de la pel·lícula (*Lebowski Fest*, *Dudeisme*, *Centro Storico Lebowski*, *The Jesus Rolls...*), concorda amb els elements o les característiques que ha de tenir un fenomen fan per poder ésser considerat com a tal, d'acord amb els cinc nivells proposats per Jenkins: la recepció, la interpretació, la implicació i l'apropiació, i per últim, la creació. Dins del Fenomen Lebowski hi trobem fans situats a tots els esmentats nivells.

Per altra banda, un fet o característica d'aquest fenomen que val la pena destacar i que considero molt importat és el fet que ha estat provocat pels propis fans i no pels productors del film. És a dir, a diferència del que succeeix amb molts *Blockbusters*, que ja s'ideen amb la intenció de generar fans per tal "d'allargar el xiclet" al màxim, aprofitant totes les possibilitats comercials derivades de la pel·lícula, com el merchandising, els videojocs o les segones parts, en el cas d'aquest film, generar un fenomen fan no era un dels propòsits dels seus creadors. Així doncs, estem parlant d'un fenomen dels fans pels fans.

El segon objectiu del treball era realitzar una aproximació al context històric del film i descobrir què representen els germans Coen dins del món del cinema. Amb relació a aquesta qüestió, he pogut comprovar que els germans de Minnesota, tot i no ser els principals protagonistes del cinema independent de la dècada dels noranta, van produir un seguit de pel·lícules molt importants que destaquen en la seva filmografia. Concretament, amb *Barton Fink* i *Fargo* van obtenir un gran reconeixement com a directors dins del món del cinema. A diferència d'altres directors similars, els germans Coen no van aprofitar-se d'aquest reconeixement per "pujar al carro" de les grans produccions i passar-se al cinema ultra comercial, sinó que van optar per conservar els seus principis com a cineastes essent fidels al seu estil. Sota aquesta premissa, van estrenar *El Gran Lebowski*, film que, gràcies al seu guió, els seus magnífics personatges, el seu repartiment, els seus diàlegs, la seva fotografia i la seva banda sonora, és considerat tota una obra d'art digne d'haver generat un fenomen especial.

Per últim, el darrer objectiu d'aquest Treball de Final de Grau era fer un recull de totes les activitats creades pels fans del Gran Lebowski amb relació a la pel·lícula. Aquesta tasca m'ha permès aconseguir recollir el màxim d'informació sobre el que envolta aquest film, conèixer a fons el fenomen i explorar i ordenar cronològicament els diferents moviments generats pel fandom Lebowskià, des de l'estrena del film fins l'actualitat.

En aquest sentit, he descobert que el festival Lebowski Fest, lluny de ser només una petita trobada anual de fans dels Estats Units, amb el pas del temps s'ha anat fent gran, arribant a realitzar-se a diversos països, creant un efecte crida als fans d'arreu i a la seva capacitat per organitzar aplecs. A més, a través del fòrum de la web i les trobades s'ha anat creant una comunitat Lebowskiana força nombrosa.

Per altra banda, he constatat que el Dudeisme, malgrat que a primer cop d'ull pugui semblar una religió paròdica o una filosofia de vida per bohemis, ha aconseguit un exèrcit de seguidors, gràcies a les interessants tesis d'Oliver Benjamin relacionades amb la Teologia Lebowskiana, les quals són exposades en els seus llibres filosòfics sobre el Taoisme i la filosofia del Nota.

Analitzant a fons l'equip de futbol *Centro Storico Lebowski*, he pogut comprovar que el Nota i l'equip italià no només comparteixen el nom, sinó que també tenen en comú una filosofia i una manera de fer molt similar, anant a contracorrent i actuant amb honestedat i molta tranquil·litat davant les adversitats.

Finalment, amb relació a *The Jesus Rolls*, he arribat a la conclusió que tot i ser un spin-off de El Gran Lebowski i podent-lo considerar un film prou divertit, sota el meu punt de vista, s'hauria de separar del món dels Coen. Probablement, el poc èxit que ha tingut la pel·lícula, ha estat a causa de voler-se lligar a El Gran Lebowski i voler formar part de l'univers dels Coen malgrat no tenir en comú res més que un personatge. El fet que els Coen no hi estiguin involucrats es fa palès sobretot en el guió i la fotografia, i això pels fans és molt important. Tot i que arriba tard, Turturro té bones intencions, com un fan més ho ha intentat i ha recreat una versió pròpia de Jesus Quintana, però no ha acabat de calar en el fandom Lebowskià.

En definitiva, a mode de síntesi, i d'acord amb tot el que s'ha exposat anteriorment, podem considerar que el Fenomen Lebowski és un fenomen fan com a tal. Des del seu naixement, l'any 2002, a una sala de bitlles de Louisville, fins a dia d'avui s'ha mantingut molt actiu i, pel que sembla, el pas dels anys, en comptes d'afavorir l'oblit de la pel·lícula o ser el seu detriment, ha jugat a favor seu i, com un fan més, espero que tot aquest fenomen màgic perduri en el temps.

10. Bibliografia

- Aller, M.** (2019, juliol 9) *El spin-off de “El Gran Lebowski” llegirà en 2020 de la mano de John Turturro.* <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a28334042/spin-off-el-gran-lebowski-estreno-2020-the-jesus-roles/>
- Aranda, D., Sánchez-Navarro, J., Roig, A.** (2013). *Fanáticos: La cultura fan.* Barcelona: Editorial UOC.
- Bernal, J.** (2019, gener 19) *El Gran Lebowski, el indiscreto (des)encanto de la pereza.* <https://www.jotdown.es/2019/01/el-gran-lebowski-el-desencanto-de-la-pereza/>
- Busquet, J.** (1998). *El sublim i el vulgar: Els intel·lectuals i la “cultura de masses”.* Barcelona: Proa Edicions.
- Busquet, J.** (2005). *Els escenaris de la cultura: Formes simbòliques i públics a l'era digital.* Barcelona: Trípodos.
- Busquet, J.** (2012). *El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica.* Revista de Estudios de Juventud: Jóvenes: Ídolos mediáticos y nuevos valores (96), 13-29. A: http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/45/publicaciones/Revista96_1.pdf
- Buss, M.** (2021). *Glosario de cine: Qué es crossover, spin-off, cameo, reboot, remake, diferencias y más.* <https://cinemasaturno.com/cinefilos/glosarios/que-es-spin-off-crossover-reboot-remake-diferencia/>
- Carreón, D.** (2011). *Diferencia entre religión e ideología.* <https://es.differbetween.com/article/difference-between-religion-and-ideology>
- Carretero, N.** (2016). *Odio eterno al fútbol moderno.* <https://www.jotdown.es/2016/10/odio-eterno-al-futbol-moderno/>
- Cases, A.** (2018). *Les sèries, un nou llenguatge cinematogràfic. Cas pràctic: Fargo, de la pel·lícula a la sèrie.* [Treball de fi de Grau, Universitat Oberta de Catalunya]. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/82847/6/acasesmoTFG0618mem%C3%B2ria.pdf>

Cavicchi, D. (2020) *Fans and Fans Clubs. Encyclopedia of recreation and Leisure in America.* <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/fans-and-fan-clubs>

Centro Storico Lebowski. <https://cslebowski.it/>

Chung, E. (2009). *The Achievers: The Story of the Lebowski Fans.* EUA. K-Man Productions.

Coen, E., & Coen, J. (1998). *The Gran Lebowski.* EUA. Polygram Filmed Entertainment, Working Title Films.

Cruz, L. (2022). *Secuela, precuela, spin-off, remake, reboot, recuela: ¿cuál es cuál y cómo acabamos en este punto?.* <https://spoilerime.com/secuela-precuela-spin-off-remake-reboot-recuela/>

D'Amore, A. & Rossetti, G. (2010) *We Love Lebowski.* ITA. Ciboideale Productions.

De Felipe, F. (1999). *Joel y Ethan Coen: El cine siamès.* Barcelona: Glénat.

Delgado, J. (2016). *El Gran Lebowski - Crítica de la película de culto de los Coen.* <https://www.hobbyconsolas.com/reviews/gran-lebowsky-critica-cinta-culto-coen-61736>

Domínguez, M. (2022, febrer 22) *L'empoderament friki i el 'fandom': el reialme dels fans.* <https://www.diaridebarcelona.cat/w/empoderament-friki-fandom-reialme-fans?redirect=%2F>

Dudeismo (19 de setembre 2021). En *Wikipedia.* <https://es.wikipedia.org/wiki/Dude%C3%ADsmo>

El Día Después (2021, octubre 21) *Centro Storico Lebowski.* [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=sYEmmgRzShQ>

Fetters, A. (2013) *Still Abiding After 15 Years: The Laid-Back World of 'Big Lebowski' Worship.* <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/03/still-abiding-after-15-years-the-laid-back-world-of-big-lebowski-worship/273750/>

Flight, T. (2018, Desembre 18) *The Coen Brothers' Art of The Minor Character* [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=GfJx5k278V4&t=0s>

- Guerrero, M.** (2014). *Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia*.UPF. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/33281?locale-attribute=en>
- Heredero, C.** (2018). *La dècada prodigiosa: Cine americano, años 90*. Madrid: Cáiman Ediciones.
- Hermanos Coen** (15 de maig de 2022). En *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/wiki/Hermanos_Coen
- Jenkins, H.** (2009). *Fans, Blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H.** (2010). *Piratas de textos: Fans, Cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H.** (2010). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Kosnác, P.** (2019) *La Iglesia del Amigo de los Últimos Días*. <https://wrlrels.org/es/2019/01/12/the-church-of-the-latter-day-dude/>
- López, J.** (2018) *CS Lebowski: El Nota juega al fútbol* <https://www.panenka.org/miradas/cs-lebowski-nota-juega-al-futbol/>
- Nathan, I.** (2017). *Los Hermanos Coen: la historia de los hermanos cineastes más icónicos de nuestros tiempos*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Olivera, C.** (2021). *Curiosidades de “El Gran Lebowski”*. <https://forucinema.com/curiosidades-de-el-gran-lebowski/>
- Ortiz, N.** (2019, diciembre 5) *Festivales y excesos: El cine de los 90* [Vídeo] https://www.youtube.com/watch?v=-I9z7_QT-J8
- Payan M. i Villalba S.** (1996). *Guia del Cine Independiente Americano de los 90*. Madrid: Nuer Ediciones.
- Santamaría, C.** (2011) *Así es la religión basada en 'El Gran Lebowski': el culto de los vagos y perezosos* <https://www.20minutos.es/noticia/1076870/0/religion/gran/Lebowski/>
- Schaerlaeckens, L.** (2015). *Againts Modern Football, el movimiento que pide un deporte alejado del capitalismo*. <https://sports.vice.com/es/article/8qpj5x/against-modern->

[football-el-polmico-movimiento-que-pide-un-deporte-fuera-del-capitalismo-enloquecido-futbol](#)

Turturro, J. (2019). *The Jesus Rolls*. EUA. Sidney Kimmel Entertainment.

The Church of The Latter Day Dude. <https://dudeism.com/>

Villena, T. (2014). *La actualidad del fenómeno fan en las redes sociales. Retroalimentación mediàtica*. Universidad Politècnica de Valencia. <https://m.riunet.upv.es/handle/10251/48146>