

provvisorie, di MediaSalles. La produzione spagnola si avvicina ai risultati italiani, 106 nel 2001 e 98 nel 2000, mentre il dato italiano è pari a 103 film prodotti in tutti e due gli anni ora richiamati. Il dato 2002 risulta superiore e non di poco, e risulta pari a 130 film.

Un processo di continuo aumento delle presenze si è verificato anche in Gran Bretagna, da un minimo registrato nel corso del 1998 con 135 milioni di biglietti, un forte aumento nel 2001 sino a 155.961.000 presenze e un massimo nel 2002 con un incremento stimato in circa il 19%, all'incirca 184.500.000 biglietti venduti, praticamente un valore pari a quello del più consistente mercato europeo, quello francese. Inoltre, il dato riferito alla Gran Bretagna risulta superiore a tutti e cinque i paesi di riferimento in termini di Box office, negli ultimi anni compreso tra i 755 milioni di euro del '98 e i 1.166 milioni stimati per il 2002. Essenziale dunque risulta il mercato inglese sia per dimensione che per valore economico per ogni politica che vorrebbe essere di promozione del prodotto cinematografico italiano all'estero proprio in quanto rappresenta una realtà così vasta e consistente.

E' anche vero, però, che dati così accentuatamente elevati finiscono per avere particolare significato e sono spesso espressivi di fenomeni e realtà non del tutto messe in luce. Questi dati nascondono infatti al loro interno non poche coproduzioni inglesi realizzate con le grosse Majors americane che, naturalmente, portano molto in alto i risultati del Box office complessivo del paese ma d'altro canto rendono il prodotto finale, sia in termini di principio che in termini produttivi, assolutamente non ascrivibile, così come si presenta infatti nei contenuti culturali e nelle caratteristiche dell'investimento e del prodotto, all'area di produzione e di identità culturale intesa come "europea".

Tale vantaggio in termini di prodotto si estrinseca chiaramente nel dato che segue: su di un totale di 52 coproduzioni realizzate nel 2001 quasi la metà, 25, sono state realizzate con gli U.S.A.. Per quanto non sia nuovo sottolinearlo, ma sembra necessario in questo contesto, c'è da dire che il cinema inglese, che offre notevoli risultati anche perché in effetti si è ampiamente "americanizzato" a differenza della cinematografia propriamente "British", lascia di conseguenza pochissimo spazio al mercato e al prodotto/opera europeo. Infatti in questo caso/nazione il prodotto europeo registra i suoi livelli minori (il valore minimo è stato stimato attorno al 2% nel '98 sino a raggiungere l'8% e il 9% negli anni appena precedenti). Dati più recenti non risultano disponibili ma il valore così alto delle coproduzioni con gli Stati Uniti non prefigura cambiamenti recenti nel preferire il prodotto americano a quello specificatamente europeo. Tale insieme di considerazioni trova anche una conferma di orientamento anche nei risultati del 2002 per quanto ancora in definitiva elaborazione.

I due mercati più grossi risultano sempre Germania e Francia, rispettivamente il primo di 177.925.000 di presenze con stime per il 2002 di 163.000.000 di biglietti e un mercato interno in costante aumento negli ultimi anni (143.122.000 nel '97, 148.876.000 nel '98, 148.996.000 nel '99, 152.533.000 nel 2000) e il secondo con 185.816.000 presenze, la Francia cioè del passato 2001, ma che resta sostanzialmente stabile nel 2002 per quanto in leggera discesa secondo le ultime stime provvisorie che si attestano infatti sulle 185.100.000 presenze, confermate anche dai dati del CNC.

Gran Bretagna, Francia, Italia, Germania e Spagna, sempre in termini di Box office, hanno tutti, singolarmente, mercati interni con valori superiori ai 500 milioni di euro. Nel 2002 la stima, in termini di valore, di quanto il mercato italiano ha speso nel suo complesso per soddisfare il consumo di cinema, il Box Office dell'Italia, si aggira infatti attorno ai 630 milioni di Euro²². Risulta da rilevare con attenzione particolare il fatto che Gran Bretagna, Germania e Francia hanno Box office molto vicini tra loro e più alti, mentre Spagna e Italia risultano molto distanziate e schiacciate verso il basso.

In pratica i primi tre paesi sono su valori vicini ai 1000 milioni di euro. Le restanti due, Spagna e Italia, raggiungono Box office simili ma vicini alla metà di questi valori, in perenne oscillazione tra i 500 e i 600 milioni di euro. Se, però, si confrontano tali valori con quelli degli altri paesi e con

²² € 629.384.000 - dati SIAE provvisori.

i numeri degli schermi, 3248 nel 2001 e attorno ai 3500 nel 2002 rifacendoci sempre a stime MediaSalles, in Gran Bretagna risulta un incasso più che doppio di quello italiano con un numero di schermi di poco superiore.

La comparazione schermi/incasso tende a dimostrare che, in realtà, è la qualità della sala a fare da richiamo e a spingere in alto il consumo di cinema. E' anche vero, comunque, che il dato italiano risente di una grossa concentrazione degli schermi nei centri urbani più popolati mentre il fenomeno Multiplex, vero "fagocitatore" di presenze e specificatamente di cinema spettacolare, fuori e lontano del centro abitato, è molto più accentuato in Gran Bretagna che raggiunge i 1826 Multiplex nel 2001 e si stima attorno ai 1900 nel 2002.

In Italia invece, come è noto, l'offerta dei Multiplex è ancora ridotta e raccoglie da un punto di vista di differenze qualitative, si diceva, "certo cinema invece di altro", più cinema di evasione che cinema autoriale, sebbene aiuti non poco ad allargare la fruizione cinematografica. In pratica finisce per favorire più il cinema americano che quello italiano ed europeo, più la fascia giovane e giovanissima che quella adulta attenta all'opera più che al prodotto, più i bambini nella fruizione pomeridiana che gli anziani, oggi realtà numericamente ed economicamente in netto aumento e difficilmente immaginabili prima in viaggio in auto fuori del centro abitato e poi vicini ad uno schermo situato nei pressi di uno dei tanti Mac Donald.

8.2.4 I Paesi leader visti nel loro insieme

Visti tutti insieme poi, sommati cioè in un dato e in una realtà unica, questi cinque paesi rappresentano, in pratica, i quattro quinti del territorio europeo, la massima parte della geografia dell'Europa. Infatti l'83.2% dell'U. E. e l'80.5% dell'Europa Occidentale, insieme al 79,1% della popolazione dell'Unione sono all'interno di questi cinque paesi presi nel loro complesso. Rappresentano quantitativamente, dunque, quasi l'intera Europa, chiaramente la sua parte numericamente più rappresentativa.

Questo vale anche nel caso in cui si voglia considerare anche il settore più orientale dove, mettendo da parte naturalmente il mercato cinematografico turco che è fuori dell'Europa geografica e dell'Europa politica (e che comunque negli ultimi cinque anni ha guadagnato ben otto milioni di spettatori ed è dunque in forte espansione), l'unico mercato di rilievo risulta essere, in effetti, la Polonia con circa 39 milioni di abitanti e un consumo di cinema pari ancora a 27.623.000 biglietti, un rapporto presenze/popolazione molto basso pari a 1.4, meno di una volta e mezza l'anno per singolo abitante, e dunque potenzialmente in sviluppo nel momento in cui il reddito incrementato libererà delle risorse per il tempo libero.

I cinque paesi cioè "sono", sul piano numerico, l'Europa. Ovviamente non lo sono, almeno così massivamente, sul piano culturale e cinematografico, per quanto dominanti: la realtà europea è infatti una grande pluralità di culture che hanno valori comuni e questo vale per il piccolo Portogallo come per la grande Germania sebbene l'Europa si configuri sempre più mitteleuropea che mediterranea o orientale. Le differenze culturali cioè coesistono e convivono in una cultura tendenzialmente unitaria. In effetti queste diversità emergeranno e si raccoglieranno connotativamente anche quando si discuterà di come un'idea comune, quale è, si diceva, il valore indiscusso "dell'Autore" nel contesto europeo, viene diversamente articolata nelle singole realtà nazionali. Idea comune non vuol dire cioè massificazione dell'idea, risposta invece tutta americana, ma valori unificanti e differentemente articolati.

Inoltre, il fenomeno che a prima vista può apparire tutto italiano per il quale esaminando il dettaglio dei film nazionali si evidenzia subito una forte concentrazione di incassi nei primi 4, 5 titoli in realtà risulta comune a questi paesi che rappresentano proprio le realtà più grandi dell'Europa e diviene anch'esso quindi un fenomeno unitario e, insieme, un fenomeno comune a queste cinematografie europee caratterizzate, e per questo simili, dall'essere capaci in estrema sintesi di vivere nel contesto internazionale spesso qui richiamato, ma non di affermarsi.

Il 2002 italiano si caratterizza infatti per tre titoli, Pinocchio, La leggenda di Al, John e Jack e Natale sul Nilo che rappresentano insieme il 55.2% degli incassi italiani. Nel 2001 il risultato è simile. I primi tre titoli hanno incassato tra i 13.106.000.000 dell'Ultimo bacio ai 7.235.000.000 de Il principe e il pirata. Nel 2000 Chiedimi se sono felice è stato il film primo nella classifica totale, comprensiva quindi di tutti i film distribuiti anche stranieri, ed è un titolo italiano con un incasso record di 17.787.000.000 di euro cui seguono gli americani American Beauty con 15.4 miliardi, Il gladiatore e M.I. 2 con ricavi tra i 9.5 miliardi e i 10.4. Ma questo attestarsi a valori così alti ha solo comportato, nuovamente, un accentuarsi di questo fenomeno per cui, infine, è un piccolo gruppo di testa che "fa tutto l'incasso", la grossa parte del gross Box office cioè, ed è un piccolo gruppo di testa che fa l'incasso del cinema italiano, mentre per il resto dei titoli restano solo poche briciole.

In Germania tra i film tedeschi del 2002 quello di maggiore incasso, e l'unico al di sopra dei due milioni di euro, risulta Bibi Blocksberg con 2.050.000 euro mentre appena al di sopra del milione vi sono solo tre film, nell'ordine Nirgendwo in Africa, Der Schuh des Manitu, tradizionale campione di incassi anche negli anni precedenti, e Knallharte Jungs. Il fenomeno "apicale" è riscontrabile anche in Gran Bretagna dove, tra i primi dieci film del Box office, ve ne è uno solo di coproduzione inglese, Harry Potter e la camera segreta. Nel 2001 tre film, The Parole Officer, High Heels and Low Lifes and The Martins raggiungono il milione di sterline e gli altri titoli risultano molto distaccati. In Spagna i film nazionali che superano nel 2002 i due milioni di euro sono i primi sei. In effetti solo i primi due, l'Otro lado de la cama e Lunes al sol riescono ad essere tra i primi 25 film in termini di incasso, rispettivamente al nono e al diciottesimo posto. Il resto della produzione spagnola, i primi quattro film, rappresentano anche qui circa il 50% del Box office nazionale.

L'intero fenomeno ha, tra le molte ipotesi, una spiegazione forse più concreta nel fatto che quando la cinematografia nazionale riesce a rappresentare uno spaccato, comico o interpretativo, della società avviene di fatto l'esplosione del mercato e la stragrande maggioranza di quei cittadini in qualche modo si sente pienamente rappresentata o divertita: e il modo in cui ci si diverte è parte integrante, specifica, di ogni singola cultura. Il resto della produzione, in effetti, risulta come una serie lunga di film per una minoranza, infine più una testimonianza dell'esistenza di una cultura che rappresentazione effettiva di un universo culturale trasversale interpretato dal mezzo cinematografico.

In effetti il gran numero di film prodotti, anche se non di successo, serve più a difendere genericamente, viene da dire quasi in via tendenziale, una cultura di un paese dall'invasione americana che ad affermare quella specifica cultura e quel modello. Dall'altro dimostra, e pienamente, che manca sia nelle cinematografie più rappresentative europee che nei più grossi mercati nazionali europei soprattutto un "Cinema Medio" oltre il fenomeno singolo che funziona due o tre volte in una stagione, e talvolta anche molto bene. Viene a mancare cioè un cinema che dimostri davvero la vitalità e la professionalità di una cinematografia, e dunque ne garantisca, dando lavoro agli addetti e raccogliendo successo nel pubblico, concretamente il futuro in termini reali. E questo è un fenomeno, si diceva prima, non specificatamente italiano, quindi assolutamente non anomalo in Italia rispetto al resto d'Europa, ma che accomuna tutti i paesi europei più grandi ponendo, ad esempio, la Germania vicino alla Spagna: è un fenomeno specificatamente europeo da osservare con attenzione e su cui elaborare, nei limiti del possibile, risposte e strumenti operativi.

8.2.5 Ulteriori elementi di confronto

Nei cinque paesi leaders la frequenza cinematografica annuale pro capite varia tra il 3.66 della Spagna e il 3.12 della Francia sino all'1.82 del mercato italiano, il più basso da registrare tra i cinque paesi presi in considerazione. Praticamente nella penisola iberica e in Francia si va al cinema più di 3 volte l'anno, in Italia invece meno di due volte.

Nei piccoli paesi è leader l'Irlanda dove la frequenza annuale è massima (e lo è anche nei confronti di tutti gli altri paesi europei) con il 4.17, mercato particolare questo che deve alcune tipologie di consumo a specificità che verranno chiarite più avanti mentre molte altre piccole

cinematografie gravitano attorno a poco più di due volte l'anno, l'Austria 2.34 volte, la Svizzera 2.38, la Danimarca 2.23, Svezia e Portogallo 2.04 l'anno.

La quota di mercato dei film nazionali, comprensiva delle coproduzioni, appare realmente elevata solo in Francia dove "il prodotto interno", il cinema francese, supera anche il 40% e non scende comunque mai sotto valori del 27-28%. In Italia i valori si attestano attorno al 20-22%. La Francia infatti è il paese dove la cinematografia si difende meglio con quote di mercato pari al 34.2% nel 1997 sino ad un ottimo 41.7% registrato nel 2001. Il 2002 è in calo ma si attesta comunque al 34.2% di fronte a paesi molto meno presenti con le loro cinematografie ma molto importanti sul piano delle presenze. Caso estremo è quello tedesco in cui la produzione televisiva risulta estremamente sviluppata mentre quella cinematografica si attesta su quote nazionali che oscillano tra l'8.1% del '98 al 16.7% del '97. La grossa abbondanza di schermi, ben 4792, viene utilizzata in buona percentuale per veicolare cinema straniero a differenza di quanto accade in Francia dove ci sono 5.241 schermi in cui al contrario si distribuisce molto cinema francese.

Ovviamente le piccole e piccolissime cinematografie risultano molto svantaggiate in questo contesto, pochi e rari film, mentre le più grandi si situano sui 130 titoli prodotti in Italia nel 2002 (di cui 114 virtualmente distribuiti) sino ai 200 e 204 film in Francia prima segnalati partendo storicamente, e sarebbe strano se non vi si trovasse una conferma, da dati comunque elevati anche nell'analisi della serie quinquennale, i 180 film prodotti nel '98, i 181 nel '99 e i 171, il valore più basso degli ultimi anni, nel 2000.

In Italia il numero di schermi è variato negli ultimi dieci anni incrementandosi tra i 2241 del 1991 ai 3000 attuali, schermi intesi come operanti per almeno sessanta giorni l'anno, due mesi effettivi su dodici. In effetti si stima che solo 1700/1800 siano in piena attività con un rapporto reale con la popolazione residente pari a circa 33 abitanti per schermo.

In termini ancora di comparazioni tra grandi paesi dell'area europea un'ulteriore caratteristica da mettere a confronto è anche il prezzo medio del biglietto. I dati MediaSalles, cui si fa sempre riferimento in queste note salvo diversa indicazione, oscillano tra il valore massimo di 6.35 e 6.63 della Gran Bretagna negli ultimi tre anni e quello spagnolo variabile tra il 5.36 e il 5.46. Le variazioni anticipate da MediaSalles nel 2002 non toccano significativamente la forbice dei valori, con un leggero incremento solo su quello massimo.

In Italia il costo del biglietto risulta intermedio tra i due valori estremi oscillando stabilmente in questi ultimi anni attorno al 5.0 sino a punte del 5.3, in effetti senza variazioni consistenti e inferiore comunque alle punte più elevate presenti tra i cinque mercati di maggiore rilievo in Europa cui si sta facendo sempre riferimento. Il 2002, comunque si sta delineando, secondo quanto risulta nei primi dati censiti, con un ritocco verso l'alto.

Un dato qualitativo interessante, attualmente difficilmente quantificabile, è quello che riguarda la fidelizzazione del mercato che comporta forti variazioni sul prezzo puro e semplice del biglietto. In effetti tale differenziazione di costo, ancora poco diffusa in Italia, è invece molto più presente in un mercato più evoluto come quello anglosassone. Il costo del biglietto risulta, se è guardato così, un valore di riferimento in effetti relativo. Spingere dunque ad una differenziazione tra fasce, giorni e schermi appartenenti ai diversi circuiti potrebbe risultare, in Italia dove questo accade molto limitatamente su scala nazionale, un buon incentivo per allargare il mercato insieme alla ormai nota questione, non secondaria, del prolungamento della stagione, molto più compressa che in altri paesi da ragioni climatiche e consuetudinarie.

Riguardo a quest'ultimo aspetto non appare secondario sottolineare che nel nostro paese nel corso del 2002 ben 34 film su 114 usciti, il 29.8% dei film distribuiti, ha avuto la prima programmazione nei mesi caldi e di vacanza, in giugno, luglio, agosto e settembre, mesi quindi di scarsa e scarsissima visibilità. Tali periodi non sono così caratterizzati nei paesi più freddi o differentemente collocati in termini di consuetudine nell'andare al cinema: un'ulteriore diversità che restringe non poco il consumo di cinema in Italia e la rende comunque diversa da altri esempi europei anche se è vero che ultimamente qualcosa tende a cambiare.

Del resto se in questi ultimi anni alcuni blockbusters americani hanno ritenuto di poter uscire in momenti difficili, quelli propriamente estivi, appare opportuno ripensare in termini diversi, meno tradizionalmente italiani, il lancio anche di film italiani di richiamo. Ciò cambierebbe il modo di concepire il cinema italiano, anche quello da cassetta, in termini “altri”: non solo dunque i tradizionali, e insufficienti, lanci natalizi, supportati inoltre anche da politiche di prezzo differenziate e più favorevolmente articolate, ma, piuttosto un consumo di cinema “spalmato” sull’intero anno, dunque molto oltre la produzione comico-nazionalpopolare collegata all’uscita natalizia e la tradizione, consolidata ma molto limitante, del “dopo Venezia”.

Il risultato di questo sguardo, parziale ma pieno di elementi e ricco di accenni a tendenze e a orientamenti, è da un lato la conoscenza dell’Italia vista nel contesto delle più grandi cinematografie e dei più importanti paesi europei leaders per consumo o per produzione e specificatamente nei confronti di questi leaders e, dall’altro, un quadro davvero generale di questa “cultura comune” che diviene in questo modo una “comune realtà” riccamente e ampiamente differenziata: la cultura dell’Europa “dimensione comune”.

Ma manca, ancora, per avere questo sguardo complessivo, una analisi, non secondaria e non minimalista, dei più piccoli, delle cinematografie minori almeno numericamente, certamente non in termini di testimonianza e ricchezza culturale almeno nella grande maggioranza dei casi, per poter tracciare infine il quadro complessivo dell’Europa cinematografica, dei mali comuni e dei vizi singolari, italiani e non italiani, estesi a quel mercato potenziale, si diceva, di mille milioni di biglietti dell’Europa intera in termini di mercato e “dell’Autore” inteso come sentimento ed espressione, articolata ma condivisa, della cultura europea.

8.2.6 Piccole cinematografie: Irlanda e Paesi scandinavi

Quanto accaduto negli anni bui, gli anni ’80 e ’90, in Italia è stato certamente il tentativo di difendere la cinematografia nazionale. I risultati, gli ultimi, parlano con chiarezza, e del resto sono già stati espressi in precedenza: i film prodotti oggi risultano 130 con un tasso di crescita del 27% rispetto all’anno precedente in cui invece tra i film prodotti e quelli coprodotti si raggiungeva quota 103. Andando a ritroso si ritrovano dati simili per il 2000, anche qui 103 film prodotti, e poi valori attestati su 106 film nel ’99, 97 e 87 negli anni precedenti, il 1998 e il 1997. In effetti l’attuale legislazione, per quanto discussa, ha permesso in concreto di difendere una produzione nazionale e lasciare quindi che la cinematografia italiana, all’interno di patologie di sistema, continuasse comunque ad esistere insieme ad una parallela penetrazione del mercato da parte U.S.A. che varia negli anni attorno al 60-65% circa sino a lambire a volte anche il 70%.

Un esempio estremo a confronto è quello irlandese dove i dati sulla penetrazione del cinema americano sul mercato interno sono altissimi (e gli ultimi dati disponibili infatti parlano di valori attorno al 90%²³), superiori a tutti i dati riferiti ai paesi dell’Europa occidentale. Non è del tutto un caso che la produzione irlandese sia di poche unità, 9 film negli ultimi dati a disposizione che risalgono al 2000.

Il fatto lo si spiega in modo molteplice. In un consumo di cinema Made in U.S.A. così elevato è certamente complice una lingua comune ma non è assente il rifiuto, marcato, della cultura anglosassone vissuta come “nemica” in confronto a quella americana “sentita” come nuova. E ancora la grande povertà del paese, per quanto negli ultimi anni si siano registrati elevati tassi di sviluppo, in sviluppo anche in taluni schemi di consumo, permette di proporre come vincente il modello mondiale “forte” per eccellenza, quello yankee, americano, oltretutto visto come alternativo, e migliore, proprio a quello inglese ampiamente rifiutato. Di qui l’altissima penetrazione dello specifico prodotto d’Oltreoceano.

Del resto anche le ridottissime dimensioni della cinematografia interna favoriscono non poco il consumo di cinema estero non europeo in quanto allontanano infine il pubblico da una identità

²³ Fonte MediaSalles

culturale propriamente europea costruita, come si è più volte ripetuto, sostanzialmente sull'Autore, in favore invece di un cinema che è il cinema spettacolare per eccellenza.

E' anche vero che l'Irlanda, a differenza dell'Italia ma anche di paesi più piccoli, e dunque sotto questo aspetto apparentemente più vicini, come il Portogallo o la Svezia, non ha una forte connotazione culturale specifica. E' possibile infatti parlare in questo caso, almeno in termini tendenziali, della esistenza di un determinato "folklore" più che di cultura realmente autoctona. Ma l'assenza di una vera cultura, che si trasforma poi anche in assenza di una identità cinematografica specifica, lascia spazio alla fine ad un non riconoscimento di quella visione unitaria della cultura europea. Di conseguenza non sono contenibili in questo contesto le performances del cinema U.S.A. che offre invece un gusto e un orientamento che attiene al gruppo "vincente" in opposizione al gruppo "elitario", quello tutto europeo, in realtà essenzialmente "ignorato" in questa fase, in questo momento ma come è già accaduto più volte, più che "accantonato volutamente", almeno se si vuol fare riferimento ad uno schema molto semplificato, peggiorato poi dal fattore tutto anglosassone/irlandese, come prima si sottolineava.

Del resto gli altri piccoli paesi a basso reddito come Portogallo e Grecia, simili quindi in termini di caratteristiche al modello irlandese ora analizzato differiscono nei risultati: il Portogallo che ha un numero di film prodotti oscillante negli anni attorno a 10/14 tra il '97 e il 2001 (le stime 2002 confermano lo stesso livello di produzione) registra quote di mercato U.S.A. molto più basse per quanto gli unici dati a disposizione risalgano ormai al lontano '93²⁴ e la Grecia registra una penetrazione dell'80% circa²⁵ con una produzione più accentuata, 25 film nel 2001 e, in genere, valori di produzione nazionale totale attestati attorno ai 18/20 film l'anno²⁶. Ciò vuol dire, in buona sostanza, che sia la Grecia che il Portogallo hanno vere cinematografie in cui il linguaggio filmico è ben riconosciuto e identificato, caratterizzate da grandi autori del passato e del presente, diverse dunque da chi, invece, offre una cultura, e di conseguenza una cinematografia, meno strutturata e definita, quindi una cinematografia meno riconosciuta e meno acquisita come specifica nell'universo della storia del cinema. Tali paesi risultano molto meno vulnerabili al prodotto d'Oltreoceano. In Irlanda il ridotto livello produttivo, causa ed effetto del problema fa, necessariamente, il resto.

In questo senso le cinematografie europee più grandi, avendo di fatto una produzione molto ben identificabile e numericamente forte, tendono a registrare automaticamente un contenimento rispetto a valori così elevati registrati a favore del cinema americano. Infatti i valori dei cinque paesi europei con le maggiori cinematografie risultano variare, come si è detto, tra valori attorno al 46,6% del 2001 in Francia, valore confermato nella sostanza dalle prime stime riferite al 2002²⁷ sino a circa l'80% per la Germania²⁸ (stime 2002). In questo caso, naturalmente, i valori riferiti alla Gran Bretagna non possono essere presi come termine di paragone in quanto il prodotto americano in terra inglese è visto comunque molto più vicino ad una propria identità culturale nazionale di quanto accada ovunque. E ciò spiega i valori, alti, registrati nel caso specifico.

8.2.7 L'anomalia tedesca, la cultura europea e le cinematografie dei diversi paesi

Per la Germania, invece, dove i valori risultano inspiegabilmente, almeno ad una prima lettura, alti, entrano in gioco nuovi fattori. In prima istanza il fenomeno di adesione alla cultura dominante, quella americana, e di conseguenza alla sua cinematografia, è più forte perché quella parte di territorio che era sino al 1989 Germania Est ha determinato adesioni ai modelli americani in forma acritica, ripetendo quanto si è visto anche in Irlanda, e questo viene ampiamente spiegato da fattori storici, politici, economici.

²⁴ Ultimi dati MediaSalles rilevati

²⁵ Valore stabile riferito al '96, '97 e al '98 – non risultano dati più recenti

²⁶ 20 film prodotti nel '96, 16 nel '97, 16 nel '98, 16 nel '99, 18 nel 2000, 25 nel 2001 – non vi sono stime sul 2002

²⁷ Fonte MediaSalles

²⁸ Fonte MediaSalles

Ma, a questo fenomeno in effetti da ritenersi scontato, si aggiunge il fatto, già sottolineato, che il paese più popoloso d'Europa è tutto rivolto alla produzione audiovisiva, come si diceva prima, mentre il cinema risulta fortemente minoritario, tra i 60 film prodotti nel 1994 e gli 85 prodotti nel 2001²⁹ a fronte di una popolazione, numericamente stabile, di 82 milioni di abitanti, molti nella parte est in una fascia d'età e con un bisogno indotto adatto al "consumo da cinema" che è parte essenziale della nostra indagine: si può dire allora che la produzione tedesca tende a configurarsi come una produzione minoritaria in un paese che non è minoranza né numerica né economica né, tantomeno, da un punto di vista culturale.

Se è possibile tentare una spiegazione almeno parziale di questa anomalia appare sostenibile che in tal modo, probabilmente, "il tedesco" definisce e sottolinea un rifiuto, almeno generico del proprio modello nazionale culturale acquisito come coercitivo e doveristico, efficiente e superegoico, mentre ne recupera interamente e pienamente, i valori intrinseci poi, nell'ampia produzione di fiction dove si è imposta in ambito europeo invece come "il modello".

In questo contesto di riferimento narratologico della fiction e sociologico della realtà nazionale risultata dalla fusione delle due Germanie il poliziotto della fiction televisiva tedesca non può essere legato alla pura azione, modello tipicamente americano, ma individuo e personaggio, invece, costruito dallo sceneggiatore di turno come elemento pensante e deduttivo, e soltanto dopo operativo. Ritornando sempre al confronto con l'Italia risulta che la produzione di fiction è altrettanto alta. Da noi si producono 342 ore di Tv Movies oltre a 423 ore di miniserie e 1360 ore di serie³⁰, in totale ben 2125 ore programmate nel corso del 2002: ma solo una piccola parte viene invece esportata, come dire, in pratica, che il modello italiano è riconosciuto all'interno come il vero modello etico-comportamentale, presente nella case di tutti attraverso il piccolo schermo, mentre "non" diviene, non è riconosciuto come il modello europeo perché troppo diverso e poco trasversale nei valori proposti. In effetti risulta, probabilmente, più una interessante eccezione nella cultura dominante, quella mitteleuropea, che la cultura europea cui riferirsi maggioritariamente. Di qui alcune ragioni della sua non esportabilità, oltre ad altre, specifiche e diverse.

Nel totale europeo occidentale definito all'inizio il mercato del film Made in U.S.A. raggiunge valori pari al 74% nel 2001 confermato anche dalle prime stime, parziali e provvisorie, riferite al 2002: in pratica questa è una conferma che l'identità culturale europea non diviene ancora realtà, non aggrega attorno a sé grandi numeri ma segmenti diversi di culture simili, mentre quella americana, tornando quindi al discorso iniziale, risulta un modello di riferimento stabile e percepito attualmente come unico. Con l'aiuto delle cinematografie più radicate e più grandi, quella francese, quella italiana, quella spagnola e quella inglese per la parte più specificatamente anglofona si riesce a contenere il dilagare del prodotto americano a livelli che coprono i tre quarti del mercato, valore scontatamente alto e che si commenta da solo, ma non si realizza uno schema culturale alternativo. In effetti non esiste ancora oggi un'idea di film "sentito", percepito come europeo.

Quanto è accaduto nei paesi dell'estremo Nord europeo, Danimarca e Svezia, negli ultimi anni assume, in questo contesto tutto a favore del film americano, valenza particolare proprio per una specifica caratteristica: talvolta in questi paesi caratterizzati dall'avere piccole ma non piccolissime cinematografie risultano ai primi posti del tradizionale Box office film nazionali.

Vediamo la situazione produttiva e di mercato. Sono due paesi che hanno alle spalle una grande tradizione cinematografica tipicamente europea, dunque caratterizzata dall'Autore, da personalità come Sjostrom, Dreyer, Bergmann e una produzione, per quanto con una popolazione ridottissima, più simile ad una grande città metropolitana che ad una nazione vera e propria, compresa tra i cinque e i nove milioni circa di abitanti, e una produzione che mediamente si aggira attorno ai 20 film all'anno in Danimarca³¹ e ai 25/30 film in Svezia³². La penetrazione del prodotto americano è

²⁹ Non vi sono stime riguardanti i risultati del 2002

³⁰ (dati ANICA su analisi dello Studio FRASI)

³¹ (20 film prodotti nel '96, 16 film nel '97, 18 nel '98, 16 nel '99, 21 nel 2000, 19 nel 2001 – non si hanno elementi sul 2002)

³² (29 film distribuiti nel '97, 20 film nel '98, 23 nel '99, 38 nel 2000, 25 nel 2001 – non si hanno elementi sul 2002)

compreso tra valori del 66.5% nel '97 in Danimarca e 66,7% in Svezia sino al 59.1% danese e al 63.7% svedese del 2001³³, dunque valori simili nei due paesi almeno tendenzialmente, fatto salvo qualche dato riferito ad anni specifici, e quasi paralleli “nell’assorbire” la quantità di cinema di puro spettacolo realizzato in U.S.A. Diversa risulta la frequenza di consumo di cinema, in termini percentuali di presenze, quasi doppia in Danimarca rispetto alla Svezia almeno per quanto riguarda la stagione 2000/2001.

Sembrano in effetti paesi dalle abitudini e da una storia abbastanza simile, appartenenti ad una cultura comune, scandinava, che spiega molto infine di questa similitudine. In Danimarca nel 2002 i film nazionali si pongono al quarto e al quinto posto del Box office subito dopo i primi tre film americani di più largo successo. Questa tendenza trova una propria origine nei dati del precedente 2001³⁴ dove i film di produzione nazionale avevano raggiunto il primo, il terzo e il quarto posto. In Svezia nel corso degli ultimi anni '90 si è registrato, tra i film più seguiti, il singolo titolo di produzione nazionale. Anche qui risulta chiaro allora che quando vi è una solida cultura nazionale di riferimento vi è anche una produzione nazionale di film che tende a difenderla e in un contesto di redditi alti, vicini ai paesi postindustriali, e dunque di alti o comunque buoni livelli di presenze in sala, il film americano viene limitato nella sua affermazione di mercato proprio da questa produzione autoctona, in effetti dall’espressione di una propria cultura radicata e non rifiutata come accade nelle realtà ancora in sviluppo.

L’effetto cumulato quindi delle cinematografie europee più grandi insieme a quello delle cinematografie piccole più riconosciute e storicamente rilevanti in termini di innovazione di linguaggio diviene proprio quello di vincolare il prodotto americano a livelli più contenuti rispetto ai valori medi dell’area europea e a riconoscere una comune cultura che diviene, se chiaramente emersa e riconosciuta, un valore dichiaratamente condiviso. Di qui le eccezioni: da un lato l’estremizzazione irlandese, dall’altro per alcuni aspetti quella danese culla anch’essa dell’idea europea dell’Autore e “tedesca” nelle scelte di questi autori, Lars Von Trier in testa esponente di un movimento rinnovatore nel cinema, e dunque nel suo accentuato rigore fortemente mitteleuropeo.

A conferma e a commento poi di quanto una mancata produzione cinematografica nazionale marcata possa spingere a favore del modello considerato vincente in quel momento sta proprio l’esempio tedesco coniugato in questo caso dall’effetto forte, dal chiaro vantaggio infine di cui gode naturalmente il prodotto americano in aree da poco in sviluppo economico come l’ex area tedesca dell’Est e dunque alla ricerca di nuovi, e diversi, modelli culturali: quelli considerati infatti diffusamente e storicamente i più forti e i vincenti. In effetti il migliore modo per difendersi “dall’effetto americano” dirompente è riconoscere la propria cultura e trasformarla in una cinematografia pienamente espressiva di valori nazionali.

L’insieme delle cinematografie europee è infine quella Europa autoriale, differentemente interpretata, diversamente recepita e diversa nei diversi Autori che si ritrova comunque e ovunque in Europa: in ogni cultura di area europea e in ogni sua cinematografia.

³³ (non si hanno elementi sul 2002)

³⁴ (fonte nazionale)

8.3 SCENARIO: LA FORMAZIONE CINEMATOGRAFICA IN EUROPA E NEGLI STATI UNITI

8.3.1 *Le diverse esigenze formative di due universi cinematografici divergenti*

Le problematiche della produzione cinematografica viste attraverso i differenti angoli visuali, l'uno, quello del mondo americano, teso al successo di pubblico, dunque legato al più "sicuro", in termini di ritorno finanziario, tra i probabili film tra cui operare la scelta, l'altro connesso all'idea di un autore che racconta "di sé" e, spesso, "per sé", quello dell'universo europeo, comporta una conseguenza quasi naturale: che i profili professionali e le caratteristiche di tali professionalità, sebbene riconosciuti univocamente (e del resto sempre di cinema si tratta), abbiano accenti e orientamenti di fatto diversi nei due contesti produttivi.

In effetti il regista che nell'universo europeo risulta il centro dell'azione che si svolge sul set, nel mondo americano diviene essenzialmente un tecnico che "applica" gli accordi decisi dal produttore, movimenti della m.d.p. già decisi e concordati secondo gli stili diffusi e in voga, montaggio ed effettistica, edizione. Dunque non vi sono tempi morti né sfondamenti di budget.

Non è raro imbattersi, in un universo così concepito, in sceneggiature tecniche, pronte dunque per essere girate perché unite a precise scelte di ripresa, dunque campi, piani, tipo di macchina prescelto, e non solo dialoghi e scene, sulle cui pagine è apposta, ogni volta, la firma del regista. Cioè, in pratica, il regista non può opporre alcun cambiamento a quanto deciso. E, non ultimo, questo sistema risulta talvolta anche tendente alla rigidità per quanto vi sia un accurato lavoro di preproduzione.

Ma, d'altro canto, tale sistema assicura il finanziatore sulle decisioni autonome, sulle "stravaganze" possibili di un regista/autore o, comunque, più autonomo dalla produzione.

Naturalmente ciò vuol dire che il regista americano deve avere alle spalle "molto mestiere" per non poter fare mai errori e mai, in senso assoluto, superare il budget stimato, mentre quello europeo tende naturalmente ad inventare, non allontanandosi spesso anche da tentazioni di approssimazione. I casi di Orson Welles e di Michael Cimino parlano chiaramente: due casi, infatti, in un mondo privo di casualità.

Quello europeo e quello americano sono, alla fine, due tipologie di registi, due mondi dunque, due universi cinematografici, infine, lontani: quello dell'Europa, più libero e dove la preminenza è della regia, e quello Made in U.S.A. dove il primo a proporre e discutere con il produttore nei diversi livelli decisionali è lo sceneggiatore, vero fulcro del prodotto: di una narratologia consolidata molto prima che di una interpretazione della realtà filmica in termini di inquadrature. Il cinema, si dice in America, "è storia di storie": di qui la nascita di molteplici scuole di pensiero in termini di scrittura per immagini, che vengono a mancare in Europa, almeno con quella dedizione e quell'astensione che assumono nell'universo americano.

8.3.2 *L'American Film Institute come esempio della formazione cinematografica in U.S.A*

All'inizio della presentazione dei corsi offerti dall'AFI viene testualmente riportato: "La nostra organizzazione offre un corso di studi comprensivo di vari aspetti e creato partendo dal presupposto che i grandi directors devono essere prima grandi storytellers... ". Di qui la differenza cui si faceva prima riferimento: il regista americano deve, in prima istanza, saper raccontare, e poi saper inquadrare perché l'inquadrare deriva direttamente dal racconto che si rappresenta, e solo dopo deriva da come realizzare quella inquadratura. In pratica, l'inquadratura non può essere assolutamente "un modo di essere film" ma, prima, molto prima, un modo di vedere quello che sta accadendo nel plot, nella trama.

E questo modo di ragionare nasce da molto lontano, da un modo diverso di concepire il film cui ci si riferiva prima: infatti, se un regista “racconta” la storia di una scatola chiusa da ricercare ovunque, ciò che conta è, evidentemente, cosa ci sarà dentro. Questo vale per il cinema americano. Per il mondo europeo, estremizzando, quello che davvero conta è “il viaggio” del protagonista per trovare la scatola, dunque le sue scoperte interiori fatte durante il viaggio. E, in effetti, quello che contiene la scatola diviene un pretesto. Il regista dunque parte dallo “script” per giungere allo “screen” focalizzandosi sulle performances in termini narrativi e visuali del linguaggio cinematografico: termini, in effetti, narrativi. La supremazia è della narratologia dunque.

Ed infatti una regola, scopertamente sottolineata della scuola, dall’AFI, è la capacità di collaborare con le altre due figure essenziali: lo screenwriter, lo sceneggiatore, e il produttore. E dopo, in seguito, assume importanza il modo di rendere propri i modi di vedere dei cinematographers, dei Direttori di fotografia, tradizionale “braccio destro” del regista, i tecnici capaci cioè di tradurre le immagini nelle immagini migliori.

La struttura formativa dell’AFI si struttura secondo i livelli seguenti:

- un primo anno dominato da un workshop in produzione ed un altro in regia, una fase dedicata alla gestione dell’attore e, infine, la presentazione di progetti che divengono base per il progetto di tesi finale;
- un secondo anno basato su di una serie di seminari sui progetti presentati e posti a confronto con esperienze vissute dell’arte “cinematica” dello storytelling e, dunque non cinematografica, ponendo così l’accento nuovamente sull’aspetto tecnico/realizzativo molto più che su quello creativo. Vengono poi affrontati gli aspetti specialistici della regia, specificatamente quelli connessi al rapporto con i collaboratori ed, infine, sono previsti una serie di incontri sulla realtà delle produzioni indipendenti e del mondo televisivo.

Da tale impostazione nasce una figura di regista capace di interagire con gli altri, e bene, ma la sua creatività non si pone come problematica primaria nell’ambito di una corretta ed esaustiva formazione che tende ad essere essenzialmente “professionale”.

8.3.3 Europa: gli elementi essenziali dell’alta formazione specialistica in MediaPlus

Per il periodo 2001/2005 l’Unione Europea ha stanziato 50 milioni di euro, circa 100 miliardi di vecchie lire, per realizzare la parte dedicata alla Formazione contenuta nell’ambito del Programma Media dedicato all’Audiovisivo e al Cinema. Naturalmente il sostegno scatta su base bilaterale tra lo stato membro e la U.E., di norma nei limiti del 50% per il bilancio comunitario ma che può raggiungere il 60% per aree, regioni o paesi, che si distinguono per una capacità produttiva “bassa” accertata o per un’area linguistico/geografica particolarmente ristretta.

Obiettivi di un intervento così mirato sono l’applicazione delle nuove tecnologie con particolare riguardo al digitale per programmi audiovisivi ad alto valore commerciale e artistico, due aspetti questi sviluppati parallelamente e consequenzialmente, la gestione economica dell’impresa multimediale estesa anche all’aspetto commerciale con conseguente applicazione delle regole giuridiche per la produzione e la distribuzione di programmi audiovisivi e, infine, l’utilizzo esteso delle tecniche di scrittura di sceneggiature e di narrazione, comprendendo in questo anche lo sviluppo di nuovi format televisivi. Particolare riguardo viene dato all’utilizzo estensivo delle tecniche on line.

Sono inoltre incoraggiati la cooperazione e lo scambio di know how, di esperienze diverse ma affini prima del set, durante e dopo, di figure cioè che interagiscono tra loro nel settore come sceneggiatori, registi e produttori destinando tale scambio culturale al miglioramento professionale generale di chiunque operi nell’industria audiovisiva.

Le attività di formazione possono assumere diverse forme, dal Master specializzato impostato come formazione professionale post-universitaria collegato ad uno stage in una impresa audiovisiva, alla Formazione di Breve Durata, alcuni giorni, cioè, di full immersion in forma seminariale o di workshop, sino alla Formazione di Lunga Durata costituita attraverso seminari

successivi e seguiti da un reiterato periodo di consulenza su progetti prescelti, dallo script alla distribuzione.

I proponenti appartengono obbligatoriamente all'ambito, ristretto, delle Scuole di Cinema e Televisione, delle Università, dei Centri di Formazione altamente specializzati, delle Imprese private afferenti all'industria audiovisiva o, anche, delle singole Associazioni o Ordini professionali.

8.3.4 *Media Programme: i parametri rilevanti per il giudizio sui singoli progetti da finanziare*

In questo universo formativo ben caratterizzato e specifico particolare attenzione viene data al rapporto costo/efficacia del Progetto presentato, alla sua dimensione internazionale per cui i partecipanti ai progetti devono essere necessariamente in maggioranza di nazionalità differente da quella del promotore, allo staff dei relatori che è internazionale, oltre dunque anche i confini riconosciuti dell'Unione Europea, alla cooperazione tra paesi attraverso un rapporto tra il proponente e i partners di altri paesi, al partenariato con imprese del settore realizzato attraverso le più diverse forme, anche dei tradizionali stages organizzati nelle singole imprese.

La valutazione e la scelta di singoli progetti avviene attraverso una verifica realizzata da una rete di esperti chiaramente riconosciuti dell'industria audiovisiva partendo dal presupposto, evidente e dichiarato, che non viene finanziata, salvo casi estremi, la formazione di base, ma soltanto l'alta formazione offerta a professionisti del settore da specializzare ulteriormente o da adeguare e avvicinare alle innovazioni in essere.

Nel 2002, a titolo di esempio, sono stati sostenuti i Progetti di Equinoxe, una Associazione francese particolarmente nota per proporre una formazione specializzata e fortemente orientata nell'ambito della scrittura e che ha realizzato infatti una serie di seminari la cui finalità è proprio quella di scegliere, tra le presentate, le migliori sceneggiature da sviluppare in successive stesure, in meetings ripetuti due o tre volte nell'arco di alcuni mesi e seguite nell'intervallo tra un incontro e il successivo, da un professionista di elevato livello che ha il compito di verificare la qualità generale e di far emergere i punti deboli delle diverse drafts legate all'evolversi continuo del progetto iniziale.

In questo senso sembra possibile perseguire, e appare chiaro, l'obiettivo di scegliere da un lato il meglio dei professionisti della scrittura cinematografica, mentre dall'altro si lavora concretamente ai problemi irrisolti attraverso un naturale meccanismo iterativo che produce infine numerose versioni della sceneggiatura originale. E si elabora il singolo progetto/sceneggiatura prescelto con la presenza di un pool di diversi professionisti che lo hanno presentato, lo sceneggiatore e il regista presi insieme, ma anche il produttore che propone il copione in quanto interessato alla qualità e alla fattibilità del film, dunque ai costi e al livello artistico e di mercato di quella sceneggiatura in un'ottica di impresa attiva e non percettiva di sostegni a fondo perduto.

In tal modo, inoltre, diviene, o almeno si tenta di far divenire reale il concetto di crescita complessiva del pool di professionisti del progetto prescelto che cooperano tra loro sino al progetto operativo. Il risultato, molto interessante, è un effetto complessivo di crescita, sullo script e sulle singole professionalità che offre, insieme, nuove chances ad una reale produzione della sceneggiatura: un processo parallelamente maturo e complesso, ogni volta posto in pratica in un diverso paese e, dunque, in una lingua autoctona cui si affianca, sempre, l'Inglese.

Nel 2003 i progetti selezionati riguardano, tra gli altri, EAVE, Les Entrepreneurs de l'Audiovisuel Européen, il cui scopo è di realizzare quattro sessioni di forum sui bilanci e sul finanziamento dell'attività di produzione audiovisiva rivolgendosi a produttori e distributori ma anche a quegli operatori di banca o di istituti finanziari che lavorano nel credito cinematografico.

L'Istituto Europeo del Design, anche questo una struttura prescelta nei progetti di attuazione per l'anno in corso, offre ai professionisti del settore multimediale seminari e attività on line di sei settimane ciascuna con una specializzazione e una diretta applicazione delle nuove conoscenze.

Un ulteriore progetto finanziato attraverso il MediaPlus è quello, pregevole sul piano dei contenuti fortemente innovativi, della Hochschule für Film und Fernsehen München (Alta scuola di cinema e Tv di Monaco) che, attraverso una struttura consorziata, Sagas, organizza e struttura tradizionalmente cinque sessioni di sette giorni per volta sulla Fiction interattiva rivolgendosi a sceneggiatori europei, registi, produttori e anche, seppure in misura minore, a giovani professionisti già specializzati nel settore della multimedialità.

Questi esempi mostrano con chiarezza sia il modo in cui si esplica l'alta formazione finanziata dal pacchetto MediaPlus sia il livello cui essa tende: rielaborare la professionalità esistente in un ambito tecnologico innovativo mirando a realizzare specificatamente quegli obiettivi scelti chiaramente come prioritari, e prima presentati, dall'Unione europea nell'ambito del pacchetto MediaPlus.

8.3.5 La formazione cinematografica, audiovisiva e multimediale di base e il FSE

Diverso è il caso di figure professionali afferenti sempre all'area cineaudiovisiva realizzato però con l'ausilio finanziario dall'FSE, il Fondo Sociale Europeo. In questo caso si privilegia, infatti, la figura professionale tradizionale, ad esempio la realizzazione di profili da autoregista o da operatore multimediale, da sceneggiatore o da segretaria di edizione, attraverso un cofinanziamento paritario con le Regioni e facendo riferimento ai possibili fabbisogni espressi dal mercato: in questo caso, in pratica, si tratta di "formare" figure professionali molto più che orientare o innovare professioni e professionisti che già lavorano o che hanno, comunque, precedenti esperienze di lavoro.

E', quindi, un lavoro formativo naturalmente diverso, per quanto interessante, e che in casi singoli offre risultati di rilievo, ma che costruisce figure e profili professionali partendo dalla formazione di base per raggiungere, è questo l'obiettivo, un buon livello medio generale di conoscenza ed esperienza. E' quindi chiaramente rivolto a giovani che non hanno ancora svolto esperienze lavorative ma che sono dotati in forma evidente di una sensibilità e di un interesse per il singolo settore o per la figura professionale proposta nel corso.

Il controllo di qualità, insieme alla stima sugli effetti reali sul territorio e all'impatto nel settore, sono lasciati alla verifica, spesso purtroppo puramente burocratica, dell'Ente di decentramento territoriale che tende, infatti, a verificare, in massima parte, le presenze dei docenti o i cambiamenti più o meno frequenti di orario. Il livello di interscambio culturale e formativo tra paesi in questo contesto viene azzerato in quanto, con questo strumento, i docenti sono tutti del paese che promuove il progetto, parlano solo la lingua del paese e sono scelti dagli enti di formazione certificati regionalmente.

La verifica qualitativa parallelamente a quella delle esperienze precedenti del personale docente avviene spesso attraverso una analisi a campione dei curricula presentati nei vari corsi. I fondi, naturalmente a disposizione dei vari ambiti formativi e dunque non solo indirizzati alla medialità come avviene invece per il sostegno offerto dal MediaPlus, non sono orientati ad un'area professionale specifica ma assecondano, teoricamente, le necessità del mercato, ad ulteriore conferma, se mai necessaria, del fatto che sono stati messi a disposizione per attivare le risorse umane in contesti più difficili rispetto alla media europea per cui non sono posti in campo per perseguire obiettivi altamente specialistici. Rispondono in pratica ad esigenze del tutto diverse e si "spalmano" su ampie aree territoriali per quanto definite geograficamente.

8.3.6 L'universo inglese, quello francese, quello tedesco

Un classico esempio della formazione cinematografica anglosassone è quello offerto dalla NFTS, la National Film & Television School. In questo ambito, prendendo come case study la formazione diretta ad insegnare ai Direttori di fotografia, ruolo questo scelto proprio in quanto più legato all'aspetto tecnico rispetto al ruolo svolto tradizionalmente dalla figura del regista, quanto viene ricordato nella presentazione della formazione proposta pone l'accento sulla espressione

creativa “....sviluppata attraverso le tecniche tradizionali insieme a quella, innovativa, delle nuove tecnologie digitali...”. L’attenzione è posta infine sull’importanza della collaborazione con le altre professionalità con un coinvolgimento anche nei diversi settori, quelli della fiction, dell’animazione, del documentario tecnico-industriale.

La Francia si riconosce fortemente in una struttura formativa pubblica, nota e universalmente riconosciuta quale è la FEMIS, Scuola nazionale Superiore dei mestieri dell’immagine e del suono, accessibile per concorso. I quattro obiettivi della Femis sono così presentati:

- la formazione iniziale e la formazione continua come modelli ottimali di didattica
- la cooperazione con le scuole straniere
- la produzione, l’edizione, e la diffusione dei film e dei documenti in relazione con la pedagogia utilizzata dalla struttura formativa

8.3.7 la promozione e la diffusione della cultura cinematografica.

Gli orientamenti formativi seguiti sono, oltre alla tradizionale regia, sono la produzione e la produzione esecutiva, poi il montaggio, l’animazione, il suono, e una formazione in scrittura accessibile a tutti e due gli anni. In tal senso la parte di scrittura è opzionale, almeno in parte, ma disponibile per ogni indirizzo formativo. Non è certo questo il segno di una cinematografia rivolta alla narratologia più che alla tematica ma, comunque, il segno di un tentativo di dare, o tentare, una formazione più completa.

Nel primo ciclo sono compresi un “tronc commun”, una parte comune costituita da una serie di materie che spaziano dall’analisi del film alla sensibilizzazione alla produzione cinematografica, all’avvio alla comprensione dell’intero ciclo produttivo con un esame finale pratico-operativo.

Il secondo ciclo, invece, si sviluppa in due fasi che durano insieme 18 mesi e che conduce l’allievo a saper utilizzare gli strumenti della sua professione attraverso esercitazioni specialistiche ed esercitazioni generali alternate. Infine gli studenti “....sono chiamati ad acquisire più autonomia, a lasciare libera la creatività nella logica di un lavoro d’equipe che rispetti le intenzioni del realizzatore”. Infine sono previsti alcuni stage possibilmente anche all’estero, di tipo pratico.

Il terzo ciclo, il più avanzato, è dedicato alla ricerca personale che metta in condizione di realizzare, secondo le specializzazioni, il sonoro di un film, una sceneggiatura di un lungometraggio, il montaggio di un intero film, e così via.

In Germania le scuole di cinema sono spesso unite a quelle ad indirizzo televisivo, probabilmente, è opinione condivisa da molti, perché la produzione televisiva è comunque maggioritaria. Le scuole pubbliche si trovano in due diverse sedi, a Berlino e a Monaco.

La DFFB, Deutsche Hochschule Film und Fernsehen in Berlin, tende a costruire figure professionali cui partecipa in termini finanziari diretti lo stesso Land di Berlino seguendo in questo una logica accentuatamente federale che regge del resto tutta la struttura costituzionale tedesca. E quindi anche il settore cinetelevisivo è finanziato a livello statale e a livelli diversi i lander si propongono come finanziatori o coloro che offrono servizi, seguendo così, tra gli stessi lander, anche un’emersa concorrenza tra chi offre di più e meglio a patto che esterni o interni vengano girati o montati, o altro, in quello specifico land.

Le specializzazioni essenziali sono, naturalmente, la regia, la produzione, la scenografia, e il TV Producer. La struttura formativa è costituita su due anni di specializzazione, intensamente costruiti attraverso segmenti teorici di formazione alternati a segmenti pratici di ripresa, montaggio, sceneggiatura, con particolare attenzione all’aspetto produttivo relativo al piccolo schermo.

8.3.8 La Danimarca e la scuola polacca di Lodz

Anche i piccoli paesi europei vantano scuole di cinema di rilievo e tradizione. Tra le molte una delle più note è quella danese, la National Film School of Denmark tesa a realizzare professionisti nell’ambito cinematografico, televisivo e di produzione di video. L’obiettivo, anche in questo caso, è “ definire un alto livello tecnico, etico ed estetico per la produzione dei media. In effetti di

nuovo il concetto di “estetica” viene a collocarsi all’interno della formazione cinematografica. Sarebbe difficile, al contrario, ritrovare un concetto simile, quello che si riferisce all’universo dell’etica e dell’estetica in una scuola americana dove, viceversa, come si è visto, è l’aspetto da professionista di alta specializzazione ad avere somma, primaria importanza.

Si sottolinea, però, in questo caso, anche l’importanza “...della storia che sarà precisa e ricca...” ma “.... se espressa in una forma documentaristica o a soggetto”. La durata è di ben quattro anni orientati al montaggio, alla regia, fotografia video e in pellicola, all’editing, nel suono e all’indirizzo di produzione. La proposta di formazione è orientata, più di altre, a “... realizzare figure richieste dalla produzione dei media. La maggioranza dei diplomati sono professionisti nell’ambito filmico o televisivo...”. E’, dunque, quanto riportato un’adesione ad indirizzi più vicini al mercato nei limiti di un contesto culturale che pone necessaria rilevanza ad un ruolo estetico dell’immagine mediata. In tal senso il caso danese assume una rilevanza specifica: senza dimenticare le tradizioni europee offre uno sguardo al mercato.

L’area europea centrorientale, invece, che testimonia spesso un elevato livello di professionalità artistica e creativa, è rappresentata, in buona parte, dalla famosa scuola di Lodz, in Polonia. Molti gli autori diplomati alla scuola tra cui, oltre a Polansky poi emigrato in America, si ricordano nomi del calibro di Wajda e Skolimovski. Il piano di studi, suddiviso come accade tradizionalmente tra area teorica e area applicativa, offre particolare rilievo alla collaborazione tra studenti e docenti, alla ricerca comune della migliore scelta tecnico-artistica.

La libertà del giovane artista, però, non viene ad essere influenzata dalla presenza dell’insegnante perché si tende, nella scuola, a fare molta attenzione al livello di autonomia artistica del nuovo talento. I corsi, della durata di quattro anni, contemplano anche il passaggio a corsi più brevi, biennali, in produzione cinetelevisiva, fotografia e sceneggiatura.

8.3.9 La situazione italiana

In Italia la Scuola Nazionale di Cinema, tradizionale strumento di alta formazione cinematografica del nostro paese, come è noto ha attraversato fasi alterne ed alterne qualità dei diplomati legate soprattutto alle diverse figure che sono state poste a dirigere l’Ente formativo di Stato. Attualmente in via di ulteriore trasformazione annovera tra i propri corsi, oltre a quelli, tradizionali, di regia, fotografia, montaggio, sceneggiatura e produzione, anche i corsi di recitazione, scenografia e costume, tecnica del suono e, ultimo in termini di tempo, animazione, a sua volta suddivisa in animazione d’autore, animazione classica e animazione computerizzata.

I corsi, che durano tre anni, svolgono i tradizionali lavori finali annuali in video, e poi infine, anche in pellicola. I corsi base, comuni ai vari indirizzi, riguardano l’analisi del film, il linguaggio cinematografico, la storia del cinema e del cinema documentario, l’analisi del prodotto audiovisivo. Diversamente, nei corsi specifici si canalizza la formazione alle necessità della figura professionale, dallo storyboard alla teoria e tecnica della videoregistrazione musicale, al diritto d’autore, all’adattamento di un testo letterario, alla gestione della troupe, secondo le diverse professionalità che devono essere didatticamente realizzate, dal regista al tecnico del suono.

Sebbene un discorso di tipo generale sulla funzione della SNC negli anni sia comunque più difficile da fare di altri esempi, quelli europei, più lontani dalla realtà del nostro paese e per questo infatti è facile scontrarsi con opinioni e tendenze naturalmente personali, si può comunque dire in generale che l’obiettivo della formazione dell’ex Centro Sperimentale di Cinematografia è sempre stato rivolto a costruire autori molto più che professionisti, come accade del resto in tutta Europa.

In effetti il cinema italiano vive di cinema d’autore e in tal senso è innegabile che la scuola statale di formazione ha fornito non pochi elementi, se non una mentalità generale e una forma mentis che va in tal senso. Piuttosto è da valutare se, negli anni, vi sia stato un maggiore o minore apporto a realizzare compiutamente anche un aspetto più propriamente, e compiutamente, tecnico-professionale. E questo aspetto, in effetti, è divenuto più “figlio dei diversi momenti” vissuti dalla

scuola, dalle sue vicissitudini, che da una ricerca certa di raggiungimento di obiettivi sentiti come primari.

Oggi il tentativo in atto è quello di offrire anche un compiuto valore all'aspetto complessivo tecnico e professionale ma resta chiaro un taglio autoriale: far nascere quindi nuovi autori professionalmente compiuti.

Negli ultimi anni, poi, si sono sviluppate in Italia anche numerose attività a carattere privato che hanno come obiettivo l'alta formazione cinetelevisiva. Una di queste realizzazioni, la Nuct, Nuova Università del Cinema e della televisione, ha tentato di affermarsi con risultati spesso più di effetto che di sostanza. L'ordinamento didattico che sinora si è disperso in moltissime ore teoriche e poca realtà professionale, la vaghezza degli obiettivi vissuti secondo i momenti anche finanziariamente complessi seguiti della struttura, ha compromesso gli alti scopi che i padri fondatori, ormai non più in vita, avevano posto a fondamento dell'iniziativa.

Una realtà recente, l'Accademia Rosebud, appare invece, per quanto ancora alla ricerca di una strutturazione definitiva, più attenta alla qualità offerta e alla preparazione complessiva dello studente senza dimenticare, volutamente, specializzazione e operatività.

Entrambe le scuole presentano corsi annuali e biennali con l'obbligatorietà, del resto comune a ogni struttura formativa sia in Italia che all'estero, di una realizzazione finale, frutto di un lavoro di gruppo di attori, registi, montatori, produttori, sceneggiatori, documentaristi e dunque, il risultato è un insieme di corti e mediometraggi di diverso orientamento.

Certamente anche queste scuole private, le più valide e le più discusse, non sfuggono all'idea, tutta europea, di costruire l'Autore e, se possibile, il grande autore: europee, quindi, profondamente, e profondamente italiane.

Si distacca da questa logica il Master Europeo in Gestione d'Impresa Audiovisiva e Multimediale focalizzato sulla formazione di manager del settore audiovisivo. Il percorso formativo proposto è composto da aree tematiche di carattere economico, organizzativo e legale. L'iniziativa è sostenuta da molti anni dal programma Media.

8.3.10 La formazione di base in Italia nell'area cinetelevisiva: l'Istituto Rossellini

L'Istituto di Stato per la Cinematografia e la Televisione Roberto Rossellini di Roma è l'unica Scuola Statale in Italia che prepara le figure più giovani, dai 14 ai 18/19 anni, il periodo cioè della Scuola Superiore, ad una professione nel settore cinematografico e televisivo e in aree afferenti, quelle della multimedialità, della fotografia e della grafica. E' dunque una preparazione di base che parte da un livello di alfabetizzazione nel campo dell'audiovisivo per accedere poi a specializzazioni specifiche e articolate. Infatti i livelli considerati sono distinti in due diverse fasi: la prima, triennale, che tende a costruire la figura del tecnico/operatore nell'industria audiovisiva, quello dell'immagine fotografica o, alternativamente l'operatore della grafica pubblicitaria, e la seconda, biennale, di specializzazione, in cui è possibile scegliere anche tra più orientamenti o, viceversa, attraverso cui ci si orienta all'approfondimento del profilo professionale prescelto inizialmente.

In linea generale si può comunque dire che il rinnovo dell'Istruzione Superiore italiana ha permesso di mantenere in questo settore specifico, anche all'interno di questo ampio processo innovativo dell'istruzione secondaria superiore, quel modello ormai collaudato di formazione che risulta, in Italia, del tutto atipico perchè a cavallo tra la gestione della tecnica e l'elaborazione artistica, tutti e due fortemente presenti nelle aspirazioni, nella sfera emozionale e nelle conoscenze della prima gioventù. E' in tale ambito infatti che opera una struttura di questa particolare tipologia didattico-formativa che, negli anni, non ha teso ad accentuare nessuno dei due aspetti secondo mode e tendenze del momento.

Venendo specificatamente all'insieme degli indirizzi formativi il tecnico dell'industria audiovisiva, all'indomani dell'acquisizione delle conoscenze del primo livello, deve essere posto in condizioni, dalla struttura di formazione pubblica, di possedere quei requisiti di base che gli

dovrebbero consentire di realizzare il prodotto audiovisivo con un accettabile livello di autonomia operativa. Conosce i linguaggi e le tecniche della comunicazione mass mediale, ha nozioni di storia dello spettacolo e ha seguito l'evoluzione delle tecnologie cinetelvisive. E, infine, è capace, almeno in linea di principio, di adattarsi ai non pochi cambiamenti in atto.

Le specificità dei diversi profili professionali specialistici riguardano la ripresa cinematografica e televisiva, il montaggio video/pellicola, la postproduzione audio, la produzione e l'edizione, e da poco anche la produzione multimediale intesa come elaborazione della videocomposizione sia cinematografica che televisiva attraverso effetti digitali anche in 3D.

L'operatore dell'Immagine Fotografica invece è una figura più tradizionale che conosce le diverse tecniche di realizzazione delle immagini più moderne movendosi infatti sia nell'ambito più conosciuto e di tradizione e sia, rinnovandosi non poco, anche nell'ambito delle tecnologie computerizzate. Tale ultimo aspetto è più presente particolarmente durante il biennio successivo dove la figura diviene più autonoma. Si definisce, infatti, Tecnico dell'immagine addetto ai laboratori di trattamento delle immagini digitali e non digitali rivolgendosi in generale, nell'ambito lavorativo, ad aziende editoriali e di broadcasting che acquisiscono, realizzano e ed elaborano immagini utilizzando qualsiasi tipo di tecnologia.

L'operatore grafico-pubblicitario utilizza la comunicazione visiva per scopi funzionali legati al messaggio pubblicitario. In questo settore elabora, in forme più tecnicamente compiute dopo il biennio di specializzazione, l'immagine della pubblicità secondo l'orientamento sociale prevalente nel periodo, e si orienta a lavorare sulle idee offerte dalle agenzie pubblicitarie offrendo anche un proprio apporto artistico di cui riesce a misurarne anche la fattibilità tecnico/operativa. Tali competenze sono supportate da un'area culturale non ristretta necessaria a comprendere le necessità del messaggio pubblicitario e le forme adatte all'espressione migliore per renderlo il più fruibile possibile dal pubblico potenziale.

L'Istituto statale, inoltre, attiva anche dei corsi serali secondo le richieste dell'utenza, durante i quali in genere si ripetono in tutto o in parte i corsi svolti nell'orario antimeridiano. La struttura formativa ha poi siglato un accordo organizzativo, diverso di anno in anno, per la gestione di progetti definiti IFTS (Formazione Tecnica Superiore) rivolti ai già diplomati e che costituiscono nuovi percorsi didattici integrati nell'ambito del canale formativo post-secondario in cui si realizzano numerosi stages di formazione presso aziende e agenzie a conclusione di un percorso superiore di formazione realizzato con la collaborazione di enti specializzati, Università, strutture private di formazione e Istituti professionali caratterizzati da indirizzi specifici.

8.3.11 La formazione come investimento sociale nel campo dei media

Da un lato il violentissimo cambiamento della tecnologia cui si è assistito in questi anni per cui, oggi, ad esempio, in banda larga da 10/12 megabit sarebbe possibile scaricare un intero film in breve tempo, dall'altro il passaggio del fulcro della gran parte del lavoro dal cinema all'audiovisivo visto attualmente come universo plurale di network e dunque di molteplici format, di possibilità di veicolazione del prodotto cinematografico, di realizzazione di prodotti diversi e alternativi, ha posto, e fortemente, il problema di investire nell'alta formazione intesa come dimensione da grande schermo ma, soprattutto, anche come dimensione per la multimedialità nel senso più ampio che tale termine viene assumendo col tempo. E questo accade quanto più ci si sposta in avanti con le tecnologie e, infine, quanto più la fruizione, sempre più massiva e generalizzata nella forma, diviene rappresentazione evidente e riconosciuta della nostra attuale società, dell'immagine come icona e segno.

La nascita, da poco, di telefonini videotrasmettenti, insieme alla realizzazione di corti nati specificatamente per la fruizione sul web, le ormai note postazioni multimediali poste ora ovunque, propongono nuove frontiere alla rielaborazione delle immagini dell'attualità, al linguaggio espressivo, all'uso delle tecnologie il cui concetto di nuovo non si estrinseca più nell'idea, scontata, del digitale puro, ma di tutte le sue non poche rielaborazioni e avanzamenti tecnogenerativi in un

contesto dove anche l'immagine cinematografica è proposta, ormai, non solo in pellicola ma, attualmente almeno, girata su supporti diversi di elevato livello tecnico come l'attuale, e costoso, H.D.

Restano da superare ancora taluni problemi ma, certamente, l'idea del regista solo autore va connaturata in Europa con una idea di regista che dell'idea autoriale può fare di più e meglio con l'aiuto di molte altre nuove figure professionali, specializzazioni tecniche che lo aiutano a scoprire nuove frontiere del possibile, del suo essere creativo.

La spaccatura verticale tra il director americano, professionista anche eccellente, e il "mettre en scène" europeo permane dunque in tutta la sua vastità in quanto la differenza tra un cinema volutamente narratologico e un cinema di regia, tematico e costruito attorno alla "macchia tragica interiore", il ghost americano. E queste due forme del pensare restano pienamente a distinguere due modi di conseguenza di "fare formazione", di costruire nuovi autori o buoni tecnici di solido mestiere, e, infine, divengono due modi di fare cinema e altro: l'immagine tradizionale "dell'invenzione senza futuro", quella filmica, e la nuova immagine, digitalizzata ed effettizzata, utile per dire e, parallelamente, per raccontare, secondo infine ciò che se ne vuol fare di questa immagine, se immagine da fuori campo o parte espressiva del racconto.

PAGINA BIANCA