

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BOLOGNA
FACOLTA' DI LETTERE E FILOSOFIA

Dottorato di ricerca in "Studi teatrali e cinematografici"
Ciclo: XXIII
Settore scientifico-disciplinare di afferenza: L-ART/06

UOMINI CONTRO.
PRODUZIONE, DISTRIBUZIONE E MERCATO
DEL CINEMA POLITICO ITALIANO: 1994 – 2009.

Presentata da: Francesca NEGRI

Coordinatore dottorato:
Prof. Marco DE MARINIS

Relatore:
Prof. Giacomo MANZOLI

Esame finale anno 2011

INDICE

Premessa	p. IV
I. Prospettive di analisi.	p. 11
1.1 Il contesto culturale.	p. 11
1.2 Cinema politico: problematiche di definizione.	p. 19
1.3 Il compromesso con il mercato.	p. 25
1.4 Cinema politico come prodotto culturale.	p. 29
II. Panoramica storica.	p. 37
2.1 L'eredità del neorealismo.	p. 39
2.2 Gli anni d'oro del cinema politico italiano.	p. 42
2.2.1 Il contesto economico-produttivo.	p. 46
2.2.2 Poeti civili: dopo Pier Paolo Pasolini.	p. 49
2.3 Gli anni del disimpegno.	
Cinema politico come cinema di genere.	p. 53
2.3.1 Noir, poliziesco e poliziottesco.	p. 56
2.3.2 Evoluzioni <i>cult</i> : il cinema di Nanni Moretti.	p. 61
2.4 La lenta ripresa degli anni Novanta.	p. 64

III.	Il cinema politico contemporaneo.	p. 69
3.1	Il sistema cinematografico italiano: la crisi perenne.	p. 73
3.2	Lo Stato e il cinema. Quella «sprecopoli di celluloidi sinistrorsa».	p. 77
3.3	Tipologie di «Uomini contro»: tra ricchi e poveri.	p. 83
3.3.1	Postilla sul metodo.	p. 85
IV.	Prodotti «high budget».	p. 93
4.1	La produzione.	p. 104
4.1.1	Mirare al <i>target</i> . Definizione del pubblico.	p. 128
4.1.2	Autori impegnati: il <i>brand</i> «Rulli e Petraglia».	p. 134
4.1.3	Esempi di eccellenza: Fandango e Cattleya.	p. 141
4.2	Distribuzione e mercati.	p. 145
4.2.1	Strategie di <i>marketing</i> .	p. 163
4.2.2	Modelli di censura «conveniente».	p. 167
4.2.3	Il circuito dei festival.	p. 169
4.3	Sinergie dell'industria culturale. Il <i>merchandising</i> impegnato.	p. 177
4.4	Esempi di <i>product placement</i> mancato.	p. 187
V.	Prodotti «low budget».	p. 196
5.1	La produzione.	p. 204
5.1.1	Il ruolo dell'editoria. I casi Eskimosa e Chiarelettere.	p. 225
5.2	Distribuzione e mercati.	p. 230

5.2.1	«Addio alla sala».	
	Il mercato dell'editoria multimediale.	p. 242
5.3	«¡Que viva internet!»: usi ed abusi del <i>web</i> .	p. 249
5.3.1	Fenomeni di <i>spindoctoring</i> : il caso <i>Nazirock</i> .	p. 252
5.3.2	Pirateria e <i>social network</i> .	p. 256
5.3.3	Produzioni <i>grassroots</i> : i <i>web film</i> .	p. 258
5.3.4	Il <i>debunking</i> : <i>Attivissimo</i> vs. <i>Zero</i> .	p. 260
	Bibliografia	p. 262
	Sitografia	p. 271

PREMESSA

Chi la pensa diversamente viene poi invitato a far parte del baraccone. Allora sono due gli atteggiamenti possibili: rimanere fuori, ed è un atteggiamento giusto, ma che è anche di impotenza, di sconfitta. Oppure andare a dire ciò che si pensa in certi spazi, però rimanere prigionieri del grande baraccone, in cui tutto si mischia, in cui tutto è uguale a tutto. Quindi c'è da scegliere tra due tipi di frustrazione: quella del silenzio e quella della confusione.

Nanni Moretti

Pare che in una delle numerose arringhe pubbliche che Toni Negri tenne durante gli anni di Autonomia Operaia, il noto attivista politico nonché filosofo padovano sentenziò in modo più o meno provocatorio: «Non importa contro cosa. L'importante è essere contro».³ Una frase che presa così, fuori contesto, suona oggi al limite del ridicolo, ma il momento storico in cui fu pronunciata non era esattamente quello delle battute di spirito, né quello delle mezze misure o dei compromessi, e tale invito aveva anche una sua logica. Oggi, però, dopo quasi quarant'anni da quel preciso clima politico e le trasformazioni del contesto socio-economico e culturale che tutti abbiamo sotto i nostri occhi, quella medesima logica aprioristicamente contestataria sembra non avere più molto senso. Eppure, volendo ben vedere, la dialettica del «con noi», ma soprattutto del «contro di loro» ad ogni costo, resiste imperterrita alle obsolescenze di qualsiasi ideologia e il recentissimo panorama dell'attualità politica è lì a dimostrarlo ogni giorno.

Primo responsabile del riacutizzarsi di tale dicotomia, checché se ne dica, è lo stesso Silvio Berlusconi, figura chiave nonché protagonista assoluto della storia italiana degli ultimi 17 anni (ma, potremmo dire, dell'ultimo trentennio), che proprio grazie alla sua personalità carismatica e accentratrice è riuscito a

³ T. DE LORENZI – V. GUIZZARDI – M. MITA, *Avete pagato caro, non avete pagato tutto. La rivista Rosso (1973-1979)*, DeriveApprodi, Roma, 2008, p. 57.

compattare il centro-destra, di cui tuttora (a dispetto di Fini e finiani) veste i panni di leader incontrastato.⁴ Benché, infatti, Berlusconi abbia sempre lamentato di essere vittima di un complotto persecutorio orchestrato a suo danno dai gruppi di opposizione (le sinistre comuniste e relativo braccio armato della magistratura rossa), i quali a suo dire non avrebbero altro elemento coalizzante se non quello di abbattere la sua persona pubblica e privata (lamentela non così infondata, peraltro), è di fatto stato lui stesso il primo a impostare un modello di affiliazione, non certo nuovo per l'Italia e gli italiani, basato sul culto fideistico della persona e sullo schieramento di parti "da guerra fredda". La politica è l'arte del possibile e i possibili sono molteplici, quindi latori di contrasti, di fazioni, di partiti che lottano l'uno contro l'altro – seppure con qualche armistizio – ma è innegabile che il panorama a cui si assiste da diversi anni a questa parte, ormai, non è più riconducibile ad uno scontro tra ideologie (fatto, questo, che preso di per sé non sarebbe che un bene), ma piuttosto ad uno scontro tra "tifoserie". Vi sono i berlusconiani da un lato e gli anti-berlusconiani dall'altro. Al massimo, qualche variazione sul tema.

All'interno di questo contesto, anche il cinema – o per meglio dire la produzione audiovisiva – non ha mancato di registrare tali tensioni e tali polarizzazioni, riproponendole sottoforma di immagini, documentarie e non. Da un ventennio a questa parte, infatti, si è assistito a una rinnovata attenzione da parte di registi, pubblico, critica – e quindi da parte del settore imprenditoriale – verso il prodotto di impegno, in particolar modo verso il prodotto di dichiarato impegno politico. Complice il diffondersi a partire dagli anni Novanta di internet, quindi del *web 2.0* e di un nuovo modello di partecipazione collettiva alla vita sociale, che ha sicuramente reso più facile la circolazione di

⁴ Basti citare una delle affermazioni fatte da Silvio Berlusconi nel 1993, durante una delle tante riunioni con i direttori dei suoi giornali: «Dovete capire, signori direttori, che al fuoco concentrato degli altri contro di noi dobbiamo rispondere col fuoco concentrato di tutti i nostri mezzi contro di loro» (Fonte: <http://stille.blogautore.repubblica.it/2010/08/19/piu-luce-meno-calore/?ref=HREC1-4>).

informazioni, di opinioni e l'organizzazione di gruppi autonomi (oltre che, come si avrà modo di vedere, lo scambio di oggetti filmici in formato digitale veicolati più o meno legalmente tramite la rete), rendendo nuovamente attuali nel linguaggio di sociologi, politologi e studiosi dei media termini come “rivoluzione” (digitale, ma non solo) e “contro-cultura”.

Insomma, il contraccolpo alla “discesa in campo” di Berlusconi e la nascita di internet hanno fatto sì che l'industria culturale iniziasse a rivolgere le proprie attenzioni verso produzioni che, esattamente come avvenne negli anni Sessanta, il pubblico degli schieramenti polarizzati considera ora con maggiore interesse. La cinematografia italiana ha quindi riscoperto il genere del socio-politico, un genere che ha da sempre contribuito in modo significativo alla notorietà e alla nobilitazione del prodotto italiano all'estero (si pensi a tutto il movimento neorealista, fino ai successi raccolti nel 2008 al festival di Cannes con la doppia vittoria di *Gomorra* e *Il divo*), tornando a dare voce a personalità a vario titolo ascrivibili tra le fila degli “uomini contro”. Che poi tale dichiarazione di contrarietà – verso il mercato, il sistema, Berlusconi – come già sottolineava a suo tempo Liliana Cavani,⁵ sia talvolta anche una condizione (più o meno) consapevolmente perseguita ai fini di ottenere dei vantaggi sul piano strettamente commerciale, poco importa ai cultori del prodotto di opposizione. Eppure, talvolta, così è. E occorre avere non tanto il coraggio, ma il senso pratico di dirselo. Di dirsi, cioè, che il discorso contestatario è per l'appunto, e ancora, una questione di consumo. Di opportunità di consumo. Ma occorre soprattutto dirselo (qui in contrasto con la Cavani) senza alcun compiacimento o condanna di sorta, ovvero come una semplice constatazione di fatto, senza sminuire in alcun modo il valore (estetico, morale, intellettuale) delle operazioni messe in atto.

⁵ Dichiara la regista nell'intervista rilasciata a Cremonini: «Il discorso contestatario era già un prodotto di consumo nel 1969-70» (G. CREMONINI, *Storia generale del cinema*, Lucarini, Roma, 1987, p. 75).

Quel che si è cercato di fare nel lavoro di ricerca raccolto nei capitoli che seguono è proprio quello di considerare le cose per quello che sono, ovvero di analizzare quei film realizzati tra il 1994 e il 2009 (periodo che coincide con la nascita di un nuovo soggetto politico, *Forza Italia*, e il diffondersi delle nuove tecnologie digitali) variabilmente ascrivibili al genere del cinema politico, considerandoli per l'appunto come prodotti, quindi come oggetti inseriti *nel* mercato e, in buona parte, pensati *per* il mercato. Ciò facendo senza gridare allo scandalo nel caso in cui, grazie anche al tema contestatario, alcuni dei prodotti in questione hanno saputo raccogliere i favori del pubblico – e relativi emolumenti – e parimenti senza considerare necessariamente migliori o più attendibili quelle produzioni totalmente indipendenti e volontariamente svincolate da ogni mentalità di profitto. Non è tra gli obiettivi della presente tesi, infatti, quello di screditare con la demagogica accusa del guadagno quei film qualificabili sotto il denominatore dell'impegno e della resistenza, avallando quella logica retriva secondo la quale chi opera in contrasto al potere costituito debba farlo a proprie spese e senza interesse alcuno. Ma nemmeno si è avuta l'intenzione, come talvolta accade, di considerare ogni nuovo savonarola che si affacci sulla piazza mediatica come un vate da glorificare per il suo solo opporsi al vivere quotidiano. L'obiettivo, piuttosto, è quello di fotografare il presente e il più recente passato, non a caso scelto a partire dal 1994, e vedere quanti e quali film possano essere ricondotti alla categoria del cinema politico, analizzandone le forme di produzione, distribuzione e commercializzazione. A questo scopo risponde la ricerca illustrata nei cinque capitoli che seguono.

Nel primo capitolo si analizza il contesto culturale da cui prende avvio il progetto, vale a dire la prospettiva di analisi che informa l'intera ricerca. Il presupposto di base è quello di considerare ogni film come un prodotto culturale, con specifiche caratteristiche ma comunque inserito nelle stesse dinamiche di produzione e sfruttamento commerciale di tutti i film realizzati all'interno dell'industria cinematografica. Viene quindi sottolineato il

permanere nel dibattito pubblico e nell'opinione comune di quel preconetto culturale di cui si diceva, che porta ad astrarre quegli oggetti ascrivibili tra le fila dell'impegno (estetico o tematico che sia) da ogni contesto merceologico, epurandoli da ogni logica di profitto. Prassi, questa, che contraddistingue non solo l'industria cinematografica, ma tutte quelle produzioni che gravitano nell'orbita dell'Arte e della (contro) Cultura, e deriva da un preciso modo di intendere la figura dell'intellettuale che ha radici ben salde nei presupposti ideologici del secolo scorso (di derivazione crociana e marxista, soprattutto). Si passa quindi a definire ciò che si vuole intendere in questa sede con la definizione di cinema politico, categoria quanto mai sfuggente (specie in epoca contemporanea), per lasciare al successivo capitolo il compito di ripercorrerne brevemente le principali tappe storiche. Il neorealismo viene identificato quale principio generatore di un preciso modo di intendere il cinema, non solo come mezzo utile ad esprimere le istanze espressive e del tutto individuali di un artista, ma soprattutto quale strumento privilegiato del corpo intellettuale, chiamato a dare conto della realtà sociale e delle problematiche ad essa connessa, con il chiaro obiettivo di indirizzare il popolo-spettatore verso il Bene, che corrisponde a un certo modo di agire, pensare, credere. Una funzione sostanzialmente pedagogica della cinematografia, che sarà presto ereditata anche dalla nascente televisione di Stato. Nel ripercorrere le tappe dello sviluppo del cinema di impegno politico, che vede ovviamente negli anni a cavallo tra Sessanta e Settanta la sua massima espressione, ci si sofferma altresì sul ruolo giocato da un intellettuale come Pier Paolo Pasolini, la cui pesante eredità informa la maggioranza dei prodotti a sfondo politico realizzati negli ultimi vent'anni. Quindi, brevemente si ripercorrono le successive evoluzioni del cinema politico nelle forme del genere (specialmente del noir e del poliziottesco) e del cinema d'autore, quest'ultimo identificato nella fattispecie nella produzione di Nanni Moretti.

Il terzo capitolo si apre con una parentesi sul sistema cinematografico italiano nel suo complesso, di cui il cinema politico fa comunque parte, volta a metterne in evidenza gli aspetti peculiari, ovvero quello stato di “crisi perenne” che lo caratterizza da sempre e la necessità di un costante supporto finanziario da parte dello Stato. A quest’ultimo aspetto si ricollega una breve analisi politica del fenomeno, letta attraverso due pubblicazioni edite da fazioni di destra (tramite «Liberò») e di sinistra (tramite «l’Unità»). Infine, si indicano le modalità con cui si è operato nel definire il *corpus* di opere analizzate nei capitoli successivi e nel reperire i dati relativi ad ogni singolo prodotto. Si è infatti deciso di suddividere lo studio in due macro-categorie distinte in funzione del budget disponibile per ogni progetto. Da un lato quei prodotti che hanno potuto contare su investimenti superiori ai 900 mila euro, dall’altro tutte quelle produzioni «low budget» che operano in regimi di ristrettezze economiche. I capitoli successivi sono quindi stati dedicati rispettivamente all’analisi delle due macro-categorie indicate.

Ai prodotti «high budget» è riservato il quarto capitolo: vi si trovano dati relativi alle case di produzione, agli incassi ottenuti in sala, ai costi di produzione, alle sovvenzioni statali eventualmente ottenute. Si è quindi definito il *target* a cui tali prodotti sono rivolti e si è cercato di mettere in luce come vi sia una ricorrenza di risorse artistiche impegnate in progetti simili, la cui presenza detta uno stile riconoscibile per lo spettatore e finisce per assolvere – più o meno volontariamente – ad una funzione di “brandizzazione” dell’impegno. Si passa quindi ad analizzare il caso di alcune società indipendenti italiane che hanno fatto della qualità e dell’impegno una caratteristica peculiare della loro produzione, per studiare poi le forme di distribuzione, le strategie di *marketing* adottate, gli effetti promozionali di eventuali scandali pubblici o di tentate censure, le logiche di festival e mostre d’arte cinematografica e le varie tipologie di *merchandising* collegate ad ogni

singolo film. Un ultimo paragrafo è stato poi dedicato al fenomeno del *product placement* e al rilevamento di casi ad esso riconducibili tra i film presi in esame.

Il quinto ed ultimo capitolo, dedicato invece ai prodotti «low budget», ne ha parimenti analizzato produzione, distribuzione e mercato, mettendo in risalto in questo caso alcune forme di circolazione neomediale grazie al digitale, specialmente tramite il *web*, ma anche tramite canali più tradizionali come l'edicola nel campo dell'*home video*.

I. PROSPETTIVE DI ANALISI.

Prima di addentrarci nell'analisi specifica di quei prodotti che a vario titolo abbiamo inserito nella categoria del cinema politico contemporaneo, occorre definire la prospettiva entro cui questo lavoro si andrà a muovere, mettendo meglio in luce alcuni aspetti di contorno, o per meglio dire di contesto – metodologico e culturale – da cui esso ha avuto origine.

1.1 Il contesto culturale.

A proposito di politica... Ci sarebbe qualcosa da mangiare?

Totò

E' il 17 marzo 2010. Sul canale generalista La7 va in onda la settima puntata di Tetris, programma condotto da Luca Telese, che ha per titolo “Le elezioni avvelenate” e come personaggio di apertura il noto scrittore e giornalista Marco Travaglio. L'ospite, appollaiato – è il caso di dire – al vertice di una sedia al centro dello studio, fronteggia il conduttore con le gambe accavallate e il suo consueto *aplomb*, rispondendo serafico alle incalzanti domande che Telese vorrebbe provocatorie, a fare da specchio all'intervistato che proprio sulla provocazione e sulla battuta caustica ha costruito il proprio successo. Nel botta e risposta che procede da una decina di minuti, improvvisamente il conduttore chiede a Travaglio:

TELESE

Quanto guadagni in un anno?

TRAVAGLIO

Quanto guadagno io in un anno?

TELESE

I politici presentano ogni anno il loro rendiconto...

TRAVAGLIO

Dipende da come vanno i libri.

TELESE

L'anno in cui va mediamente? Tipo l'ultimo?

TRAVAGLIO

Non c'è una media. Ci sono degli anni in cui arrivano i diritti d'autore, anni in cui ne arrivano di meno. Ti posso dire quanto guadagno al *Fatto quotidiano*,⁶ che è l'unica cosa fissa...

TELESE

Quanto guadagni?

TRAVAGLIO

Guadagno 3.000 euro al mese.

TELESE

Pochissimo...

TRAVAGLIO

No. Penso che sia giusto.

E' un giornale povero, che paga poco i suoi giornalisti, quindi mi sembra giusto che tutti prendano poco.⁷

La questione muore lì e la puntata procede con l'introduzione degli altri ospiti della serata: il giornalista dell'*Espresso* Marco Damilano, il senatore del PdL Maurizio Gasparri, il vice-direttore del *Giornale* Alessandro Sallusti, il politologo finiano Alessandro Campi e il deputato del PD Paolo Gentiloni. All'apparenza, quindi, un ipotetico scontro alla pari tra rappresentanti di destra e di sinistra,⁸ chiamati a confrontarsi rispetto a svariati temi di attualità, per lo più legati alle allora imminenti elezioni regionali del 28 e 29 marzo 2010. Di fatto, il consueto battibecco tra esponenti a vario titolo inseriti nel mondo della politica-spettacolo, come *format* televisivo richiede.

Verso la fine della serata l'attenzione dei presenti si rivolge ai programmi televisivi che hanno affrontato il tema della crisi economica, tra cui Travaglio

⁶ Quotidiano edito dal 23 settembre 2009 e diretto da Antonio Padellaro, che vede la collaborazione di numerose firme giornalistiche tra cui, oltre a Marco Travaglio, Nuccio Cicone e Vitantonio Lopez (in qualità di capo-redattori), Peter Gomez (anche responsabile della versione *on line* aperta il 22 giugno 2010), Fulvio Abbate, Gianni Barbacetto, Oliviero Beha, lo stesso Luca Telese, Bruno Tinti, Paolo Flores D'Arcais, Massimo Fini e Furio Colombo.

⁷ La puntata può essere visionata on line direttamente sul sito ufficiale della trasmissione: www.la7.it/blog/default.asp?idblog=TETRIS_19.

⁸ Lasciamo a chi legge definire chi rientri in uno schieramento piuttosto che nell'altro.

cita i servizi realizzati dalla trasmissione di Michele Santoro, *Annozero* (di cui il giornalista è ospite fisso), ricordando come più volte si siano occupati delle problematiche dei lavoratori e richiamando alla memoria le accuse che il premier Silvio Berlusconi fece a tal proposito sul fatto di seminare pessimismo tra i consumatori. Osservazione a cui il senatore Gasparri replica prontamente, ma riacciandosi all'intervista di inizio puntata. Ovvero, riportando ancora sul piatto mediatico l'irrisolta questione del reddito di Travaglio.

Il contraddittorio che ne scaturisce – al di là dell'ovvia messinscena retorica di cui *Tetris*, come ogni *talk show* politico, è più che ben farcito – assume dei contorni quasi surreali, a tratti comici, ma ottiene l'indiscutibile pregio di riportare alla luce tutto un bagaglio di “non detti”, implicite (ed esplicite) inferenze e *pruderie* che interesseranno ampiamente il presente studio e la cornice culturale in cui esso va necessariamente ad inserirsi. Per essere più chiari, vale la pena riportare le principali battute dello scontro verbale in questione, una pedanteria che si perdonerà col vantaggio – come si avrà modo di notare – di ottenerne in cambio svariati spunti di riflessione. Incalza quindi l'onorevole Gasparri:

GASPARRI

Lei non ha avuto il coraggio di dire il suo reddito.
C'è sui giornali il mio...

TRAVAGLIO

C'è anche il mio. L'ha pubblicato *Libero*...

GASPARRI

Lei guadagna 3.000 euro al mese. E' vero? Lo dica...

TRAVAGLIO

No, io guadagno di più, perché scrivo anche libri.

GASPARRI

Ah ecco, bravo! Siamo riusciti alle undici e mezza a saperlo!

TRAVAGLIO

Ma l'ho detto anche prima, solo che lei non ha capito...

GASPARRI

E dica la cifra, la saprà la cifra!
La sua dichiarazione dei redditi...
Perché non la dice?

TRAVAGLIO

Se uno scrive libri, dipende da quanti libri vende.

GASPARRI

Ma lei che difficoltà ha a dire quanto guadagna?

TRAVAGLIO

Ma io non ho nessuna difficoltà.

GASPARRI

E perché non l'ha detto?

TRAVAGLIO

Ma esce sulle prime pagine dei giornali!

GASPARRI

E lo dica!

TRAVAGLIO

E' stato reso pubblico.

GASPARRI

E qual è? Io non lo so. Vorrei saperlo. Anche quel lavoratore...
(indica fra il pubblico)

TRAVAGLIO

Ma non lo so neanche io quanto guadagno,
dipende da quanto guad...

GASPARRI

Ah, beh... non lo sa nemmeno lei quanto guadagna!
Lei non sa quanto guadagna... questa è una bella risposta!

TRAVAGLIO

Se uno pubblica un libro, se vende una copia guadagna
mediamente mezzo euro.

GASPARRI

Lei, nell'anno scorso, quanto ha denunciato al fisco?

TRAVAGLIO

Non lo so, non me lo ricordo.

GASPARRI

Io ho denunciato 200mila euro. Lei quanto ha denunciato?

TRAVAGLIO

Non è un reddito fisso...

GASPARRI

Ah, lei non ha denunciato. Non fa la denuncia dei redditi?

TRAVAGLIO

No, sono un evasore totale, guardi.

GASPARRI

Ahhh, beh!

TRAVAGLIO

Ma cosa dice? Ma pago fino all'ultima lira...

GASPARRI

Allora quanto ha denunciato per le tasse del 2009?

TRAVAGLIO

Ma non me lo ricordo.

GASPARRI

Vabbeh, lei non lo sa... questo è un classico.
Lo metto lì, vicino all'imitazione di Marco Re.

TRAVAGLIO

Cosa c'entra col problema di cui stiamo parlando?

GASPARRI

Lei non sa quanto ha guadagnato in un anno.
E' una cosa simpatica!

TRAVAGLIO

Vede, lei ha un problema. Vede, noi stiamo parlando della crisi
e dei programmi che hanno parlato della crisi...

GASPARRI

Io le ho chiesto quanto guadagna...

TRAVAGLIO

Ho mai detto che bisogna essere poveri?
Ho mai detto che non bisogna lavorare?
Ho mai detto che chi lavora non deve guadagnare?
Io penso che chi lavora debba guadagnare proporzionalmente
a quello che lavora. Io lavoro molto e quindi guadagno bene.
E non me ne vergogno.

GASPARRI

E non dice la cifra perché si vergogna? Lei non la sa...

TRAVAGLIO

No, guardi, le dico di più... se io sapessi la cifra esatta, la direi con orgoglio. Perché sono soldi che mi sono guadagnato fino all'ultima lira, lavorando di giorno e spesso di notte.

GASPARRI

Ma perché non la dice, allora?
Perché è poco popolare guadagnare molto?

TRAVAGLIO

Perché non la so...

GASPARRI

Perché non è compatibile con un atteggiamento giacobino?

TRAVAGLIO

Ma quale atteggiamento giacobino...

Il contraddittorio viene quindi calmierato dall'intervento del conduttore e degli altri ospiti, finché all'ultimo, estenuato dal continuo incalzare dell'ex Ministro, Travaglio "confessa":

TRAVAGLIO

Il reddito che è stato pubblicato, che credo fosse relativo al 2005, me lo ricordo proprio perché l'ha pubblicato *Libero*, riguardava la dichiarazione del 2005, anno – per questo le dico che è variabile – anno buono perché erano usciti tre libri nell'anno precedente, era di circa 260mila euro, lordi.

GASPARRI

Finalmente abbiamo tirato fuori una cifra. Grazie!

E' evidente che siamo di fronte a una questione dai toni chiaramente pretestuosi e demagogici, e Gasparri lo sa benissimo (così come lo sanno bene anche la sua controparte e tutti gli ospiti presenti), ma da uomo politico esperto di dibattiti televisivi quale è, vi fa leva proprio per raggiungere il suo intento, che è poi uno solo: screditare l'operato e la figura di Travaglio agli occhi del pubblico, strappandogli dal volto quella maschera da Robin Hood che la gente gli vorrebbe addosso. E Travaglio, bisogna ammetterlo, fatica a reggere

l'attacco. Perché, volente o nolente, il ruolo sociale che in questi ultimi anni di pubbliche contestazioni è andato ritagliandosi – insieme ai vari Beppe Grillo, Michele Santoro e compagnia – è proprio quello di fustigatore degli iniqui, di vendicatore del popolo oppresso, di “giacobino” appunto, come lo appella il senatore. E nell'immaginario collettivo, c'è poco da fare, Robin Hood vive nella frugalità e si nutre di quel poco che la foresta di Sherwood gli offre, non compila dichiarazioni dei redditi da 260mila euro (pur lordi che siano) e non considera uno stipendio da 3.000 euro mensili “pochissimo”, quando il reddito medio annuo di un dipendente italiano è di 19.640 euro.⁹ Che poi si tratti di soldi guadagnati onestamente da un privato cittadino, come ribatte giustamente Travaglio, fruttati da un impegnativo lavoro (diverso il caso del *cachet* per le sue apparizioni in Rai al fianco di Santoro, che ovviamente aprirebbe l'ancor più demagogica questione dei soldi dello Stato e del loro impiego nel servizio pubblico televisivo),¹⁰ poco importa. Poco importa che Travaglio si difenda dichiarando di non essere mai stato un sostenitore del pauperismo, di meritarsi i soldi che si guadagna. Così come poco importa che al termine della trasmissione Travaglio risulti comunque il più apprezzato tra gli ospiti presenti alla serata, con il 76% delle preferenze da casa (il programma prevede infatti una votazione finale sugli intervenuti, da parte sia del pubblico tramite televoto che di una giuria presente in studio).¹¹ D'altronde, si tratta pur sempre del pubblico di La7

⁹ Fonte: Dipartimento delle Finanze del Ministero dell'Economia. I dati sono relativi alle dichiarazioni Irpef, rispetto al periodo d'imposta 2008.

¹⁰ Interrogato a tal proposito durante il programma *Otto e mezzo* di La7, Travaglio dichiarerà di percepire per la sua partecipazione ad *Annozero* 1.500 euro lordi a puntata. Nulla, se paragonato al clamore suscitato al termine della trasmissione, nel maggio 2010, riguardo all'ipotetica liquidazione concessa dalla Rai al giornalista Michele Santoro, pari a circa 2 milioni di euro. Ma così come Travaglio, anche Santoro si “giustifica” dicendo di non essersi mai offerto al pubblico quale novello San Francesco e dichiara al collega: «Io non sono san Francesco né voglio apparire tale. Sono un professionista che si occupa di questioni sociali e non vuole rinunciarvi per il ricattuccio volgare dei compensi. Se volevo far soldi, sarei rimasto a Mediaset, dove prendevo il doppio che alla Rai. Se volevo vendermi a Berlusconi, mi ero già venduto, come insinuava qualcuno. Ma è possibile che, per i cantori del libero mercato di casa Berlusconi o del *Corriere della Sera*, le regole della concorrenza valgano per tutti tranne che per me o per Grillo?» (*Annozero*, vi racconto tutto. Intervista a Michele Santoro di Marco Travaglio, da *il Fatto Quotidiano*, 22 maggio 2010).

¹¹ Per altro, la puntata ottiene il 3,45% di *share*, con una stima di circa 821.000 spettatori (Dati Auditel).

e in particolare del pubblico di *Tetris*, programma notoriamente orientato verso posizioni se non propriamente sinistrorse, quanto meno anti-governative (o anti-berlusconiane, dir si voglia). Resta il fatto che Travaglio sia costretto, suo malgrado, a giustificarsi. A dover dar conto di quanto guadagna, pur non essendovi nessun ragionevole (all'apparenza) motivo sul perché debba farlo. Una comprensibile e per altro lecita controrisposta «Ma a voi – voi Gasparri, voi Telese, ma soprattutto voi pubblico – che vi frega di quanto guadagno io?» non è ammissibile. Nemmeno il politicamente scorretto Travaglio può permettersi una simile risposta, e di fatti è costretto a stare al gioco. Perché in realtà sa benissimo che al pubblico – lo stesso pubblico che lo supporta – interessa moltissimo quanto guadagna. E il fatto di arricchirsi vestendo i panni del “contestatore” (e nella fattispecie del contestatore assunto alle glorie mediatiche per contro dell'uomo più ricco del Paese), cozza inevitabilmente con un implicito ossimoro semantico. “Soldi e potere”, nella vulgata popolare, formano da sempre un duopolio inscindibile – per altro legato a stretto giro a concetti come “corruzione”, “collusione” e “fraudolenza” –, e battersi contro l'uno (il potere) dovrebbe necessariamente significare la rinuncia dell'altro (i soldi).

Insomma, nel carosello della retorica mediatica a cui tutti – politici, giornalisti conduttori, e vedremo anche registi, scrittori, intellettuali – devono inevitabilmente pagar pegno, “l'odore dei soldi”¹² resta sempre e comunque spiacevole. Nulla da fare, quindi. Contraddicendo il famoso detto vespasiano: «*Pecunia semper olet*». Specie se a collezionare considerevoli quantità di denaro sono proprio quegli esponenti della cosiddetta “contro-cultura”, o per estensione – crocianamente intendendo – della Cultura in generale, dell'Arte con la A maiuscola, che scuote le coscienze, che indaga la realtà, che si appella

¹² Non a caso, tra i libri che incoronano Marco Travaglio ai vertici della contro-informazione e dell'anti-berlusconismo, il volume *L'odore dei soldi. Origini e misteri delle fortune di Silvio Berlusconi*, scritto a quattro mani con il giornalista Elio Veltri ed edito nel 2001 per la Editori Riuniti.

al Vero, che contesta e persegue un'azione di palingenesi dell'umanità. Tutte qualifiche che anche il cinema italiano, nella sua accezione di "arte cinematografica", ha perfettamente assunto su di sé, attraverso il neorealismo prima e il cinema d'autore o, più nello specifico, del cosiddetto cinema politico, poi.

1.2 Cinema politico: problematiche di definizione.

Prima di addentrarci in questioni più prettamente sociologiche che cinematografiche – benché i due aspetti di rado possano essere scissi in un'analisi che voglia davvero tener conto della complessità dell'esperienza filmica come fenomeno culturale – occorre a questo punto compiere una precisazione quanto meno terminologica. Cosa si intende, in concreto, per cinema politico? Quali film (od opere, testi, prodotti... altre variabili lessicali per il medesimo oggetto dalle non poche implicanze semantiche) possono a buon diritto inserirsi in tale categoria? Il discorso è quanto mai complesso. Lo stesso Anton Giulio Mancino, che tanta attenzione ha da sempre dedicato al tema,¹³ nel suo ultimo volume in qualche modo ripudia la classificazione stessa di "cinema politico", rinunciando alla possibilità di definire un *corpus* coerente di film che ne facciano parte:

La categoria di "politico" applicata al cinema [...] risulta a tutt'oggi molto controversa. Definizioni di volta in volta univoche o elusive, blande o astratte, sembrerebbero presupporre una larga condivisione, una certa frequenza a usare l'aggettivo "politico" in riferimento alla quantità consistente di film italiani realizzati in particolare a partire dal

¹³ Tra i suoi più noti contributi, il volume dedicato a Francesco Rosi, scritto con Sandro Zambenetti (A.G. MANCINO – S. ZAMBETTI, *Francesco Rosi*, Il Castoro, Milano, 1998), i saggi *La maschera sociale*, in P. Spila – F. Montini (a cura di), *Gian Maria Volontè. Lo sguardo ribelle*, Fandango, Roma, 2005, poi in Id. (a cura di), *Un attore contro: Gian Maria Volontè. I film e le testimonianze*, Rizzoli, Milano 2005; *La ragione del dubbio*, in A. TASSONE – G. RIZZA - A. TOGNOLOTTI (a cura di), *La sfida della verità. Il cinema di Francesco Rosi*, Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani / Aida, Roma-Firenze, 2005; *Non è un paese per bambini*, in L. Gandini - A. Bellavita (a cura di), *Ventuno per undici: fare cinema dopo l'11 settembre*, Le mani, Recco, 2008; e il recente volume A.G. MANCINO, *Il processo della verità. Le radici del film politico-indiziario italiano*, Kaplan, Torino, 2008.

neorealismo e con una progressiva intensificazione negli anni Sessanta e soprattutto Settanta.¹⁴

Per questo, opta per una definizione più circoscritta del fenomeno, che avrebbe connotazioni tendenzialmente slegate dal contesto storico in cui si inserisce (pur riconoscendo una matrice fondante, legata per l'appunto agli anni Sessanta e Settanta) e farebbe sostanzialmente capo all'applicazione di una specifica metodologia, ricorrente nei film da lui prescelti, denominata "politico-indiziaria":

[...] una precisa metodologia in cui la ricerca, il collegamento e l'elaborazione degli indizi innesca un processo virtuoso di restituzione di verità politiche negate, occultate e perciò rese inaccessibili allo spettatore.¹⁵

Specificando, inoltre, che il film politico-indiziario:

[...] non è sinonimo di film giallo, nero, di film sulla mafia, di film politico o civile che dir si voglia. Non è il film in cui si parla di determinate cose: della sfera politica e dell'effetto di potere a essa sotteso. [...] Potremmo provare a descriverla come una corrente di energia euristica, una preoccupazione per gli eccessivi impedimenti alla conoscenza politica della verità o della verità politica.¹⁶

Insomma, non un genere che può essere definito in base al contenuto, ma una sorta di "sotto-genere" più chiaramente identificabile, secondo Mancino, per la presenza nella costruzione testuale di una comune metodologia indiziaria. Metodologia, quindi, che accomunerebbe film come *La terra trema* (L. Visconti, 1948), *Roma ore 11* (G. De Santis, 1952), *Salvatore Giuliano* (F. Rosi, 1962), *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (E. Petri, 1970) e film più recenti come *Il muro di gomma* (M. Risi, 1991), *Pasolini, un delitto italiano* (M.T. Giordana, 1995), *Segreti di Stato* (P. Benvenuti, 2003). Una

¹⁴ A.G. MANCINO, *Il processo della verità*, op. cit., p. 11.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ *Ivi*, p. 82.

«corrente di energia euristica», come la definisce, che avrebbe il proprio punto di origine storico-culturale nella strage di Portella della Ginestra – il primo grande mistero della neonata Repubblica Italiana – e il proprio presupposto teorico nella convinzione che la verità ufficiale non si può mai considerare realmente attendibile. Compito dell’artista, regista, intellettuale, quello di indagare ulteriormente, di mettere in luce le contraddizioni e le discrepanze degli eventi, di «inchiedere e inchiestare», come scrive Mancino, per ridare finalmente visibilità alla verità alternativa (implicitamente, anche se non dichiaratamente, più credibile di quella ufficiale) tramite la forza dei fatti, raccolti per l’appunto su base indiziaria. Insomma, l’atto politico – cinematograficamente parlando – come strenua ricerca del Giusto e del Vero.

A ben vedere, però, anche in questa prospettiva più circoscritta, l’insieme di opere e di cineasti che Mancino arriva ad elencare nel suo volume – nonostante le premesse di voler rifiutare un’operazione tassonomica – è ampiamente variegata, spaziando dai “soliti noti” Rosi, Petri, Taviani, Bellocchio, ai più “inconsueti” Dino Risi, Loy, Vanzina.¹⁷ A dimostrazione di quanto possano essere labili e soggettivi i confini del discorso. Eppure, se detti confini – specie in epoca contemporanea – sono ampiamente negoziabili, è innegabile che vi sia, nella nozione di cinema politico, una comune e condivisa accezione. Uno zoccolo duro che deriva, per l’appunto, da una matrice storica (il neorealismo e il cinema anni Sessanta-Settanta, soprattutto) che ha saputo intercettare durante la propria epoca un clima di diffusa politicizzazione della società e della cultura

¹⁷ Il critico riporta infatti un lungo elenco di cineasti che a suo avviso avrebbero fatto ricorso, in tutti o alcuni dei loro film, al cosiddetto “paradigma indiziario” di Ginzburg (cfr. C. GINZBURG, *Spie, Radici di un paradigma indiziario*, in A. GARGANI (a cura di), *Crisi della ragione*, Einaudi, Torino, 1979). Scrive infatti Mancino: «Giuseppe De Santis, Luigi Zampa, Francesco Rosi, Elio Petri, Valentino Orsini, Paolo e Vittorio Taviani, Bernardo Bertolucci, Dino Risi, Damiano Damiani, Florestano Vancini, Francesco Maselli, Mauro Bolognini, Camillo Bazzoni, Ettore Scola, Eriprando Visconti, Carlo Lizzani, Marco Bellocchio, Giuseppe Ferrara, Marcello Aliprandi, Nanni Loy, Pasquale Squitieri, Emidio Greco, Marco Risi, Michele Placido, Carlo Vanzina, Ricky Tognazzi, Alessandro De Robilant, Pasquale Pozzessere, Maurizio Zaccaro, Marco Tullio Giordana, Pasquale Scimeca, Renzo Martinelli, Franco Bernini, Paolo Benvenuti, Ferdinando Vicentini Orgnani, Nanni Moretti, Stefano Incerti, Massimo Guglielmi. In questi registi e in alcuni loro film è possibile trovare ciò che si sta cercando» (A.G. MANCINO, *Il processo della verità*, op. cit., p. 84).

(e quindi anche uno specifico pubblico e relativo mercato), creando le basi di uno stile comune, di un immaginario cinematografico che è ovviamente evoluto nel tempo. E' soprattutto in anni più recenti che abbiamo assistito al riemergere di un certo tipo di cinema, considerato a vario titolo "impegnato", sia dal punto di vista pratico-realizzativo (si pensi all'ampio successo di critica e di pubblico di pellicole come *Il caimano* di Nanni Moretti, o ai già citati *Gomorra* di Matteo Garrone e *Il divo* di Paolo Sorrentino),¹⁸ che dal punto di vista teorico (lo studio di Christian Uva e Michele Picchi, ad esempio, dedicato all'immaginario politico italiano, o ancora il numero della rivista *Close-Up* sulle forme della politica nel cinema italiano contemporaneo, curato da Roy Menarini e Giovanni Spagnoletti),¹⁹ a dimostrazione di una rinnovata attenzione verso un certo modo di fare e intendere il cinema, comunque lo si voglia chiamare.

L'ambiguità, quindi, è sostanzialmente terminologica. Innanzitutto perché il cinema è per sua natura intrinsecamente "politico", ovvero ogni film instaura un certo discorso sociale e può quindi essere motore di sviluppo o cassa di risonanza per determinate idee. Questo sia che avvenga intenzionalmente (ovvero seguendo un'esplicita volontà dell'autore) o involontariamente (da cui l'uso – o abuso – di determinati testi filmici in chiave politica, attraverso l'instaurarsi di precisi slittamenti semantici). E' il caso, come già citato, dell'analisi portata avanti da Picchi ed Uva, i quali rintracciano anche in testi apparentemente avulsi da qualsiasi discorso intenzionalmente politico elementi riconducibili a determinati schieramenti ideologici di destra e sinistra. Da questo punto di vista, quindi, anche le commedie generazionali di Gabriele Muccino o i

¹⁸ A cui si aggiunge tutta la produzione estera, specialmente statunitense, tra cui ricordiamo l'opera del regista newyorkese Oliver Stone (*Nato il quattro luglio*, 1989; *JFK - Un caso ancora aperto*, 1991; *Gli intrighi del potere - Nixon*, 1995; *World Trade Center*, 2006; *W.*, 2008; *Wall Street: il denaro non dorme mai*, 2010), nonché l'intera filmografia di Michael Moore, in grado di riportare il documentario a una fruizione di massa, con i suoi celebri *Bowling a Columbine*, 2002; *Fahrenheit 9/11*, 2004; *Sicko*, 2007; *Capitalism: A Love Story*, 2009.

¹⁹ Ci riferiamo ai due testi di C. UVA – M. PICCHI, *Destra e Sinistra nel cinema italiano: film e immaginario politico dagli anni '60 al nuovo millennio*, Edizioni Interculturali, Roma, 2006 e R. MENARINI – G. SPAGNOLETTI, *Forme della politica nel cinema italiano contemporaneo. Da Tangentopoli al Partito Democratico e alle elezioni 2008*, in *Close-up: storie della visione*, Anno XII n. 23, ed. Kaplan, Torino, 2008.

cine-panettoni di Neri Parenti diventerebbero a loro modo “politici”. Veicolerebbero, cioè, una determinata *weltanschauung*, quindi una specifica ideologia (o non-ideologia che sia). Ma procedendo di questo passo, si capisce, non sarebbe più finita, e la nozione di cinema politico perderebbe completamente di senso. Eppure, stando anche solo al “comune sentire” – che è poi ciò che ci interessa, dovendo noi addentrarci sulle modalità di proliferazione e sfruttamento commerciale di certi prodotti filmici, il che avviene solo quando il pubblico è in grado di riconoscere e fare proprio l’oggetto immesso sul mercato – un film come *Natale sul Nilo* non è ovviamente percepito come film politico, né tanto meno *engagé*, mentre lo saranno sicuramente le opere (e usiamo di proposito un termine volutamente connotato) di Nanni Moretti, Giuseppe Ferrara e via discorrendo. Ma su questo aspetto, che riguarda le forme di fruizione culturale, avremo modo di tornare. Per ora, per quanto difficile possa sembrare, occorre comunque delimitare un campo di indagine in cui muoversi e tentare una sorta di distinguo tra quei film che possiamo considerare propriamente politici dalla restante produzione italiana, che rimane – va da sé – potenzialmente “politicizzabile” secondo il contesto d’uso e le necessità della Storia.

Se rispetto al passato è ormai fatto assodato considerare film di autori come Petri, Rosi, Taviani, Maselli quali prodotti di cinema politico *strictu sensu*, parlando di cinema contemporaneo potremmo dire che l’accezione ristretta del termine politico può essere applicata a quei film che trattano in maniera esplicita temi recenti o ancora presenti nelle cronache politiche nazionali o internazionali. Questo può avvenire tramite la forma del documentario oppure della ricostruzione finzionale. Per rifarci alla definizione offerta da Giacomo Manzoli, si tratta di un cinema:

[...] che - nei fatti - conserva l’impronta propagandistica con cui la stessa nozione è nata e si è sviluppata, laddove il termine propaganda sia usato senza necessariamente comportare un pregiudizio negativo. [...] Pretendono di far leva sulle opinioni del pubblico, trasformandole o

rafforzandole, determinando conseguenze tangibili sulla politica del contesto politico di riferimento (la formula di rito è quella di “influenzare il voto”).²⁰

Rientrano perfettamente in questo ambito, film come *Gli imbrogliatori* (2007), *Uccidete la democrazia! - Memorandum sulle elezioni di Aprile* (2006) o *Quando c'era Silvio* (2005), del trio Cremagnani, Deaglio, Oliva, ma anche *Viva Zapatero!* di Sabina Guzzanti (2005) o il già citato *Caimano* di Moretti. Film che potremmo in qualche modo ricondurre al concetto di cinema militante, anche se di fatto non più direttamente sponsorizzato da forze di partito come accadeva in passato (ma comunque chiaramente riconducibili a un preciso schieramento o, quanto meno, “contro” un altro preciso schieramento).

Il discorso può essere allargato anche a tutto quel filone di opere che trattano direttamente di vicende storiche che, per un motivo o per l'altro, hanno segnato profondamente la storia politica e civile italiana, in cui rientrano quindi anche quei film che Mancino definisce politico-indiziari: da *Buongiorno notte* di Marco Bellocchio (2003) a *Romanzo criminale* di Michele Placido (2005), e ancora *I banchieri di Dio - Il caso Calvi* di Giuseppe Ferrara (2001), *Vajont - La diga del disonore* di Renzo Martinelli (2001) o *La prima linea* di Renato De Maria (2009). Strettamente affini a questa tipologia, poi, i cosiddetti *biopic*, film costruiti attorno ad una figura, un personaggio storico che per le sue qualità umane e morali ha pagato il più delle volte il proprio impegno civile con il sacrificio della vita. Tra questi: *I cento passi* di Marco Tullio Giordana (2000), *Placido Rizzotto* di Pasquale Scimeca (2000), *Giovanni Falcone* di Giuseppe Ferrara (1993), *Ilaria Alpi* di Vicentini Orgnani (2003) o ancora *Fortapasc* di Marco Risi (2009). Il discorso potrebbe proseguire ulteriormente, ma per il momento sarà sufficiente notare come la tipologia di film elencati sia ampia e variegata (comprendendo sia opere di *fiction* che documentari veri e propri), ma

²⁰ G. MANZOLI – F. NEGRI, *Modi della circolazione neomediale del cinema politico italiano*, in Atti del convegno “*Corto Circuito: il cinema contemporaneo nella rete*”, Bologna, 25 - 26 maggio 2009.

comunque identificabile secondo specifiche caratteristiche, una delle quali – aspetto di non poco conto – è quella di fondare la propria autorevolezza sulla figura dell'autore, il più delle volte il regista (ma talvolta anche gli sceneggiatori), indispensabile garanzia di impegno e attendibilità, chiamato ad assumersi ogni responsabilità del proprio atto comunicativo.

1.3 Il compromesso con il mercato.

Prima ancora che cineasti dediti a tematiche socio-politiche, i registi finora citati sono anche e prima di tutto degli autori, o almeno considerati tali nel circuito paratestuale in cui le loro opere vengono a muoversi. Non è qui il caso di addentrarsi nella quanto mai spinosa questione dell'utilità – e validità, specie in epoca postmoderna – del concetto di cinema d'autore, *d'essai* o d'arte che dir si voglia, aspetto su cui è stato già ampiamente discusso e di cui Guglielmo Pescatore ha dato conto nel suo dettagliato volume interamente dedicato all'argomento.²¹ Eppure, rimanendo alla mera constatazione dei fatti, è indubbio che vi sia una parentela strettissima – per ragioni storiche più o meno contingenti – fra i nomi dei protagonisti, i circuiti distributivi, le forme e le modalità di fruizione, del cosiddetto cinema d'autore e del cinema politico. Come mette chiaramente in luce Manzoli, si tratta di un'implicita condivisione di intenti:

[...] quasi che la stessa realizzazione - e a maggior ragione l'atto di recarsi a vedere un film "artistico" - sia una pratica dalla forte valenza politica che implica una transività resa possibile dal comune denominatore dell'impegno. Nel nome dell'alleanza contro le forme dominanti del mercato o di una paradossale predominanza del *message* sull'*escape* (uso volutamente due termini adorniani), l'arte per l'arte diventa politica e la politica assume un'aura di natura artistica.²²

²¹ Cfr. G. PESCATORE, *L'ombra dell'autore. Teoria e storia dell'autore cinematografico*, Carocci, Roma, 2006.

²² G. MANZOLI – F. NEGRI, *Modi della circolazione neomediale del cinema politico italiano*, op. cit.

Di conseguenza, anche il cinema politico viene in qualche modo ad iscriversi nel controverso calderone dell'Arte, trascinandosi dietro tutta una serie di preconcetti culturali, non ultimo – per l'appunto – quello di muoversi volutamente e deliberatamente in antitesi al mercato. Da qui l'annosa – quanto irrisolta e, forse, irrisolvibile – questione tutta spiccatamente europea del cinema come forma artistica spuria, irrimediabilmente compromessa col mondo dell'industria, e di una critica storicamente ideologizzata – trasformatasi in anni più recenti in mero (e anacronistico) *cliché*– che stenta a perdonare al “vero artista” o al film che voglia davvero considerarsi politico (*alias* rivoluzionario), qualsivoglia tipo di successo pubblico, quindi di corrispondente guadagno in termini economici, in una visione tutta elitaria e tendenzialmente *snob* della fruizione culturale. Eredità, questa, che deriva dall'impostazione filosofico-teorica di Benedetto Croce, sostenitore dell'atto artistico come gesto “puro”, svincolato cioè da influenze di altra natura, che è penetrata in profondità nel bagaglio culturale italiano fin dagli inizi del secolo scorso, ed è stata poi rielaborata, in modalità talvolta ancora più estremiste, da svariati esponenti di una certa ideologica politica di matrice marxista-leninista. Come scrive Goffredo Fofi nel 1971 nel saggio *Il cinema italiano: servi e padroni*, testo intriso di retorica marxista ma con il pregio di tentare, forse per la prima volta in quegli anni, un'analisi del cinema italiano anche sotto il profilo economico-produttivo:

L'intellettuale, nel senso di “uomo di cultura”, di “creatore-elaboratore” di conoscenze, di scienza e di arte, deve quindi rinunciare ai privilegi del suo ruolo, rivendicando, oggi, in questa fase di sviluppo delle forze rivoluzionarie e delle contraddizioni interne alla società capitalista, provvisoriamente ma pienamente, fino in fondo, la sua funzione di per sé aliena da ogni privilegio.²³

²³ G. FOFI, *Il cinema italiano: servi e padroni*, Feltrinelli, Milano, 1971, p. 21.

Insomma, nella realizzazione di un film politico, quindi artistico, la componente relativa alla nobiltà – etica e morale – del tema, sopravanza l’interesse meramente economico dell’intera operazione. Convinzione, questa, che perdura anche in buona parte dell’*élite* intellettuale contemporanea, come dimostrano le parole di Nanni Moretti. Intervistato nel 1989 dai *Cahiers du cinéma* in occasione dell’uscita del film *Palombella rossa*, il cineasta romano parla infatti del proprio lavoro di regista e produttore in termini che fanno perfettamente eco a quelli di Fofi, pur a distanza di quasi vent’anni. Dichiara Moretti:

Io sono un produttore che prima di tutto è un regista, ossia un produttore che ama i buoni film. Questo è già un controsenso: non produco per guadagnare e nemmeno per far guadagnare i miei film.²⁴

Affermazione che sottende un’altra implicita considerazione, ovvero che i “buoni film” – giudizio di valore estetico-morale, benché indefinibile – tendenzialmente non facciano guadagnare, ovvero non creino business. Tutto ciò detto, però, piazzando poi *Il caimano*, *Caro diario* e *Aprile*²⁵ ai primi posti per incassi ottenuti in sala (rispettivamente al secondo, sesto e all’ottavo posto) nella classifica dei film di argomento politico selezionati per questa ricerca, con una cifra pari nel primo caso a 6.796.000 euro (con un picco di 2.019.000 euro nel primo week-end), di 4.286.812 euro nel secondo e di 3.621.300 euro nel terzo.²⁶ E dimenticando, per altro, che una pellicola come *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (Petri, 1970) – decisamente un “buon film”, quanto meno nell’accezione morettina della qualifica – incassò nel solo

²⁴ S. TOUBIANA, *Entretien avec Nanni Moretti*, in «Cahiers du cinéma», n. 425, novembre 1989, pp. 22-32.

²⁵ Vero è che i film in questione sarebbero stati prodotti dopo, rispetto alle affermazioni che il regista rilascia ai critici dei *Cahiers*, ma il successo di tali film non modificano l’opinione a riguardo del cineasta, che infatti riconferma le sue posizioni nel volume a lui dedicato da Flavio De Bernardinis. Cfr. F. DE BERNARDINIS, *Nanni Moretti*, Il castoro, Milano, 2001.

²⁶ Fonti: www.mymovies.it e *Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000*. Gremese, Roma, 2000. La cifra relativa a *Caro Diario*, uscito in sala nel 1993, è riportata dalla fonte in lire ed è qui stata convertita in euro per semplicità comparativa.

primo anno di sfruttamento in sala 1.928.240.000 lire (circa 995.853 euro), classificandosi all'ottavo posto tra i film italiani nella stagione 1969-1970,²⁷ a ulteriore dimostrazione che fu anche il successo di pubblico – quindi di mercato – di simili prodotti a permetterne lo sviluppo e la proliferazione, con la creazione per l'appunto di un solido quanto apprezzato cinema politico italiano.

Ovviamente, essendo tutt'altro che ingenuo e sprovveduto, Moretti conosce bene i meccanismi della macchina economico-produttiva in cui si muove, e di certo non arriva a stracciarsi le vesti per il buon riscontro, anche in termini commerciali, delle sue pellicole. E nemmeno – immaginiamo – considera il successo dei propri film un segnale di scarsa qualità artistica. Eppure, certi discorsi sociali (tra cui l'apparente disinteresse verso lo sfruttamento commerciale del proprio lavoro intellettuale e l'ascetica quanto volontaristica adesione al sostanziale pauperismo dell'arte cinematografica e, più in generale, del settore culturale) continuano a persistere, anche – se non soprattutto – per bocca degli stessi protagonisti che in tale settore si muovono. Aspetto, questo, che in ambito televisivo accade invece molto più di rado, come i colleghi Travaglio e Santoro hanno ben dimostrato, dichiarandosi al contrario di Moretti consapevolmente inseriti *sul* mercato, ed esistenti *in funzione* e *per causa* del mercato stesso. Il che però non significa, come la diatriba Gasparri-Travaglio precedentemente riportata ha chiaramente messo in luce, che il problema non sussista, anzi. E infatti, ad ogni piè sospinto, si trovano comunque a doversi giustificare pubblicamente per l'esuberanza del proprio tariffario con loro evidente disappunto (ricordiamo ancora Santoro: «Ma è possibile che, per i cantori del libero mercato di casa Berlusconi o del *Corriere della Sera*, le regole della concorrenza valgano per tutti tranne che per me o per Grillo?»).²⁸

Ad ogni modo, come già detto, si tratta comunque di sovra-costruzioni socioculturali, quindi – di fatto – di mistificazioni, ben lontane dagli effettivi

²⁷ Dati SIAE tratti da F. DE BERNARDINIS (a cura di), *Storia del cinema italiano. 1970-1976*, Marsilio. Edizioni di Bianco & Nero, Venezia, 2008.

²⁸ M. TRAVAGLIO, *AnnoZero, vi racconto tutto*, op. cit.

meccanismi mediatici attraverso cui anche questi oggetti si trovano a circolare.

Rifacendosi ancora una volta a Manzoli:

[*così come*] la teoria dei generi ci ha abituato da tempo a considerare la dimensione pragmatica, ovvero ad esercitare un certo cinismo, se il film d'autore designa di fatto un genere fra gli altri che compongono un sistema, possiamo spingerci ad affermare che tale categoria è formata appunto dalla somma del cinema d'arte e del cinema politico. Ovvero, rientrano nella stessa categoria merceologica, fanno business nello stesso circuito.²⁹

Ragionando in termini pragmatici, il cinema politico può essere quindi considerato un genere, o meglio un sotto-genere del cinema d'autore, e come quest'ultimo inserito in specifiche logiche che ne determinano l'esistenza, la circolazione e relativo sfruttamento economico. Tutto ciò, ovviamente, non senza conseguenze.

Il tentativo del presente studio consiste per l'appunto nel voler approcciare una categoria come quella del cinema politico, così fortemente intrisa di – mi si passi il termine – “retorica”, da un punto di vista il più possibile asettico e circostanziato, quello cioè del suo inevitabile compromesso con il mercato. Considerare questo specifico *corpus* di film come un insieme di prodotti – e uso volutamente un termine legato all'ambito merceologico – che risponde a una domanda presente sul mercato, operando quindi secondo le medesime regole di tutti gli altri prodotti culturali con esso in concorrenza.

1.4 Cinema politico come prodotto culturale.

Vale a questo punto la pena aprire una breve parentesi sull'approccio metodologico che si è scelto di adottare all'interno del presente studio. Per farlo, occorre specificare meglio quel che si intende in questa sede per prodotto

²⁹ G. MANZOLI – F. NEGRI, *Modi della circolazione neomediale del cinema politico italiano*, op. cit.

culturale, cercando di cogliere rispetto a questo concetto eventuali implicazioni semantiche – tendenzialmente contraddittorie – che il più delle volte vengono scarsamente prese in considerazione.

Come tutti sanno, il concetto di industria culturale, e con esso quello di prodotto culturale, nasce già condizionato da un vizio di forma, o meglio da un “vizio di formazione”. Storica, ovverossia ideologica. Non a caso, la prima volta in cui compare il termine stesso di “industria culturale” avviene all’interno dell’opera *Dialettica dell’illuminismo*³⁰ dei filosofi tedeschi Theodor Adorno e Max Horkheimer, edita – lo ricordiamo – nel 1947, e viene utilizzato per definire la produzione del materiale d’intrattenimento della società massificata e il processo di riduzione della cultura a merce. Una definizione tutt’altro che priva di connotazioni politiche, ovviamente. Il concetto, infatti, viene affrontato in modo approfondito nella terza parte del volume, non a caso intitolata *L’industria culturale – Quando l’illuminismo diventa mistificazione di massa*, ed implica per l’appunto una visione espressamente manipolatoria e predeterminata del sistema culturale, in cui opererebbe, secondo l’opinione dei francofortesi, una cultura egemone volta a creare consenso tramite la produzione e la circolazione tra le classi proletarie di determinati prodotti di evasione che propagandino intenzionalmente – e il più delle volte in modo occulto – l’ideologia borghese e capitalista. In sostanza, una concezione totalmente passiva del consumo culturale. Come afferma Adorno:

Devi adattarti, senza specificare a che cosa; adattarti a ciò che immediatamente è, e a ciò che, senza riflessione tua, come riflesso della potenza e onnipotenza dell’esistente, costituisce la mentalità comune.³¹

Va da sé che, tra i settori produttivi più prolifici ed efficaci in tal senso, Adorno cita l’industria cinematografica, fabbrica dei sogni per antonomasia, “popolare” – nell’accezione denigratoria del termine – fin dalla sua prima

³⁰ T. ADORNO – M. HORKHEIMER, *Dialektik der Aufklärung*, Querido, Amsterdam 1947, trad. it. di R. Solmi, *Dialettica dell’illuminismo*, Einaudi, Torino, 1997.

³¹ *Ivi*, p. 173.

apparizione, in grado di provocare un blocco totale delle facoltà critico-riflessive dello spettatore. Sogni, ovvero strumenti di alienazione, ovvero fuga dalla realtà (*escape*) nel consolante e instupidente mondo dell'*amusement*, «sorta di prolungamento del lavoro nell'epoca del tardo capitalismo».³² In questo sistema «divertirsi significa essere d'accordo. Divertirsi significa ogni volta: non doverci pensare, dimenticare il dolore anche là dove viene mostrato».³³

Non è qui il caso di ripercorrere l'ampio – e altrettanto noto – dibattito che ha poi visto scontrarsi per tutti i decenni successivi quelli che Umberto Eco ha definito gli *apocalittici* e gli *integrati*.³⁴ Ciò che preme qui sottolineare è l'esplicita distinzione nel pensiero dei francofortesi tra due idee di cultura, l'una cosiddetta “alta”, nobile, utile per una coltivazione etico-morale dell'individuo, tendenzialmente impegnata – sicuramente non divertente – che si identificherebbe con un insieme di testi e di pratiche che non troverebbero invece spazio nella cultura di massa, ovvero l'altra, considerata per antitesi “bassa”, volgare. Appunto, popolare. Distinzione che implica ovviamente tutta una serie di assiologie positive nel primo caso, denigratorie nel secondo, e che deriva da una visione fortemente deterministica e determinata della cultura, in cui tali oggetti nascono già caratterizzati secondo l'una o l'altra dimensione. I primi, cioè, provenendo dall'opera di “veri artisti”, in grado di far coincidere *ethos* ed *aesthetica*, sarebbero ontologicamente “puri”; i secondi, invece, frutto del mercato di massa, intenzionalmente mistificatori e propagandistici, necessariamente abominevoli. Ciò stabilito senza alcuna possibilità di appello.

³² *Ivi*, p. 156.

³³ *Ibidem*.

³⁴ Cfr. U. ECO, *Apocalittici e integrati: comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano, 1964. A questo riguardo, fondamentale fu il contributo del sociologo francese Edgar Morin, nel considerare l'industria culturale non solo come strumento ideologico utilizzato per manipolare le coscienze, ma anche quale enorme officina di elaborazioni dei desideri e delle attese collettive. Cfr. E. MORIN, *L'esprit du temps: essai sur la culture de masse*, Grasset, Parigi, 1962, trad. it. E. MORIN, *Lo spirito del tempo*, Meltemi editore, Roma, 2002.

Di fronte alle radicali posizioni della Scuola di Francoforte, che liquidano così ferocemente la cultura di massa e relativi prodotti come «merce manipolatoria ed alienante», viene però a svilupparsi per contrasto tutta una serie di movimenti critici volti a una considerevole rivisitazione – e rivalutazione – del ruolo del pubblico nel consumo culturale, secondo la loro ottica tutt’altro che passivo già in epoca pre-adorniana, sostenendo per contro l’idea di una coesistenza fra pluralità di culture (alte, basse, medie) all’interno di uno stesso spazio sociale. Ci si riferisce ovviamente ai contributi sviluppati dalla Scuola di Birmingham e dal suo direttore, John Stuart Hall,³⁵ da cui prenderanno avvio i cosiddetti *cultural studies* – e a cui si deve l’introduzione di importanti concetti quali il processo di “codifica/decodifica” e quello di “negoziamento” – e i *reception studies*,³⁶ oltre alle significative riflessioni sviluppate in ambito di sociologia dei processi culturali, tra cui citiamo sopra ogni altro il pensiero di Pierre Bourdieu.³⁷ Tutto ciò porta dapprima a un processo di rivalutazione – leggasi “legittimazione” – della critica rivolta proprio verso quegli oggetti frutto della cultura di massa, fino ad allora considerati indegni di attenzione se non all’interno di analisi demistificatorie, che nel tempo viene poi trasferita agli oggetti medesimi. In altre parole – con estrema gioia di intellettuali ed accademici – chiunque, anche gli stessi rappresentanti della cultura egemone, possono ora finalmente «divertirsi a *flâner*

³⁵ Tra i testi più significativi, anche se pleonastico, ricordiamo: S. HALL, *Encoding/Decoding*, in *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Hutchinson, London, pp. 128-38. E più di recente, S. HALL – M. MELLINO, *La cultura e il potere: conversazione sui cultural studies*, Meltemi, Roma, 2007.

³⁶ Nell’approccio dei *reception studies* il prodotto culturale viene considerato come strumento di un’azione sociale parzialmente svincolata dai suoi contenuti e dalle sue forme, e a differenza dell’impostazione semiotica l’attenzione viene focalizzata non più sul testo in sé, ma sul momento della ricezione quale punto di snodo tra comunicazione ed elaborazione dei saperi culturali. Cfr. J. FISKE, *Understanding Popular Culture*, Routledge, London and New York, 1989 e S. MOORES, *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*, Sage, London, 1993.

³⁷ Tra le opere più significative, citiamo ovviamente P. BOURDIEU, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983. Rispetto al nostro ambito specifico anche: P. BOURDIEU, *La responsabilità degli intellettuali*, Laterza, Bari, 1991; P. BOURDIEU, *Campo del potere e campo intellettuale*, Manifestolibri, Roma, 2002 e ancora P. BOURDIEU, *Proposta politica. Andare a sinistra, oggi*, Castelvechi, Milano, 2005.

sui grandi *boulevard* della cultura di massa»,³⁸ aprendo il campo della propria investigazione al vasto mondo delle serie televisive, dei romanzi Harmony, delle canzonette da Festivalbar e via discorrendo. Il tutto senza vergogna alcuna, perché unanimemente considerati oggetti inseriti a pieno diritto nel sistema culturale contemporaneo. Una (apparente) democratizzazione della cultura e della critica interpretativa, quindi, che non distinguerebbe più – almeno non più aprioristicamente e in chiave ontologica – tra una cultura nobile ed una ignobile, ma piuttosto tra una cultura “legittima o scolastica” ed una “libera” – per rifarsi ancora a Bourdieu – senza alcun giudizio di valore etico-morale implicito.

«Bene, e quindi? – obietterà qualcuno – Cosa si intende sostenere con questa fiera dell’ovvio?». E’ presto detto. Volendo essere intenzionalmente provocatori, quel che si vuole sostenere è che in realtà non si sia sdoganato un bel nulla e detto processo di democratizzazione culturale sarebbe, per l’appunto, solo apparente. Questo non solo nella pragmatica comune di circolazione dei contenuti mediali – che ovviamente si fa un baffo delle mode accademiche –, dove “cultura alta” e “cultura bassa” quali categorie che distinguono determinati oggetti anche sotto il profilo etico-morale continuano ad essere ampiamente utilizzate (si pensi banalmente al circuito scolastico), ma a ben vedere anche in ambito prettamente critico-teorico. Con questo non si vuole assolutamente sostenere, in una sorta di rivisitazione adorniana, che vi siano oggetti culturali effettivamente più validi di altri, essendo opinione di chi scrive che il concetto di validità – specie in questo settore – sia chiaramente relativo, ovvero relativo a un soggetto e all’uso che egli fa di tali oggetti.³⁹ Si vuole però sostenere che la modalità più frequente con cui viene tuttora utilizzato il concetto di “prodotto culturale” – paradossalmente, ma forse neanche troppo – rimanga ancora legata, in modo più o meno implicito, a quelle che furono le posizioni della Scuola di Francoforte. E quel che è avvenuto in seguito è stato, più che cercare di

³⁸ E. MORIN, *Lo spirito del tempo*, op. cit, p. 22.

³⁹ Banalizzando, una vanga non è di per sé più valida di un martello, ma se devo scavare una buca, la vanga sarà oggettivamente preferibile al martello.

costruire un diverso approccio analitico al settore dell'industria culturale, piuttosto un (riuscito) tentativo di riabilitare in ambito critico la componente dell'*amusement*, ovvero della perfetta liceità anche nel settore degli studi scientifici sugli oggetti culturali del dedicarsi a testi evidentemente nati per il puro e semplice scopo di intrattenere. Questo è avvenuto, però, trasferendo su questi oggetti, tipici della produzione popolare, quegli stessi strumenti applicati fino a quel momento alle cosiddette “opere d'arte”. Per intenderci, secondo questa logica, tanto quanto era stato fino ad allora utile ed euristicamente interessante analizzare i *Promessi Sposi* attraverso gli strumenti offerti, ad esempio, dalla narratologia strutturalista, ugualmente è ora utile ed euristicamente interessante farlo per meglio interpretare un testo come *I tre moschettieri* o il *Codice da Vinci*.

Insomma, a tutt'oggi il concetto di “prodotto culturale” continua a identificare un certo tipo di oggetti, ovvero quelli che i vari Adorno, Benjamin, Horkheimer, Marcuse consideravano in antitesi alle opere di matrice artistica, “artigianali” quindi non industriali, “autoriali” quindi non seriali, “impegnate” quindi non di evasione. Di fatto, sull'impeto liberatorio del fantozziano «La corazzata Potëmkin è una cagata pazzesca»,⁴⁰ si è assistito non tanto a una conseguente rilettura del capolavoro ejzenstejniano in chiave postmoderna, quanto a un florilegio di saggistica dedicata all'estetica d'*Er Monnezza* o alle implicazioni socio-semiotiche di *Giovannona coscialunga*. Ciò detto, ovviamente, senza sotto-intendere alcun giudizio di valore rispetto a tali studi, di cui non è in discussione l'interesse e la validità. Quel che si vuole sottolineare in questa sede, piuttosto, è la scarsità di analisi che tentino invece un approccio inverso, volto cioè ad analizzare anche quegli oggetti che il pubblico comune continua ad etichettare quali opere d'arte (nel nostro caso, quali film impegnati)

⁴⁰ Ovvio riferimento al celebre passaggio del film di Luciano Salce, *Il secondo tragico Fantozzi* (1976). Per altro, la citazione corretta sarebbe «La corazzata Kotiomkin è una cagata pazzesca», dove il titolo dell'opera di Sergej Ejzenštejn (nel film, Serghei M. Einstein) è modificata per motivi di diritti d'autore.

essi stessi definibili come “prodotti culturali”, ovvero perfettamente inseriti nel medesimo sistema in cui si trovano a circolare tutti gli altri prodotti dell’industria culturale, quindi rispondenti alle medesime logiche.

L’obiettivo di questa ricerca consiste quindi nel tentare un cambiamento di prospettiva. Analizzare, cioè, un insieme di oggetti a vario titolo accomunabili all’interno della stessa categoria del cinema politico contemporaneo, da un punto di vista potremmo dire “pragmatico”, apparentemente cinico ma necessario, lasciando in secondo piano ogni analisi interpretativa sotto il profilo contenutistico o estetico, se non quando ciò serva per meglio definire le caratteristiche di questi prodotti, in quanto oggetti pensati per uno specifico *target*. Cercare di capire come il cinema politico – e più in generale il cinema d’autore di cui il primo è parte, come già sottolineato – definisca una propria categoria merceologica, quali le proprietà che la identificano, le forme e le logiche del circuito culturale a cui danno vita. Quale, insomma, il loro business. Cercheremo di studiare le modalità in cui questi film vengono prodotti, distribuiti e immessi sul mercato. E come è normale prassi nel caso dell’analisi di film di stampo esplicitamente commerciale, ci serviremo di termini come *target*, *marketing*, posizionamento o *merchandising*, che suoneranno talvolta inconsueti – se non addirittura blasfemi – venendo applicati a film come *Gomorra* o *I cento passi* (cercando anche di capire perché tali termini suonino in questi contesti, per l’appunto, così inconsueti e blasfemi).

Va da sé che tale impostazione metodologica non significa in alcun modo tentare un’opera di de-legittimazione di certo cinema impegnato, quasi fosse una sorta di nemesi al contrario, di vendetta dei già citati Giovannona e Monnezza contro le corazzate di tutte le epoche per le angherie subite negli anni (per altro, quali angherie? visto che sia il Monnezza e soprattutto Giovannona hanno raggiunto molto più pubblico in un solo anno di quanto abbia fatto il Potëmkin nella sua intera carriera). Ricadremmo, altrimenti, nel medesimo – e artefatto – discrimine tra cultura alta e cultura bassa, che nulla ci interessa e a

nulla, preso così in astratto, servirebbe. Non c'è alcuna assiologia insita in questa modalità di approccio, nessun distinguo tra “bene e male”, giusto o sbagliato, arte e non arte, ma solo una constatazione di fatto. Ovvero, che ogni film in circolazione è un film immesso sul mercato. Come e quanto questo film poi guadagni, in termini economici e di pubblico, come esso circoli, su quali presupposti sociali faccia leva, è questione da analizzare. Come e quanto esso sia valido sotto il profilo estetico, storico, culturale, ancora altra cosa, ma che per il momento non sarà al centro della nostra attenzione.

II. PANORAMICA STORICA

Il neorealismo pone un problema che resta ancora oggi da affrontare con serietà e da risolvere: cinema come evasione o cinema come servizio sociale?

Francesco Bolzoni

Si è voluta scegliere come citazione per l'apertura di questo capitolo una frase di Francesco Bolzoni, estrapolata da un discorso che il critico tenne durante un convegno organizzato a Venezia sul rapporto tra industria e cultura nel cinema italiano.⁴¹ L'oggi a cui Bolzoni si rivolge è in realtà uno ieri abbastanza remoto, ovvero il 1974. Eppure, leggendo l'intervento che data ormai a più di trentacinque anni fa, alcune osservazioni appaiono assolutamente assimilabili al nostro presente. Si consideri il seguente passaggio:

Oggi come ieri, gli imprenditori privati chiedono aiuti: per la difesa dei "livelli di occupazione", per la salvaguardia dei risultati artistici conseguiti dal nostro cinema, per il riconoscimento che si deve alla cultura. Qualcuno, scettico, sostiene che ci si preoccupa soltanto di difendere posizioni di prestigio, poiché la storia del nostro cinema, dal '45 ad oggi, non si svolgerebbe quasi mai in funzione degli spettatori e degli autori. Comunque stiano le cose, è certo che oggi il nostro cinema sta passando un momento di difficoltà.⁴²

Al di là di constatare, nostro malgrado, che nonostante passi il tempo e cambino i governi, la situazione – non certo ottima – del cinema italiano continua a perpetrarsi sempre uguale a se stessa, quel che preme qui sottolineare è il perdurare di una dicotomia netta nel considerare la *mission* del mezzo cinematografico, rispetto alla quale (stando a quanto scrive Bolzoni) è

⁴¹ Il convegno, organizzato durante la Biennale nel 1974, vede la partecipazione di svariati cineasti e studiosi, tra cui anche Pier Paolo Pasolini. L'intervento è raccolto negli atti *Cinema: industria e cultura*, Cinema Moderno, 28 ottobre 1974, Atti del convegno svolto a Venezia, 1974. Non fosse per la data riportata in calce, si sarebbe portati a pensare che si tratti di un'affermazione formulata in tempi recenti, considerate soprattutto le polemiche e gli scioperi di piazza organizzati dai sindacati del settore cinema per i tagli apportati alla cultura dall'ultima Finanziaria.

⁴² *Ivi*, p. 8.

necessario prendere una posizione chiara e definitiva, onde superare l'ennesimo periodo di crisi. Urge, insomma, che la critica, ma in particolar modo lo Stato, scelgano da che parte schierarsi:

Non si vede perché, in un momento di forte indebitamento dello Stato, si debba continuare, come si fa, a “sostenere” una produzione cinematografica che, al di là degli elogi d'occasione, non contribuisce, nella maggioranza dei casi, a una liberazione dello spettatore, dato che, preliminarmente, non si è risolto, o non si è voluto risolvere, la questione: cinema come strumento di evasione o cinema come mezzo di educazione?⁴³

Si tratta di un *aut aut* che non considera l'ipotesi di un *et et*. Una scelta di campo sostanziale e che, ovviamente, sotto-intende da parte di Bolzoni, critico di estrazione cattolica, l'implicita adesione alla seconda tipologia proposta, in base alla convinzione che il cinema non solo svolga, ma debba svolgere una funzione pedagogica nei confronti del pubblico (deve mirare, cioè, alla «liberazione dello spettatore», deve educarlo). Posizione, per altro, non dissimile da quella di molti altri intellettuali dell'epoca, riconducibili non solo all'allora DC come Bolzoni, ma anche all'allora PCI.⁴⁴

In realtà, come ben sappiamo, il cinema è una forma espressiva che nasce irrimediabilmente corrotta, segnata da una sorta di “peccato originale”. Prima di affrancarsi ed occupare la settima poltrona disponibile nell'Olimpo delle Arti, è innanzitutto un'attrazione rivolta alle masse popolari, un “trattenimento” anche abbastanza volgare (gli archivi sono pieni di rulli di ballerine che ancheggiano alle prime rudimentali cineprese), qualifica non certo nobilitante e da cui i primi accorti industriali cercheranno di emanciparsi assoldando intellettuali più o

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ Ciò si deve anche al mito sovietico del cinema educativo al servizio del popolo, che alimenta, dal 1945, la campagna per l'affidamento degli affari cinematografici al ministero della Pubblica Istruzione, sostenuto da motivazioni come quella portata avanti dalla rivista «Film d'oggi», tramite del pensiero della sinistra cinematografica di allora: «Il cinema è “anche” un'industria, ma non solo un'industria. Anzi, il suo aspetto preminente è quello artistico ed educativo in genere. E' questa un'affermazione che non teme smentite... la sede naturale e logica del cinema è il ministero della Pubblica istruzione» (*Il cinema italiano deve vivere*, in «Film d'oggi», n. 15, 29 settembre 1945).

meno blasonati per scrivere le proprie sceneggiature (in Italia D'Annunzio, ma *obtorto collo* anche Pirandello e Verga)⁴⁵ e affrontando temi letterari di maggior prestigio. Una strategia che, inizialmente, ha poco a che vedere con la volontà di rendere il nuovo mezzo cinematografico un'arte (fatto che, preso in quanto tale, non interessa particolarmente agli imprenditori del settore), ma piuttosto serve per far sì che il cinema – o meglio il cinematografo, come si chiamava allora – divenga un'attrazione per nulla sconveniente, quindi adatta anche ad un pubblico più altolocato e, soprattutto, più danaroso (aspetto di gran lunga più interessante per gli imprenditori del settore). Nulla di più lontano, quindi, da uno strumento da consegnarsi nelle mani di pedagoghi “evangelizzatori”, come lo si vorrebbe dal secondo dopoguerra in poi.

2.1 L'eredità del neorealismo.

Ad imprimere sulla pellicola il marchio dell'impegno è sostanzialmente il neorealismo, l'azione di un gruppo relativamente ristretto di registi e sceneggiatori che diedero una significativa sferzata alle commedie dei telefoni bianchi pre-bellici, glorificando l'arte cinematografica in Italia e nel mondo. Si deve a Zavattini, De Sica, Rossellini, Visconti, se il cinema di finzione (diverso il caso della documentaristica, che fa storia a parte) si indirizza verso forme di analisi del reale che abbiano come primo e assoluto scopo quello di restituire al pubblico una fotografia – più o meno impietosa – di se stesso, facendolo riflettere sulla sua condizione e ottemperando in questo modo al proprio compito (auto-assunto) di poeta civile.

L'epoca storica è determinante. Il silenzio di molti intellettuali che durante il fascismo si astengono (quando non collaborano direttamente) da ogni valutazione critica e ufficiale al regime, scoppia al termine della guerra nella necessità di un impegno concreto. Necessità che intercetta allo stesso tempo un

⁴⁵ Cfr. G. P. BRUNETTA, *Gli intellettuali italiani e il cinema*, Milano, Mondadori, 2004.

diffuso bisogno da parte della popolazione italiana di riappropriarsi di quei valori morali che l'epoca mussoliniana aveva tacitato, e che la fazione partigiana ha nuovamente fatto propri. Anche per questo motivo si spiega l'enorme successo di *Roma città aperta* (Rossellini, 1945), film considerato il manifesto del neorealismo che incassa in quattro mesi di sfruttamento ben 61 milioni e 668mila lire, posizionandosi nel suo anno di uscita al secondo posto assoluto, appena dietro alla *Carmen* di Christian Jaque che guadagna 62 milioni e 878mila lire, ma esce nove mesi prima.⁴⁶ Nonostante il buon riscontro commerciale di alcune pellicole del movimento neorealista, però, è proprio in questo periodo che si concretizza la frattura ideologica tra industria e cinema come forma d'arte. Come mette chiaramente in luce Barbara Corsi nel suo volume dedicato alla storia economica del cinema italiano:

La veemenza di certi attacchi alla loro categoria [*dei produttori*] e la chiusura di fronte alle esigenze economiche della produzione da parte di critici militanti a sinistra, inducono a pensare che la radice degli annosi problemi dell'industria cinematografica italiana sia in fondo anche ideologica e risieda, oltre che nei retaggi del pensiero idealistico-crociano, nell'acceso conflitto di mentalità del dopoguerra.⁴⁷

Attorno al movimento del neorealismo, infatti, si crea il mito del pauperismo e dell'atto artistico disinteressato. Benché sia effettivamente vero che alcune pellicole, specialmente quelle realizzate nei primi mesi successivi alla liberazione, siano state lavorate in regimi di ristrettezze economiche per cause di forza maggiore (gli studi di Cinecittà erano inagibili in quanto utilizzati come accampamenti per gli sfollati di guerra e mancavano, tra l'altro, mezzi e materiali per girare, tra cui la stessa pellicola), già a partire dal '46 le condizioni iniziano a migliorare. Al punto che uno dei protagonisti del tempo, Carlo

⁴⁶ *Gli incassi dei film italiani*, in «Cinespettacolo», n. 4, dicembre 1946 (articolo non firmato). L'incasso complessivo aggiornato al 31 dicembre 1952 è stato di 125 milioni di lire (Fonte: CHITI – POPPI – LANCIA, *Dizionario del cinema italiano. I film. Dal 1945 al 1959, Vol. II*, Gremese Editore, Roma, p. 313).

⁴⁷ B. CORSI, *Con qualche dollaro in meno: storia economica del cinema italiano*, Editori riuniti, Roma, 2001, p. 55

Lizzani, arriva a smentire quel falso immaginario che vuole i neorealisti armati di pochi mezzi, una cinepresa e poco più, scendere per strada senza grandi progetti se non quello di riuscire a fissare l'epifania del reale. In realtà, come dichiara Lizzani in un'intervista al *Contemporaneo* nei primi anni Sessanta:

Non c'è un solo film del movimento neorealista che non sia stato prodotto a prezzi industriali e secondo schemi produttivi normali o addirittura in economia allegra.⁴⁸

L'ambiguità di oggi, insomma, ha radici ben salde nel passato. Così, nonostante il film di Rossellini abbia inaugurato un movimento in grado di attrarre un buon numero di spettatori verso tematiche considerate sicuramente più "impegnate" rispetto alle coeve commedie di Matarazzo, ben presto il pubblico si stanca di piangere e torna a cercare ciò che lo diverte o lo affascina. I flop si susseguono: da *Paisà* (Rossellini, 1946) che incassa un ancora discreto risultato, ovvero 100milioni e 300mila lire, a *Sciuscià* (De Sica, 1946) con 56 milioni di lire, fino a *La terra trema* (Visconti, 1948) che incassa solo 35 milioni e 800mila lire, a fronte di un Riccardo Freda che nel 1947 guadagna ben 375milioni di lire con il suo *Miserabili*. Vero è che al botteghino i film ascrivibili al neorealismo ottengono risultati altalenanti e i 252 milioni di *Ladri di biciclette* (De Sica, 1948),⁴⁹ insieme ai 200 milioni di *Achtung Banditi!* (1951) di Carlo Lizzani o ai 270 milioni di *Roma ore 11* (1952) di Giuseppe De Santis dimostrano che c'è ancora spazio per registi diversi da Mattoli, Paoletta o Steno. Ma si tratta di casi sporadici (quasi tutte le pellicole di Visconti, ad esempio, saranno un salasso per le case che le producono, compreso il celebre *Gattopardo* che porterà la Titanus al tracollo definitivo).⁵⁰

⁴⁸ C. LIZZANI, *Cinema e industria del film*, in «Il Contemporaneo», n. 37, giugno 1961.

⁴⁹ E' però con *L'oro di Napoli* e i suoi 735 milioni che Vittorio De Sica raggiunge una delle cifre più alte della sua carriera da regista.

⁵⁰ I dati relativi agli incassi sono tratti da CHITI – POPPI – LANCIA, *Dizionario del cinema italiano*. op. cit. Per citare qualche altro dato di interesse: *Germania anno zero* (Rossellini, 1948) incassò 52milioni 500mila lire; *Bellissima* (Visconti, 1951) 160 mila lire; *Miracolo a Milano* (De Sica, 1951) 180milioni 600 mila lire; *Umberto D.* (De Sica, 1952) 106milioni 500mila lire.

Gli anni Cinquanta, in realtà, si rivelano ben presto quelli della commedia all'italiana – il ciclo dei *Pane, amore e...* diretti da Risi e Comencini ottengono guadagni che solo la saga di Don Camillo riesce ad eguagliare⁵¹ – la quale, specialmente agli inizi, ha comunque un debito di riconoscenza verso il neorealismo, basandosi su uno stile di scrittura fortemente aderente alla realtà e presentando spaccati sociali con pungente satira di costume. Sarà compito di un nuovo gruppo di cineasti, che non a caso vede la propria formazione sotto l'ala illuminata dei neorealisti, recuperare in anni successivi quella stessa veemenza e quel medesimo *pathos* dei loro padri putativi.

2.2 Gli anni d'oro del cinema politico italiano.

Il discorso contestatario era già un prodotto di consumo nel 1969-70.

Liliana Cavani⁵²

Per la cinematografia italiana, gli anni Sessanta rappresentano uno dei pochi momenti felici. Il 1960 è uno degli anni più floridi per la nostra industria, con produzioni che non solo portano attivi di bilancio mai visti fino ad allora (160 film realizzati, di cui 66 coproduzioni), ma regalano all'Italia un prestigio internazionale che dura tuttora (ovviamente in retrospettiva) grazie a pellicole come *La dolce vita*, *La grande guerra*, *Il generale della Rovere*.

In questo clima di rinnovato entusiasmo, si riaccende in molti registi l'attrazione verso temi politici, storici e civili. Inoltre, il tempo trascorso dalla fine del secondo conflitto mondiale permette di avere la giusta distanza per

⁵¹ *Pane, amore e fantasia* è il primo film della serie dei "Pane, amore". Diretto da Luigi Comencini nel 1953 incassa 1miliardo e 500milioni di lire, vale a dire uno degli incassi più alti del decennio 1944 – 1954, risultato quasi eguagliato dal *sequel* sempre diretto da Comencini, *Pane, amore e gelosia* (1954), che ottiene 1 miliardo 450milioni di lire. *Pane, amore e...* (1955) è diretto da Dino Risi e ottiene 1miliardo 126milioni di lire, mentre ottengono meno successo *Pane, amore e Andalusia* (1958) di Javier Setò con 262milioni 500mila lire e l'ultima pellicola della saga *E' permesso Maresciallo?* (1958) di Carlo Ludovico Bragaglia. Fu programmato ma mai girato un sesto titolo della serie *Pane, amore e così sia*.

⁵²G. CREMONINI, *Storia generale del cinema*, Lucarini, Roma, 1987, p. 75.

poter finalmente trattare un periodo storico ancora poco rappresentato e ancor meno discusso, quello della Resistenza, momento di lacerazione civile tra i più drammatici vissuti dal popolo italiano. A ciò si unisce negli anni a seguire una complessiva politicizzazione della società, che porta ai grandi movimenti di massa del Sessantotto, fomentati soprattutto dai giovani del corpo studentesco universitario insieme all'*élite* intellettuale della “nuova sinistra”, di cui buona parte confluirà poi negli anni Settanta nei gruppi, armati e non, di opposizione extraparlamentare.

La nuova generazione di cineasti che si trova a debuttare in questi anni non resta per nulla insensibile al clima che viene determinandosi – anzi, a sua volta contribuisce a determinarlo, insieme al comparto dell'editoria, che dà alle stampe in questi anni numerosissimi volumi su temi storici o di stretta attualità⁵³ – regalando pellicole di grande spessore, in perfetta sintonia, questa volta, con lo spirito del proprio tempo. E' in quest'epoca, della durata di poco più di un decennio, che si può collocare la nascita del cosiddetto “cinema politico” in senso stretto, categoria fino ad allora raramente utilizzata e che da quel momento diviene parte del linguaggio comune. Risalgono a questo periodo *Tiro al piccione* (1961), esordio di un trentenne Giuliano Montaldo, primo esempio di storia della Resistenza narrata dal punto di vista di un repubblicano (ma il successo maggiore Montaldo lo otterrà con la trilogia del potere, *Gott mit uns* - 1970, *Sacco e Vanzetti* - 1971 e *Giordano Bruno* - 1973, rispettivamente sul potere militare, giudiziario e religioso); *Salvatore Giuliano* (1962) di Francesco Rosi, a cui segue *Le mani sulla città* (1963); ancora *La lunga notte del '43* (1960) di Florestano Vancini e *Un uomo da bruciare* (1962) dei fratelli Taviani.

A ben vedere, però, per la critica, soprattutto quella militante e schierata (in primo luogo la rivista *Cinema Nuovo*, guidata da Guido Aristarco, di area dichiaratamente marxista) ogni film in quanto oggetto culturale è

⁵³ Sono gli anni, per altro, del successo editoriale di libri ideologici come il *Libretto rosso* di Mao Tse-tung o del *Capitale* e del *Manifesto del partito comunista* di Karl Marx.

intrinsecamente politico, ovvero deve essere visto e interpretato in chiave politica, sia che si tratti di una commedia, di un western o di un film d'autore. Ciò avviene il più delle volte con piglio demistificatorio, vale a dire con l'esplicito intento di ritrovare nel film le tracce, evidenti o profonde, della classe dominante che si fa propaganda. Tale impostazione è sostanziata dalla diffusa convinzione, tra gli ambienti filo-marxisti, che ogni prodotto – proprio perché tale, quindi derivante dal sistema capitalistico, che è il nemico da combattere – veicoli intenzionalmente messaggi reazionari e anti-rivoluzionari. Per questo motivo, sotto la penna-mannaia di molta critica esplicitamente ideologizzata cadono non solo alcuni dei più brillanti esempi della nostra migliore commedia, ma anche film di marcato impegno civile, alcuni dei quali hanno saputo addirittura ottenere prestigiosi riconoscimenti internazionali. Emblematico a riguardo il trattamento riservato a *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto*, uno dei più celebrati film di Elio Petri – regista letteralmente massacrato dalla critica marxista – a cui non bastò l'Oscar come migliore film straniero (sorte per altro condivisa da un gruppo assai ristretto di colleghi compatrioti)⁵⁴ per riscattarsi dalle condanne di colluso riformismo che gli furono scagliate addosso. Giusto per ricordare qualche commento a riguardo:

Molto più ambigua, e perciò riuscita da un punto di vista *ideologico* (sic), è l'operazione condotta da Petri sin dalla *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (1970), in cui l'esuberanza caricaturale del protagonista schiaccia ogni prospettiva politica a esso connessa. [...] La stessa contaminazione persegue con ancor maggiore insistenza in *La classe operaia va in paradiso* (1971) dove il "comico" diventa veramente la cifra unica e ridondante di tutto il film.⁵⁵

⁵⁴ Nella storia del premio, divenuto categoria fissa nel 1957 dopo quasi un decennio di premi onorari e premi speciali (attribuiti nel '48 e nel '50 rispettivamente a *Sciuscià e Ladri di biciclette*, entrambi di Vittorio De Sica), fece incetta di statuette Federico Fellini, con quattro vittorie (nel 1957 con *La strada* e l'anno seguente con *Le notti di Cabiria*, nel 1964 con *8½* e nel 1975 con *Amarcord*), quindi Vittorio De Sica con due vittorie (nel 1965 con *Ieri, oggi, domani* e nel 1972 con *Il giardino dei Finzi-Contini*). Più recentemente, furono insigniti del prestigioso riconoscimento anche *Nuovo cinema Paradiso* di Giuseppe Tornatore nel 1990, *Mediterraneo* di Gabriele Salvatores nel 1992 ed ultimo in ordine cronologico *La vita è bella* di Roberto Benigni nel 1999.

⁵⁵ G. CREMONINI, *Ideologia della restaurazione nel cinema comico-politico*, in «Cinema Nuovo», n. 222, marzo-aprile 1973, p. 120-121

D'altronde, per gli irreducibili critici di estrema sinistra, il cinema politico come categoria è una mistificazione in se stessa, tanto che il comparto fu ulteriormente articolato in nuclei classificatori: film riformisti nel sistema (*Le mani sulla città*), film nel sistema contro il sistema (*Confessioni di un commissario di polizia al Procuratore della Repubblica* o *Sacco e Vanzetti*) e film militanti, vale a dire «fuori dalle strutture codificate»,⁵⁶ vale a dire l'unico cinema realmente degno dell'appellativo di politico.

Il cinema politico di Petri, Bertolucci, Damiani, Vancini, addirittura di Rosi (di cui si celebra il solo *Salvatore Giuliano*, ma già con *Le mani sulla città* viene incasellato tra i riformisti) viene liquidato senza mezzi termini, considerato ambiguo e mistificatorio, corrotto con il sistema perché talvolta premiato anche dal pubblico, ma soprattutto considerato anti-rivoluzionario:

Il rivoluzionario è quella persona in cui la pazienza si unisce all'impazienza. L'impazienza da sola può creare una specie di "happening" e dopo quindici o venti "happening" può accadere che l'ex rivoluzionario, rimasto deluso, cinico, si integri nell'establishment. [...] Nel cinema italiano ci sono stati molti "happening" e molti registi, rimasti delusi, si sono fatti cinici e integrati nel sistema.⁵⁷

A prescindere dai giudizi *tranchant* della critica ideologica, resta il fatto che gli esiti a cui certo cinema politico riuscì ad approdare, in termini di profondità di riflessione e soprattutto di coinvolgimento emotivo del pubblico, furono difficilmente replicati in seguito. Vero è che si tratta di altri tempi, in cui – nonostante l'ennesima crisi a cui si riferisce Bolzoni ad inizio capitolo – l'industria cinematografica poteva contare ancora su una media di spettatori in

⁵⁶ «Cinema Nuovo», n. 213, settembre-ottobre 1971. Si legge ancora nell'articolo: «Il cinema militante tende a un cinema politico che rifiuti il compromesso e intervenga direttamente nella formazione di una cultura di classe» (*Ibidem*).

⁵⁷ «Cinema Nuovo», n. 217, maggio-giugno 1972. Rosi tenterà di giustificarsi, mettendo in guardia i suoi detrattori con una battuta lapidaria nel film *Cadaveri eccellenti* (1976): «La verità non è sempre rivoluzionaria».

sala notevolmente più alta di quella attuale. Ma si trattò anche di una positiva sinergia tra produttori lungimiranti e registi alquanto talentuosi.

2.2.1 Il panorama economico-produttivo.

Il proliferare di un cinema attento a temi politicamente caldi e spesso di stringente attualità a cavallo tra anni Sessanta e Settanta fu dovuto in buona parte anche al benessere complessivo del sistema cinematografico italiano, che permetteva di investire gli utili derivanti dai numerosi film di buon successo commerciale in progetti più ambiziosi e impegnativi. Si considerino a riguardo i dati relativi al numero di film realizzati in poco più di un quinquennio 1960-1976 e le relative quote di mercato, ovvero gli incassi realizzati dai film delle varie nazionalità, suddivise tra Italia ed estero:

TABELLA n. 1: Numero di film / quote di mercato [1960 – 1976]⁵⁸

	Italia		Usa		Altri	
	Film	%	Film	%	Film	%
1960	160	50,6	194	35,6	147	13,8
1962	245	52,2	148	36,6	162	11,2
1964	290	50,4	152	38,9	146	10,7
1966	232	58,9	141	30,3	93	20,0
1968	246	55,6	167	29,0	176	15,4
1970	231	60,3	146	30,3	127	9,4
1971	216	65,1	144	27,3	112	7,6
1972	280	64,8	140	28,5	178	6,7
1974	231	62,0	128	26,1	180	11,9
1976	237	60,8	144	27,5	179	11,7

⁵⁸ I dati sono riportati nel volume di Barbara Corsi, *Con qualche dollaro in meno*, op. cit.

Nell'arco di un biennio la produzione di film italiani (il dato comprende anche le coproduzioni) passa da 160 a 245 unità, che salgono a 290 nel 1964. Un dato eccezionale, soprattutto se lo si accosta a quello delle quote di mercato che riesce a guadagnare, in costante aumento con un massimo del 65,1 per cento raggiunto nel 1971, a fronte di un cinema statunitense che fatica a superare la quota del 30 per cento. La situazione cambia radicalmente già a partire dal 1978 (i film prodotti sono 143 e la quota raggiunta è del 42,8 per cento, dove gli Stati Uniti ottengono invece il 41,5 per cento del mercato, incrementando anno dopo anno il proprio risultato), per crollare definitivamente durante gli anni Ottanta. Giusto per avere un confronto, nel 1989 vengono realizzati 117 film italiani, ma la quota di mercato si riduce al 21,9 per cento (USA 63,3 per cento), nel 1992 sono 127 col 24,4 per cento e nel 1995 il dato arriva a 75 film, con un 23,7 per cento di quota mercato.⁵⁹

Tutto ciò per mettere in luce l'eccezionalità del momento storico che permise, soprattutto a cavallo tra 1970 e il 1972, un vero e proprio *boom* di pellicole a sfondo politico. Per citarne alcune, nel 1970 vengono realizzati *Il conformista* di Bernardo Bertolucci, *Il sasso in bocca* di Giuseppe Ferrara, la già citata *Indagine* di Petri, *Lettera aperta a un giornale della sera* di Citto Maselli, *Il Sacco e Vanzetti* di Montaldo; nel 1971 è la volta della *Classe operaia* di Petri, delle *Confessioni di un commissario di polizia* di Damiano Damiani, di *Uomini contro* di Francesco Rosi, mentre il 1972 vede nelle sale *Bronte* di Florestano Vancini, *Il caso Mattei* di Rosi, *Imputazione di omicidio per uno studente* di Bolognini, *La strategia del ragno* di Bertolucci, *Mimì metallurgico* della Wertmüller e il film di Bellocchio, *Sbatti il mostro in prima pagina*. Nomi che legano indissolubilmente il proprio percorso artistico al genere del film impegnato (salvo iscriversi in percorsi più propriamente autoriali, come sarà il caso di Bertolucci e di Bellocchio). Tra questi, la

⁵⁹ *Ibidem*.

cinematografia sviluppata da Francesco Rosi è sicuramente la più coerente e prosegue sulla falsa riga dei primi film-inchiesta che avranno un certo riscontro anche successivamente, durante degli anni bui del “disimpegno”.⁶⁰

La quantità di titoli prodotti in questi anni che potremmo comodamente riportare è tale che rischieremmo un inutile elenco. Sull’argomento, ottima è la ricostruzione diacronica che effettua Maurizio Fantoni Minnella nel suo volume *Non riconciliati: politica e società nel cinema italiano dal neorealismo a oggi*, al quale rimandiamo per un approfondimento sull’argomento.⁶¹ Ci basti ricordare il nome di qualche altra personalità, solitamente meno citata quando si tratta di osannare le glorie antiche della nostra migliore cinematografia civile, vale a dire i nomi di qualche importante produttore dell’epoca. Scrive a riguardo un nostalgico Leonardo Benvenuti:

Quelli erano produttori [...] Allora il produttore rischiava un po’ di persona, per questo prendeva anche certi atteggiamenti... Adesso i finanziamenti non li fa il produttore, adesso, in Italia, i soldi arrivano dalla distribuzione. [...] Il cinema non ha più mito, ormai è alla portata di tutti, le immagini arrivano a casa e i ragazzini le succhiano come il latte.⁶²

Il carisma di personalità come Dino De Laurentiis, Carlo Ponti, Mario Cecchi Gori, Franco Cristaldi, Alfredo Bini, sembra difficilmente attribuibile a qualche – pur professionalissimo – epigono del giorno d’oggi, men che meno ai diretti discendenti. Pur nella complessità e soprattutto nella diversità del loro ruolo, i produttori che animano l’industria cinematografica italiana in quegli anni sono imprenditori a tutto tondo, dotati di concretezza ma anche del coraggio di sperimentare strade alternative al film di successo immediato. Per usare le parole di Bini, sono persone in grado di avere «intuizioni in relazione

⁶⁰ Ci si riferisce in particolare a *Cronaca di una morte annunciata*, 1987 e *Dimenticare Palermo*, 1990.

⁶¹ Cfr. M. F. MINNELLA, *Non riconciliati: politica e società nel cinema italiano dal neorealismo a oggi*, UTET, Torino, 2004.

⁶² Benvenuti scrive intono ai primi anni Ottanta. Il passaggio si ritrova in F. FALDINI - G. FOFI (a cura di), *L’avventurosa storia del cinema italiano raccontata dai suoi protagonisti: 1960-1969*, Feltrinelli, Milano, 1981, p. 50.

all'epoca».⁶³ Al nome di Alfredo Bini e alla sua società, la Arco Film, altalenante tra prodotti autoriali e film di facile provocazione, è legato il debutto di Pier Paolo Pasolini – *Accattone* (1960) – di cui produrrà tutti i successivi film fino al 1967 (il testimone passerà poi nelle mani di Aurelio Grimaldi che godrà dell'enorme successo del celebre *Decameron* – 1971, che incassa sul solo mercato italiano più di 4 miliardi di lire).⁶⁴ In realtà, dopo aver superato le forche della censura per portare sul grande schermo il *Satyricon* di Gian Luigi Polidoro (1969), Bini abbandona quasi completamente il filone del cinema d'autore per dedicarsi al più profittevole filone del film erotico di ambientazione esotica (*Bora Bora*, *Noa Noa* di Ugo Liberatore), fondando una nuova società, la Finarco. Tra tutti, il percorso più coerente è stato sicuramente quello di Franco Cristaldi, ex studente di medicina ma soprattutto ex partigiano, forse l'unico produttore italiano a dare un fondamento ideologico consapevole alla propria politica di produzione d'autore, l'unico in grado di comprendere come il film di qualità possa essere un investimento da sfruttare sul lungo periodo, rispetto ai prodotti di facile consumo. Tramite la Vides cinematografica, Cristaldi realizza *Salvatore Giuliano* e *Il caso Mattei* di Rosi, *Kapò* di Pontecorvo, *Lettera aperta* e *Gli indifferenti* di Francesco Maselli, ma anche numerosi film di Monicelli, Loy, Fellini, Visconti e Bellocchio. Film tuttora additati quali prodotti della migliore industria culturale italiana.

2.2.2 Poeti civili: dopo Pier Paolo Pasolini.

I primi anni Sessanta vedono il debutto cinematografico di due personalità alquanto controverse e altrettanto provocatorie: Marco Ferreri e Pier Paolo

⁶³ AA.VV, *La città del cinema*, Roma, 1979.

⁶⁴ Aurelio Grimaldi, già avvocato di professione, dovette però affrontare estenuanti battaglie legali contro la censura per rendere visibile il film di Pasolini. Cosa che avverrà anche per *Ultimo tango a Parigi* (1977) di Bertolucci – uno dei film di maggior successo nella storia del cinema italiano, con i suoi 7 miliardi di incasso – che lo spingeranno a trasferirsi negli Stati Uniti.

Pasolini. Il primo, di rientro dall'esperienza spagnola che lo indirizzerà definitivamente dietro la cinepresa, gira nel 1961 *Una storia moderna: l'ape regina*, opera graffiante e cinicamente grottesca, che presenta fin da subito lo stile di un regista che farà della critica al perbenismo benpensante una delle sue principali marche autoriali (qui scagliato contro l'ideologia clerical-borghese del concetto di famiglia). Il gusto per l'exasperazione e la furia iconoclasta lo portano a incappare ciclicamente nelle maglie della censura filo-cattolica, tutt'altro che provvista di auto-ironia, benché si tratti di anni in cui il benessere del *boom* economico concede qualche rilassamento, tale da rendere possibile la presenza sul grande schermo di figure così decisamente "fuori dal coro". Il suo secondo lungometraggio, *La donna scimmia* (1963), è costretto anch'esso a revisioni forzate, *L'uomo dei cinque palloni* (1965) viene sottratto a Carlo Ponti e tagliato bruscamente, quindi inserito come episodio nel film *Oggi, domani, dopodomani*, mentre *Marcia nuziale* (1966) rischia addirittura di non venire programmato nelle sale.

Stesso trattamento, se non peggiore dato il numero di processi che gli furono intentati (Laura Betti ne ricorda ben 33 nell'arco della sua intera esistenza),⁶⁵ viene riservato anche a Pier Paolo Pasolini, il cui piglio polemico e il rifiuto all'adesione acritica a un modello ideologico preconstituito, unito alla sua dichiarata omosessualità, gli varranno non pochi problemi (tra cui l'epurazione dal PCI e una condanna per vilipendio alla religione di Stato nel 1963 per aver realizzato l'episodio *La ricotta*, inserito nel film collettivo *Ro.Go.Pa.G.*). A differenza di Ferreri, che si limitò sempre al proprio campo di pertinenza, vale a dire quello prettamente cinematografico, Pasolini si muove trasversalmente in tutti i comparti della cultura italiana. A differenza di molti colleghi cineasti – ma potremmo dire, a differenza di quasi tutti i suoi colleghi intellettuali – Pasolini è tra i pochi ad assumersi consapevolmente e dichiaratamente il compito di poeta civile, con tutte le implicazioni del caso. Anzi, la militanza

⁶⁵ Cfr. L. BETTI, *Pasolini: cronaca giudiziaria, persecuzione, morte*, Garzanti, Milano, 1977.

politica (in forme più o meno autorizzate) procede sempre di pari passo con la sua attività artistica, come due facce della stessa medaglia. Non per nulla, è Pasolini stesso a rinfacciare ad un coetaneo Italo Calvino di essere troppo poco “politicizzato”, di non usare sufficientemente la propria arte e soprattutto il proprio *status* per indirizzare le coscienze e promuovere le istanze del marxismo.⁶⁶ Pasolini si fa quindi testimone – e involontariamente, con la violenza della sua morte, addirittura martire – di una lotta costante alle tensioni conformiste del sistema neo-capitalista, arrivando il più delle volte a sconfinare oltre le rigidità ideologiche che in quegli anni incasellano la società italiana. La sua capacità di analisi della società e le sue posizioni sostanzialmente inconciliabili con la realtà del suo tempo, lo portano ad essere stratonato da una “barricata” all’altra, a prescindere da ogni coerenza di pensiero, per il solo bisogno da parte di svariati esponenti politici di riferirsi a una riconosciuta *auctoritas*. Pasolini diviene un riferimento proteiforme, alla sua figura e alle sue parole si richiamano contemporaneamente esponenti di sinistra, che vedono in lui un prototipo della lotta all’omologazione sociale, quanto di destra, soprattutto in seguito alle sue esternazioni sullo scontro di Valle Giulia; è icona di progressismo per i sostenitori per i diritti omosessuali, mentre è citato più volte dai promotori dei partiti secessionisti per la sua strenua difesa della cultura e delle tradizioni contadine contro l’avanzare deturpante del modernismo.

Ma al di là degli usi sociali di un personaggio come Pier Paolo Pasolini, quel che preme sottolineare in questa sede è l’importanza simbolica del suo ruolo di intellettuale (di sinistra), consacratosi definitivamente in seguito a quella morte violenta le cui circostanze furono tutt’altro che chiarificate (fatto che lo glorificherà ulteriormente ad ennesimo martire della nostra società civile). Rifacendoci alla tesi esposta da Giacomo Manzoli nel recente saggio *From Salò to Gomorra*, edito dalla Cambridge Scholars Publishing:

⁶⁶ Cfr. C. BENEDETTI, *Pasolini contro Calvino*, Bollati Boringhieri, Milano, 1998.

The majority of Italian independent or auteur cinema of the past 25 years is penetrated with the influence of Pasolini. [...] In their works it is possible to find some recurring elements we can ascribe to a sort of widespread impotence to go beyond the poet's influence.⁶⁷

A dimostrazione di ciò, vengono citati alcuni dei più recenti lavori cinematografici che in qualche modo gravitano se non interamente, quanto meno a livello di tributo, intorno alla figura perno di Pasolini.⁶⁸ Più che il diretto riferimento al poeta, quel che più colpisce è il perpetrarsi di una ben precisa *forma mentis* dell'intellettuale di sinistra, che a Pasolini si ispira come a una sorta di nume tutelare. Un modo ben preciso di rapportarsi alla complessità del mondo e che opera per compartimenti stagni. Lo spirito dialettico pasoliniano viene in qualche modo edulcorato e della sua indole contraddittoria viene trattenuta la sostanza più bellicosa e (talvolta ciecamente) intransigente:

We might underline a constantly melancholic representation of the expression of alternative sexuality and a constantly negative representation of the bourgeois universe as such. [...] Suburbs, marginality, psychological, moral and economical discomfort are to praise anyway as emblems of ontological poetics opposite to the materialistic cynicism of the leading groups, which appear abstract and stereotypical.⁶⁹

⁶⁷ G. MANZOLI, *From Salò to Gomorra: the Influence of Pier Paolo Pasolini's Political Perspective on Independent Italian Cinema*, in *Cinema and Politics*, Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, 2009, pp. 77-78.

⁶⁸ Tra i titoli che fanno esplicito riferimento a Pasolini, ricordiamo il documentario di Giuseppe Bertolucci, *Pasolini prossimo nostro* (2007) dedicato alla realizzazione di *Salò*, e sempre di Bertolucci anche l'opera teatrale *'Na specie di cadavere lunghissimo*, per celebrare la morte del poeta. Sempre sulla morte di Pasolini, il film di Marco Tullio Giordana, *Pasolini, un delitto italiano* (1995), il film di Aurelio Grimaldi, *Petrolio* (1997) basato sull'omonimo romanzo postumo, il film diretto dall'attrice e amica Laura Betti nel 2001, *Pier Paolo Pasolini e la ragione di un sogno*, l'omaggio di Matteo Cerami e Mario Sesti, *La voce di Pasolini*, il film di Sergio Citti, *I magi randagi* (ispirato all'irrealizzato progetto cinematografico *Porno-Teo-Kolossal*). Le citazioni relative a Pasolini all'interno di film sono poi estremamente numerose, da *La meglio gioventù*, il cui titolo è un riferimento diretto ad una collezione di poemi dell'autore, a *Caro diario* (1993) di Nanni Moretti, in cui il regista compie un viaggio in vespa al monumento eretto in memoria di Pasolini. Simile omaggio lo si ritrova anche nel libro di Roberto Saviano, *Gomorra* (2006) in cui il giovane protagonista si reca appositamente sulla tomba del poeta in Friuli per ritrovare simbolicamente in sé la forza di resistere alle devastazioni fisiche e morali della camorra.

⁶⁹ G. MANZOLI, *From Salò to Gomorra*, op. cit., p. 78.

Sulla base di questi criteri interpretativi, che si vorrebbero efficaci anche per comprendere la società e la politica contemporanea, si fonda buona parte della cultura degli intellettuali di sinistra che operano tuttora, nonostante il panorama storico sia decisamente differente dalla realtà di Pasolini (si pensi alla sua strenua condanna nei confronti della televisione, che pure era gestita secondo un modello di programmazione ben lontano dagli esiti odierni). Insomma, sotto questa luce si può sostenere che:

The Italian cinema is dominated by a melancholic vision of politics that seems to be anything but “arts of possible”, but revealing itself, on the contrary, as a negotiation frame for mixed strategies to survive the impossibility of utopical forces. In this articulated process, with a cynical aftertaste, Pasolini is still a sort of Dantesque guide on the way to holiness.⁷⁰

2.3 Gli anni del disimpegno: cinema politico come cinema di genere.

La fiorente stagione cinematografica che portò numerosi cineasti italiani a concentrarsi in modo particolare su tematiche di carattere storico e civile, si affievolì con il crescere delle tensioni sociali e l’instaurarsi della cosiddetta strategia del terrore che caratterizzò tutti gli Anni di Piombo. Alla fine degli anni Settanta, il popolo italiano è politicamente disilluso, ma soprattutto è ormai esacerbato dai costanti attacchi terroristici operati dalle falangi armate di estrema destra e di estrema sinistra (la tragica fine di Aldo Moro chiude definitivamente le porte ad una possibile stagione di dialogo tra PCI e DC, e al celebre e da molti vituperato compromesso storico).⁷¹ Non mancano di certo

⁷⁰ *Ivi*, p. 81.

⁷¹ Non a caso, infatti, insieme a Pasolini, anche Aldo Moro è divenuto a sua volta un’icona – sicuramente meno influente, ma comunque centrale – di uno dei periodi più duri della recente storia italiana, a cui la cinematografia non ha mancato di tributare memoria. Sui mesi del rapimento troviamo pellicole di sapore consolatorio come *Buongiorno, notte* (2003) di Marco Bellocchio e quella dal gusto un po’ *thriller* di *Piazza delle Cinque Lune* (2003) di Renzo Martinelli, o ancora la neutrale ricostruzione di Giuseppe Ferrara con *Il caso Moro* (1986). Tra i diversi documentari, *Nel cuore dello Stato* (2008) di Alberto Castiglione e la *fiction tv* del 2008 *Aldo Moro - Il Presidente*, prodotta dalla TaoDue e diretta da Gianluca Maria Tavarelli. Allo

riflessioni in tempo reale sul tema dello stragismo (*Sbatti il mostro in prima pagina* di Bellocchio è del 1972), ma il numero di pellicole incentrate sulla stretta attualità o su tematiche politiche si riduce considerevolmente rispetto alla decade precedente (il pubblico italiano è emotivamente troppo sollecitato dai fatti di cronaca e ricerca prodotti di intrattenimento che siano distensivi). Non ultimo, l'avvento nel 1974 delle televisioni commerciali erode drasticamente il numero di spettatori dalla sala (benché, va detto, il mercato televisivo attragga una tipologia di pubblico diversa dal *target* specifico del cinema politico, che gli resta più o meno fedele). Ad ogni modo, dalla fine degli anni Settanta e per tutti gli anni Ottanta, il cinema politico di fatto scompare dalla scena produttiva, confluendo quasi interamente nel più ampio comparto del cinema d'autore (la strada di Bellocchio, Bertolucci, Taviani) o in forme di politicismo edulcorato sullo stile dei nascenti poliziotteschi (Damiani, Lenzi, Di Leo).⁷²

Fanno eccezione solo pochi registi, tra cui ricordiamo nella fattispecie Giuseppe Ferrara, figura di intellettuale, critico e cineasta tra i più irriducibili, la cui intera filmografia si iscrive nel solco dell'impegno.⁷³ Attivista convinto fin dai primi anni di gioventù – partecipa al progetto dei cinegiornali liberi di Cesare Zavattini⁷⁴ – privilegia inizialmente il prodotto documentario, per poi

statista e al potere della DC già Elio Petri aveva dedicato una pellicola dai toni farseschi che fecero molto discutere, *Todo modo* (1975) tratto dall'omonimo romanzo di Leonardo Sciascia.

⁷² Si può in qualche modo collocare nel 1976 la fine del cinema politico italiano propriamente detto. A quell'anno risale il già citato *Todo modo* di Petri, film accolto molto tiepidamente sia dal pubblico che dalla critica, e che conclude il sodalizio del regista con Gian Maria Volonté. Dello stesso anno *Cadaveri eccellenti* di Francesco Rosi, che chiude in qualche modo la stagione dei film-inchiesta del regista, così come *L'Agnese va a morire* di Giuliano Montaldo, che per la decina di anni a seguire si dedicherà quasi interamente alla televisione. E sempre del 1976 è anche il colossale racconto epico di *Novecento* di Bernardo Bertolucci, regista ormai consacrato a livello mondiale, che da lì in poi darà vita a un cinema dal sapore d'oltreoceano, per tornare in anni più recenti ai gusti di gioventù con *The dreamers – I sognatori*, del 2003.

⁷³ Tra i titoli più celebri ricordiamo *Il sasso in bocca* (1970), *Faccia di spia* (1975), *Cento giorni a Palermo* (1984), *P2 Story* (1985), *Il caso Moro* (1986), *Contra-diction* (1987), *Giovanni Falcone* (1993), *Segreto di stato* (1995), *I banchieri di Dio - Il caso Calvi* (2002), *Guido che sfidò le Brigate Rosse* (2005).

⁷⁴ A partire dal 1967, dopo la breve esperienza dei cinegiornali della pace, Cesare Zavattini tenta la strada dei cinegiornali liberi, sorta di giornali Luce "a rovescio". L'idea nasce da un'inchiesta sullo sviluppo del cinema ospitata e promossa dal *Contemporaneo*, l'insero della rivista ideologica del PCI, *Rinascita*, e vuole essere espressione di quel nuovo modo di concepire il cinema di informazione, ma anche il cinema generalmente inteso, ovvero democratico e alla portata di tutti. I cinegiornali liberi che vennero realizzati alla fine degli anni Sessanta, furono

indirizzare il proprio stile verso forme ibride di *fiction* e materiale di repertorio, secondo una scelta programmatica che si fonda su presupposti ideologici circa l'utilizzo di uno specifico linguaggio cinematografico (argomento centrale attorno agli anni Settanta nei dibattiti critici sul cinema politico).⁷⁵ Ferrara non concederà nulla a ciò che considera “prodotto di evasione”, nemmeno negli anni finanziariamente più difficili per una produzione come la sua (ma la ricerca di un'autonomia produttiva sarà perseguita fin da principio, con la fondazione della cooperativa Cine 2000 nel 1969, con cui Ferrara realizza il suo primo lungometraggio, *Il sasso in bocca*), uscendo in sala con una media di un film ogni due anni (media alta, rispetto ai colleghi impegnati).

Anche Pasquale Squitieri, per tutti gli anni Ottanta e i primi Novanta, prosegue a suo modo la propria vocazione per un cinema di stampo storico-politico, ma con un rigore sicuramente meno ferreo e una convinzione politica decisamente più aleatoria rispetto al “compagno” Ferreri (dopo le dichiarate simpatie per i movimenti della sinistra extra-parlamentare – è tra i firmatari dell'autodenuncia pubblicata su *Lotta Continua* nel 1971 in cui esprime solidarietà a militanti e direttori inquisiti per istigazione a delinquere – nel 1994 entra in politica e viene eletto senatore nelle liste di An, per ricandidarsi nel 1996 con il Polo della Libertà nel collegio di Nola, ma senza successo). Dopo un primo battesimo nel genere dello spaghetti-western con lo pseudonimo di

pertanto una forma di “cinema-informazione” che intendeva opporsi alla classica informazione di regime. Nel periodo fascista e nei primi decenni del dopoguerra quest'ultima si manifestava appunto attraverso i cinegiornali della settimana Incom, questi ultimi poi sostituiti dai telegiornali di una RAI dominata dai partiti di governo. Sono nove i cinegiornali liberi realizzati tra il '68 e il '70, attraverso pellicole di non più di mezz'ora, incentrate su questioni sociali e politiche di vasto interesse: un dibattito sul cinema, un'intervista al leader della rivolta studentesca Cohn-Bendit, una fabbrica romana occupata dagli operai, il terremoto in Sicilia, il disastro del Vajont, la rivolta di Battipaglia, Don Mazzi e il quartiere fiorentino dell'Isolotto.

⁷⁵ Dichiarò il regista nel 1973: «Per instaurare il nuovo rapporto tra l'immagine e la realtà bisognerà che il documento autentico si mescoli alla scena ricostruita, abbia la stessa *nobiltà* (nel film di “fiction”). Questo per giungere non ad un rapporto solitario, tra la mente soggettiva dell'artista e la realtà considerata bruta e inerte (rapporto che poi conduce alla contemplazione passiva da parte dello spettatore), ma ad un rapporto in un certo senso collettivo che muova da un'angolazione societaria» (G. FERRARA, *Comunicazione*, in *Atti del convegno: “Il cinema politico italiano tra contestazione e consumo. Le riviste cinematografiche a confronto”*, raccolto nel volume di F. ROSATI (a cura di), *1968-1972: esperienze di cinema militante*, Bianco e nero, n. 7/8, Roma, 1973, p. 172).

William Redford (*Django sfida Sartana* - 1970 e *La vendetta è un piatto che si serve freddo* - 1971), Squitieri passa a raccontare la società italiana in pellicole come *L'ambizioso* (1975) e *Corleone* (1978), incentrate sul tema della mafia, *Gli invisibili* (1989) sul tema del terrorismo, per poi dedicarsi alle cosiddette morti bianche, all'immigrazione o a temi storici come *Li chiamarono... briganti!* (1999), film revisionista sulle efferatezze del Risorgimento che provocò molto scandalo e fu immediatamente rilevato dalle sale.

Infine, va comunque sottolineato che gli anni Ottanta sono anche anni di debutto per alcuni cineasti che proseguiranno poi nel solco del prodotto di impegno fino ai giorni nostri. Tra questi citiamo Marco Tullio Giordana, che esordisce proprio nel 1980 con *Maledetti vi amerò*, sul tema dei moti del Sessantotto su cui il regista tornerà più e più volte e che gli valse il Pardo d'Oro al Festival di Locarno; e ancora Marco Risi, figlio d'arte per parte di padre (Dino Risi) e di zio (Nelo Risi), che dopo le prime esperienze nella commedia si dedica quasi interamente al cinema d'impegno civile (*Mery per sempre* - 1989 e *Ragazzi fuori* - 1990, *Il muro di gomma* - 1991 sulla strage di Ustica e il controverso *Il branco* - 1994).

2.3.1 Noir, poliziesco e poliziottesco.

Come si è cercato di evidenziare nel capitolo precedente (cfr. 1.2), il cinema politico è un genere. O meglio, un sotto-genere del cinema d'autore, a sua volta definibile in base a *topoi* ricorrenti e facilmente identificabili, che spesso riguardano soprattutto il meta e il paratesto, ovvero ciò che sta fuori e attorno al film. Non solo, ma ogni film - come ogni opera letteraria - è costruito su più livelli semiotici e spesso contiene elementi della commedia, del dramma, della *spy-story*, del melodramma. E' l'aspetto discorsivo tra questi che prevale a dettare poi la cifra dell'opera nel suo complesso. Lungi dall'avventurarsi in una questione complessa e ciclicamente dibattuta come la teoria dei generi, rispetto

alla quale si rimanda al volume di Rick Altman,⁷⁶ basti qui ricordare che il genere politico nasce di fatto come tutti gli altri generi, ovvero è determinato dallo *zeitgeist* dell'epoca, lo spirito politicizzato del Sessantotto, che trova comunione di intenti e di aspettative tra pubblico, critica e produttori, e spinge a far risaltare quei film dal contenuto chiaramente politico. I quali, però, sono costruiti in forme e linguaggi spesso diversissimi tra loro (si pensi solamente alla diversità di stile che intercorre tra Rosi e Petri). Non solo, ma all'interno di ogni singolo film sono utilizzati in modi più o meno eterodossi elementi ascrivibili ad altri generi. Sempre rimanendo sui nomi citati, *Salvatore Giuliano* condivide i registri narrativi del *crime movie* e della *detection story*, così come *Cadaveri eccellenti* e *Il caso Mattei*. Quest'ultimo, anzi, verrebbe oggi ascritto all'ampia categoria dei *biopic*. *Indagini* di Petri, invece, potrebbe rientrare comodamente nel *crime* e nel noir-poliziesco. Insomma, questo per dire che i registri utilizzati sono molteplici ma comunque sempre ascrivibili alle più consuete tecniche narrative della giallistica (sicuramente, poi, ibridate in modo diverso in funzione della cifra stilistica di ogni autore). Resta comunque una struttura narrativa tradizionale che, nel momento in cui verrà meno la necessità dell'elemento di critica politica, fungerà da terra fertile per la proliferazione di sotto-generi decisamente più standardizzati e depoliticizzati. Si consideri la seguente analisi di Carlo Lizzani, esposta durante un convegno del 1973 dedicato al cinema politico italiano:

Anche il fatto di cronaca nera, in questi ultimi anni, è stato dibattuto sempre di più in un contesto politico, o quanto meno sociologico. [...] Si è partiti dal fatto di cronaca, dal quale era estraneo ogni aspetto politico, per arrivare a discorsi sempre più complessi.⁷⁷

⁷⁶ R. ALTMAN, *Film/Genre*, London, BFI, 1999, per avere una prospettiva storica sull'evoluzione della riflessione sul cinema di genere cfr. S. BERRY, *Genre*, in T. MILLER – R. STAM (eds.), *A Companion to Film Theory*, Blackwell, Malden, (Mass)- London, 1999, pp. 25-44 e sui processi di negoziazione cfr. F. CASETTI, *Film Genres. Negotiation Processes and Communicative Pact*, in QUARESIMA – RAENGO – VICHI (a cura di), *La nascita dei generi cinematografici*, ora in ID. *Communicative Negotiation in Cinema and Television*, Milano, Vita e Pensiero, 2002.

⁷⁷ C. LIZZANI, *Il cinema politico tra contestazione e consumo*, in *Atti del convegno: "Il cinema politico italiano tra contestazione e consumo"*, op. cit., p. 129.

Nel passaggio riportato Lizzani si riferisce alla crescente produzione, verso i primi anni Settanta, di film basati o interamente incentrati su fatti di cronaca recente o immediatamente passata. Un fenomeno che il regista riconduce alla necessità di collegare l'episodio scandaloso (un crimine efferato, una tragedia pubblica) ad una più allargata analisi della società quale prima causa della devianza umana (in ottica, quindi, anti-lombrosiana). Ma il successo di pellicole basate sul racconto di atti di violenza (fisica e/o psicologica) sarà dettato in modo prioritario dall'interesse dello spettatore per la scena di violenza in sé (censure permettendo) e dalla pruriginosità della storia, più che dalla conseguente critica sociologica sviluppata dal regista di turno. Scrive Cremonini sempre nel '73:

Oggi probabilmente questo "cinema politico" è finito, la sua stagione d'oro, come tutte le mode, si è consumata rapidamente. Lo testimoniano i recenti *Girolimoni* di Damiani e *Lo scopone scientifico* di Comencini.⁷⁸

Benché con un certo anticipo sui tempi (e una certa miopia analitica determinata dalle nebbie ideologiche sempre presenti nella redazione di *Cinema Nuovo*), Cremonini cita non a caso il film di Damiani, *Girolimoni – Il mostro di Roma* (1972), ricostruzione delle celebri vicende di Gino Girolimoni, accusato ingiustamente di pedofilia e violenza sessuale negli anni del fascismo e condannato a una vita di stenti e a una morte indegna a causa del (voluto) errore giudiziario.⁷⁹ Quella che di fatto è una pellicola sul tema dell'abuso di potere, sulle deformazioni della stampa scandalistica e le conseguenze nefaste della propaganda del regime fascista, è interpretata non solo dalla critica ma anche dal pubblico come un *faits divers*, interessante per quella componente morbosa e un po' ossessiva che soggiace ad ogni racconto criminale.

⁷⁸ G. CREMONINI, *Ideologia della restaurazione nel cinema comico-politico*, op. cit., p. 124.

⁷⁹ Insieme a Gaetano Strazzulla, Damiani pubblicò anche un libro sulla vicenda: *Girolimoni: il mostro e il fascismo*, Cappelli, Bologna, 1972.

La figura di Damiano Damiani è emblematica per comprendere il passaggio da un cinema d'impegno civile a forme cinematografiche ibride, assimilabili per certi versi al nascente filone dei poliziotteschi. Tendenzialmente mortificato dalla critica, che lo definirà sempre un artigiano ma non un artista, è il più "americano" dei registi della sua stagione, vale a dire il più interessato a costruire storie, che sono anche grandi racconti che servono a restituire l'identità di un popolo. E' anche grazie al respiro narrativo accattivante e alla spettacolarità dei propri film che Damiani riesce a raggiungere un pubblico molto ampio, divenendo uno dei professionisti più ricercati dai produttori dell'epoca (*Confessione di un Commissario di Polizia* del 1971 incassa 2 miliardi di allora, ed è dodicesimo in una classifica di film italiani dominata da *Continuavano a chiamarlo Trinità* e *Il Decameron*). Forse, proprio per questa caratteristica, ovvero per il troppo evidente compromesso con il cinema di consumo e per un certo disinteresse verso questioni di estetica o di poetica, Damiani sarà destinato a un programmatico oblio negli anni a venire, che lo relega a posizioni di secondo piano rispetto ad autori dell'impegno a lui coevi.⁸⁰ Eppure, agli inizi della sua carriera impegnata – *Quien sabe?* (1967), a cui segue *Il giorno della civetta* (1968) – Damiani è considerato alla stregua, se non meglio di registi come Petri e Rosi. Ma la critica ideologica (e non solo quella di allora) difficilmente perdona chi scende a compromessi col mercato e fa in fretta a mettere nel dimenticatoio chi considera un mero mestierante. Questo nonostante il cinema di Damiani, pur "medio" e di mestiere come è stato definito, sia stato di fatto l'unico, con il successo di pubblico che ha saputo ottenere, in grado di protrarre per qualche anno ancora quell'impeto di civilismo che caratterizzò una stagione del cinema italiano a cui tanti, ora, guardano con

⁸⁰ Come sottolinea il critico Alberto Pezzotta nel suo libro dedicato al regista: «Di certo non ha giovato al suo prestigio che la sua attività sia continuata per tutti gli anni Ottanta e Novanta, instancabile e ostinata, ma via via marginalizzata, rimpicciolita nel piccolo schermo, e anche, va detto senza imbarazzo, con accomodamenti e opere su commissione a volte indifendibili» (A. PEZZOTTA, *Ragion Damiano Damiani. Il cinema – La pittura*, Cec-Cinemazero-Cineteca del Friuli, Udine-Pordenone, 2004, p. 8).

orgoglio e ammirazione. L'unico che, a differenza di molti suoi colleghi, in epoca contemporanea ha saputo accettare di lavorare per il nemico numero uno della sala, vale a dire la televisione, occupandosi della regia di uno dei migliori prodotti di *fiction* seriale mai realizzati in Italia (*La piovra*).⁸¹ Come ha sottolineato Alberto Pezzotta:

E' sul concetto di cinema "medio" che si deve tornare a lavorare, sottraendolo al senso limitativo con cui è stato usato da critici di formazione letteraria. Arcigni nei giudizi, costoro hanno sempre considerato con benevolo paternalismo i registi "medi" come Damiani che, come scolari un po' testoni, ce la mettono tutta, ma rimangono esclusi dal tempio dell'Arte.⁸²

Chi non ambisce a fregiarsi del titolo di artista, ma lavora in questi anni cavalcando l'onda lunga dei temi raccolti dal cinema politico del decennio appena precedente, sono i cosiddetti mestieranti del nuovo poliziesco, o come sarà poi definito, del "poliziottesco", vale a dire i vari Di Leo, Steno, Lenzi, Martino, Castellari, che si appropriano di stili e forme del genere impegnato per re-impastarlo in salsa nazional-popolare (percorso speculare al coevo filone dei decamerotici).⁸³ Come spiegano Picchi e Uva, a dare man forte all'evoluzione del genere concorre il contesto storico-politico degli Anni di Piombo:

Il nuovo cinema poliziesco, attraverso un linguaggio pop, parossistico, da fumetto, decide di fare i conti con temi che, dopo il boom economico e l'esplosione delle speranze di cambiamento del decennio precedente, sono diventati negli anni Settanta il recesso economico, il terrorismo, le

⁸¹ Sorte condivisa, non a caso, con Florestano Vancini, che viene chiamato a dirigere la seconda stagione della saga nel 1986, dopo l'enorme successo raccolto da Damiani due anni prima. La mini-serie, composta inizialmente da sei puntate, è andata infatti in onda per la prima volta su Rai Uno nel 1984. Con il passare delle puntate ha fatto registrare un'ascesa di *audience*: da 8 milioni di telespettatori della prima puntata a 15 della sesta.[Fonte: A. GRASSO, *Enciclopedia della televisione*, Garzanti, Milano, 1996].

⁸² A. PEZZOTTA, *Regia Damiano Damiani*, op. cit., p. 20.

⁸³ Per parallelismo, si può dire che i decamerotici di Edvige Fenech stanno a Pasolini, come i poliziotteschi di Tomas Milian stanno a Petri e Damiani. Come sempre succede, poi, anche questo genere evolve a sua volta nelle forme della commedia comico-grottesca nello stile di Er Monnezza, personaggio culto interpretato dal già citato Tomas Milian, e del duo Bud Spencer e Terence Hill.

bande criminali, gli intrighi politici, la collusione tra malavita e istituzioni.⁸⁴

La violenza di cui si nutrono quotidianamente i telegiornali dell'epoca riecheggia fin nei titoli di queste pellicole – *Milano rovente* (1973 - Lenzi), *Roma violenta* (1975 - Martinelli), *Torino violenta* (1977 - Ausino), *Poliziotti violenti* (1976 - Tarantini), *Genova a mano armata* (1976 - Lanfranchi), *Italia a mano armata* (1976 - Girolami), *Roma a mano armata* (1976 - Lenzi)⁸⁵ – prodotte a ritmi incessanti e in numeri che sfiorano la decina all'anno (nel 1976 se ne contano addirittura 14), a partire dal 1972 fino a tutto il 1977, quando il fenomeno cederà il passo alla versione comico-grottesca che durerà ancora fino ai primissimi anni Novanta.

2.3.2 Evoluzioni cult: il cinema di Nanni Moretti.

«Il privato è politico», gridavano a gran voce le femministe negli anni della contestazione, mettendo in discussione la possibilità di separare nettamente la sfera più intima delle relazioni umane dalla partecipazione alla vita pubblica. Nel loro caso, la sfera più intima era di fatto quella della “camera da letto”. Gli esiti, che si mischiarono con le istanze provocatorie e anti-conformiste della liberalizzazione sessuale, furono a volte tragicomici. Anche il “compagno” più integralista si trovò a scontrarsi con le deformazioni più estreme dell'ideologia marxista (le comuni, il sesso libero e la coppia aperta), provando sulla propria pelle l'inevitabile gelosia che stringe alla gola chiunque abbia a che fare anche solo con il dubbio del tradimento. Nonostante gli iniziali entusiasmi di una gioventù alle prese con la sua lotta generazionale, la realtà ci mise poco,

⁸⁴ C. UVA – M. PICCHI, *Destra e sinistra nel cinema italiano*, op. cit., pp. 63-64.

⁸⁵ Alcuni altri titoli: *Milano calibro 9* (1972) di Fernando Di Leo, *La polizia ringrazia* (1972) di Steno, *Il boss* (1973) di Fernando Di Leo, *Milano trema: la polizia vuole giustizia* (1973) di Sergio Martino, *L'onorata famiglia - Uccidere è cosa nostra* (1973) di Tonino Ricci, *La polizia incrimina, la legge assolve* (1973) di Enzo G. Castellari, *Revolver* (1973) di Sergio Sollima, *La legge violenta della squadra anticrimine* (1976) di Stelvio Massi, *La polizia interviene: ordine di uccidere!* (1975) di Giuseppe Rosati, *Milano odia: la polizia non può sparare* (1974) di Umberto Lenzi, *La polizia accusa: il Servizio Segreto uccide* (1975) di Sergio Martino.

però, a dimostrare che la struttura della società non sta nel pubblico, ma risiede piuttosto nel personale, e che la politica è una sovrastruttura che deve cercare di gestire le richieste che vengono dai singoli. Insomma, il «tutto è politico» (altro slogan sessantottino) fu presto capovolto nel più accettabile «tutto è privato».

Non stupisce, quindi, che sia proprio Nanni Moretti, giovane cineasta fuoriuscito dalle fila dei movimenti extraparlamentari di sinistra, a demistificare per primo le ipocrisie dell'ormai consueto movimento. E non stupisce, soprattutto, che lo faccia grazie alla forza del proprio ego accentratore. E' il 1976 e con il suo lungometraggio d'esordio, *Io sono un autarchico*, Moretti inaugura un modo del tutto personalissimo di fare politica – come dichiara fin dal titolo – ovvero filtrando ogni aspetto della realtà sociale attraverso le maglie (assai eccentriche) del suo più intimo privato. Il risultato dell'operazione è grandioso. Il successo del suo stile aggressivo, iconoclasta e respingente ad ogni costo lo proclama, specialmente dal suo secondo film in poi, quale nuovo guru della sinistra riformata. Il pubblico lo celebra da subito – *Ecce Bombo* (1978), costato 180 milioni di lire, ne incassa 2 miliardi – e anche la critica non manca di riferirsi a lui come ad «un piccolo maestro»,⁸⁶ «un nuovo prodigio del cinema italiano»,⁸⁷ collocandolo sulla scia dei vari De Sica, Fellini e Bellocchio.⁸⁸ Nel panorama del cinema politico italiano, quello di Nanni Moretti è nei fatti un *unicum*, risultando uno degli esempi tra i più distanti dalle forme rappresentative del passato (agli antipodi rispetto alla poetica neorealista), ma allo stesso tempo in grado di raccogliere in modo estremamente efficace le tensioni di un'epoca come quella post-sessantottina (con ciò, in perfetta sintonia col neorealismo). Tutt'oggi, a distanza di più di trent'anni dall'esordio di gioventù, Moretti è ancora unanimemente considerato il più politico e politicizzato dei cineasti italiani, ed ogni nuovo film è atteso dal suo pubblico

⁸⁶ P. VALMARANA, in «Il Popolo», 9 marzo 1978.

⁸⁷ R.C. BIANCINI, in «Nice-Matin» 27 maggio 1978, in riferimento alla proiezione a Cannes del film *Ecce Bombo* (1978).

⁸⁸ L. CAVICCHIOLI, in «Domenica del Corriere», 30 marzo 1978, p. 73.

come un tempo si attendeva la profezia di un oracolo. L'exasperata autorialità fatta di piccoli feticismi, di ritualità e liturgie ricorrenti che marca l'intera filmografia del regista, diventa cifra di un certo modo di intendere la vita e il mondo. Alle forme ideologiche consuete e mistificatorie che lo stesso Moretti stigmatizza fin dagli inizi, egli finisce per sostituire le proprie manie persecutorie e i suoi vezzi personalissimi. L'essenza politica del suo cinema, che risiede nella critica (acuta e grottesca) alle mode e ai luoghi comuni del proprio tempo, finisce per confluire in una nuova collezione di mode e di luoghi comuni. Insomma, malgrado i tentativi di risultare "antipatico" e l'indole respingente, Moretti viene di fatto fagocitato dalle stesse dinamiche di consumo di quel cinema popolare da lui stesso avversato (si ricordi il celebre attacco ad Alberto Sordi e al qualunquismo della commedia all'italiana). Come mettono perfettamente in luce Picchi ed Uva:

Nessun nuovo regista italiano negli ultimi vent'anni ha avuto un "suo" pubblico come Nanni Moretti. Nessuno è piaciuto, a dispetto della sua voglia di non piacere, quanto lui. Nessuno, insomma, è diventato così cult, come dimostra il nutrito merchandising che abilmente ha saputo diffondere, all'interno soprattutto della cultura giovanile, la *weltanschauung* morettina attraverso magliette che riportano citazioni di frasi da film come *Ecce Bombo* e *Caro diario*.⁸⁹

Il cinema politico italiano, quindi, scopre il culto della persona, in particolar modo il culto dell'antipatico – o sarebbe meglio dire del "rompiballe" – come molte personalità di rilievo dell'attuale panorama (televisivo) di opposizione dimostrano,⁹⁰ ed entra verso il nuovo millennio come vi entrano le più *trash* e le più nazional-popolari delle commedie, ovvero attraverso gli stessi meccanismi di affiliazione («I film culto sono per antonomasia luoghi in cui si celebra

⁸⁹ C. UVA – M. PICCHI, *Destra e sinistra nel cinema italiano*, op. cit., p. 156.

⁹⁰ Ci si riferisce in particolare all'intervista di Sabelli Fioretti a Marco Travaglio, trascritta nel libro C. SABELLI FIORETTI, *Il rompiballe*, Aliberti, Reggio Emilia, 2008. Il titolo è ovviamente un richiamo al libro-inchiesta dei Valentini padre e figlio, dedicato alla generazione appena successiva al sessantotto, N. VALENTINI – M. VALENTINI, *I rompiballe*, Sperling & Kupfer, Milano, 1977.

l'appartenenza al gruppo, l'adesione alla tribù»⁹¹. Ma soprattutto vi entra accentuando in modo ancor più significativo quella polarizzazione del discorso politico già evidente in Pasolini (cfr. 2.2.2) tra chi è “con” e chi è “contro”, tra chi dice “cose di destra” e chi dice “cose di sinistra”. Polarizzazione sulla quale si gioca quasi tutto il cinema politico realizzato in anni più recenti.

2.4 La lenta ripresa degli anni Novanta.

Se per più di un decennio il pubblico italiano sembra indirizzare le proprie preferenze in modo esclusivo sui prodotti della commedia, relegando a qualche sparuto caso il compito di difendere come in un fortino l'eredità dell'impegno di fronte alle dure leggi del mercato (nonostante la sempre presente *longa manus* dello Stato, che lavora con l'Agis alla formazione di un circuito di sale d'essai per la distribuzione di pellicole di qualità⁹² e con l'Anica all'istituzione nel 1985 del Fus, il Fondo unico per lo spettacolo),⁹³ il nuovo millennio si apre con qualche bagliore di speranza, grazie ad esiti commercialmente positivi per film come *I cento passi* di Giordana (2000) o al successo planetario della *Vita è bella* di Benigni (1997). Certo, i regimi produttivi degli anni Sessanta sono e restaranno per gli industriali del settore un felice ricordo del passato, mai più replicato e mai più replicabile, per l'inevitabile progresso tecnologico che ha portato allo stravolgimento del panorama dei media, tuttora in corso di evoluzione. Eppure, tra la fine degli anni Ottanta e i primi Novanta, qualcosa comincia a muoversi. Innanzitutto, inizia a tornare in auge un cinema di

⁹¹ C. UVA – M. PICCHI, *Destra e sinistra nel cinema italiano*, op. cit., p. 158.

⁹² L'accordo porta nel 1980 alla creazione della Federazione italiana cinema d'essai.

⁹³ Per quasi trent'anni i finanziamenti statali vengono stanziati attraverso il celebre articolo 28 della Legge Corona, o legge 1213, varata nel 1965 e attiva fino al 1994. I contributi venivano assegnati dalla Sezione autonoma per il credito cinematografico della Bnl su parere vincolante del Comitato per il Credito, fino a un massimo del 30% del costo di produzione. Nel 1994 un ormai traballante governo Ciampi approva la Legge Carraro che è una rivisitazione della precedente legge in materia di sovvenzioni alla cinematografia italiana, con cui viene creato un fondo di garanzia con il quale lo Stato diviene coproduttore di film giudicati di interesse culturale nazionale.

scrittura, fatto di racconti che sappiano unire alla storia narrata un senso di partecipazione e di denuncia sociale e civile. Appare sulla scena una nuova generazione di sceneggiatori che riescono ad ottenere riconoscimenti internazionali, e in questo modo a innescare un circolo virtuoso di profitti e investimenti. Sono nomi di nuovi talenti che gravitano tuttora nell'ambito del cinema d'impegno, ovvero Stefano Rulli e Sandro Petraglia, Carlo Mazzacurati, Enzo Monteleone, Davide Ferrario, Heidrun Schleef, a cui si affiancano personalità più affermate come Vincenzo Cerami (già allievo di Pier Paolo Pasolini). Come sottolinea Gian Piero Brunetta:

Anche in questo caso, il peso della lezione neorealista e del cinema dei decenni successivi è forte e riprende quota la volontà di costituire dei film «a tesi», film «politici», ossia dotati di un forte senso della πόλις, di valori condivisi all'interno di una comunità, e di film che cominciano a interrogarsi su come dare alle storie un respiro meno localistico.⁹⁴

Agli albori degli anni '90, travolta dai fatti di Tangentopoli, la società italiana ricomincia ad avere la necessità di ripensarsi, di riguardarsi allo specchio dopo anni di «dissoluto menefreghismo politico». Anche per questo, cominciano a comparire in modo considerevole film che narrano le vicende di cittadini esemplari, storie dedicate a personalità italiane che hanno compiuto atti eroici, capaci di difendere senso di moralità e spirito di servizio. Si ricorre in modo prioritario ad eventi reali, per corroborare ulteriormente gli *exempla*. Per citarne qualcuno, il giornalista nel *Muro di gomma* di Marco Risi (1991) o il giudice siciliano Rosario Livatino, trasposto sul grande schermo nel 1994 in *Il giudice ragazzino* di Alessandro Di Robilant o le vicende dell'avvocato Giorgio Ambrosoli, narrate in *Un eroe borghese* di Michele Placido (1995). La lista è lunga. Quel che conta, si è detto, è il ritorno ad un piacere della narrazione che trova da parte del pubblico un corrispondente piacere nel lasciarsi affascinare

⁹⁴ G.P. BRUNETTA, *Guida alla storia del cinema italiano: 1905-2003*, Torino, Einaudi, 2003, p. 352.

dal racconto. Una qualità che ha il merito di risollevarne le sorti di certo cinema impegnato e che continuerà a non piacere, come già non piaceva in anni di più forti (e comprensibili) contrapposizioni ideologiche, ai critici sinistrorsi più intransigenti. Basti citare a titolo esemplificativo un passaggio tratto dall'ultimo scontro (fra i molti) avvenuto sulle pagine de *l'Unità* tra l'indomito oltranzista Goffredo Fofi e la coppia di sceneggiatori Rulli e Petraglia in merito all'ultimo film di Daniele Luchetti, *La nostra vita* (2010). Il critico scaglia il proprio giudizio *tranchant* dalle pagine del quotidiano, sottolineando un aspetto non secondario sull'operazione complessiva del film:

[*Rulli e Petraglia*] hanno soprattutto in mente la necessità di piacere e non certo quella, che sarebbe ben più lodevole, di dispiacere al pubblico, e cioè di provocarlo e di metterlo in crisi costringendolo a guardarsi allo specchio e a pensare, a ragionare sulle sue contraddizioni.⁹⁵

Caratteristica, quella di piacere al pubblico e di ottenere consensi, che nonostante la data riportata in calce all'articolo (il 4 giugno del 2010) continua ad essere considerata segnale di degenerazione intellettuale da parte di certa critica (a dire il vero minoritaria e residua) di derivazione marxista.

Ad ogni modo, se da un lato si rinforza e si rinnova il fronte degli sceneggiatori, parimenti si rinforza e si rinnova quello dei registi, che vede il debutto di personalità più attente ad una certa idea di cinema civile e soprattutto in grado di rielaborarlo in forme stilistiche che sappiano incontrare il gusto del pubblico. Tra i nomi che potremmo elencare, troviamo sicuramente quello dell'appena citato Daniele Luchetti, che esordisce nella regia nel 1988 con *Domani accadrà*, film realizzato grazie all'appoggio finanziario di Nanni Moretti (è prodotto dalla Sacher film), il quale viene coinvolto anche in qualità

⁹⁵ G. FOFI, *La nostra vita e il pensiero comune. Cinema immorale per un paese amorale*, in «l'Unità», 4 giugno 2010. Non senza un certo gusto per la provocazione, si sottolinea però che la critica oltranzista di Fofi non disdegna di esercitarsi anche su alcune delle riviste più d'evasione come «Ciak», peraltro di proprietà della Mondadori.

di attore nel suo successivo film, il più impegnato *Il portaborse* (1991), ritratto impietoso sui meccanismi di corruzione politica, profeticamente anticipatore dei processi di Mani pulite. Anche Marco Risi “debutta” nel cinema d’impegno intorno alla fine degli anni Ottanta. Il suo *Soldati - 365 all’alba*, sulle degenerazioni della vita da caserma, è del 1987, mentre *Mery per sempre* e *Ragazzi fuori*, incentrati sulle vicende di alcuni giovani detenuti, sono rispettivamente del 1989 e del 1990. Dopo il *Muro di gomma* (1991) la sua produzione procede in modo altalenante tra prodotti di commedia, pur sempre d’autore, e pellicole socialmente più critiche, condizione che condivide però con buona parte dei cineasti suoi coetanei e tuttora operanti.

Altro figlio d’arte impegnato fin dagli esordi nella realizzazione di film incentrati su temi scottanti è Ricky Tognazzi, che nel 1991 tratta il tema del tifo violento in *Ultrà*, dell’usura in *Vite strozzate* (1996) e della mafia in *La scorta* (1993). Ma la sua carriera si muove tra alti e bassi, e continui viaggi oltreoceano, così come la sua filmografia, di fatto scostante.

Si potrebbe continuare citando Gianni Amelio – il cui nome resta comunque legato alla produzione d’autore più che al cinema di impegno politico – che negli anni Novanta dà vita a pellicole in grado di catalizzare l’attenzione della critica internazionale come *Porte aperte* (1989), *Il ladro di bambini* (1992) e *Lamerica* (1994). O ancora è possibile fare riferimento a Renzo Martinelli, tra i pochi esempi nel panorama contemporaneo di una produzione più schierata “a destra” che “a sinistra” (forse vi si può affiancare solo quello di Luca Barbareschi, specialmente dopo *Il trasformista* del 2002 e il successivo ingresso in politica tra le fila del PdL), il quale debutta proprio nel 1994 con *Saràsarà* per poi inaugurare un ciclo di film ispirati a fatti di cronaca come *Porzûs* (1997), *Vajont - La diga del disonore* (2001) e *Piazza delle Cinque Lune* (2003). Ma di questi, come degli altri prodotti a tema politico realizzati nell’ultimo ventennio, avremo modo di parlare in modo più dettagliato nei capitoli a seguire. Per ora basti sottolineare il fatto che dai primi anni Novanta ad oggi il

numero di film in qualche modo ricollegabili alle forme, ai temi e agli stili della stagione d'oro del cinema politico italiano incrementano di anno in anno, sintomo di un rinnovato interesse non solo da parte degli intellettuali ma anche, e soprattutto, da parte del pubblico verso prodotti che affrontino in maniera più o meno diretta questioni legate alla realtà civile e sociale. Certamente, il clima di oggi non è paragonabile a quello contestatario in cui si mossero i movimenti politicizzati degli anni Sessanta, clima elettrizzante ma anche foriero di molte tensioni che sfoceranno nella violenza dello stragismo, ma è comunque da notare un certo ritorno, per così dire, “alla piazza”. Ovvero ad una più diffusa partecipazione politica della società nel suo complesso (favorita, in parte, anche dal diffondersi in anni recenti di internet e dei *social network*), la quale di rimando ha portato ad un incremento di prodotti (contro)culturali e alla riscoperta di un nuovo prolifico mercato.

III. IL CINEMA POLITICO CONTEMPORANEO

*Dovete capire, signori direttori, che al fuoco concentrato degli altri contro di noi dobbiamo rispondere col fuoco concentrato di tutti i nostri mezzi contro di loro.*⁹⁶

Silvio Berlusconi

Sul piano strettamente cinematografico, il 1994 rappresenta una data come un'altra. Ma dal punto di vista della politica italiana, a cui il nostro discorso è inevitabilmente legato, costituisce invece un anno di svolta. Non tanto, o meglio, non solo per la vittoria alle elezioni politiche del 27 e 28 marzo di una coalizione di centro-destra, il Polo della Libertà,⁹⁷ che vede protagonista un partito, Forza Italia, nato ufficialmente neanche tre mesi prima,⁹⁸ insieme al suo fondatore, Silvio Berlusconi, quell'*homo novus* che avrebbe poi segnato la politica italiana per tutti gli anni a venire. Piuttosto, per la totale assenza, la prima volta nella storia della Repubblica (e dell'Italia in generale, fin dalla sua Unità), di quei partiti tradizionali che fino ad allora avevano esercitato un ruolo predominante,⁹⁹ come la Democrazia Cristiana, il Partito Socialista Italiano e il Partito Comunista Italiano, travolti i primi dallo scandalo di Tangentopoli, con

⁹⁶ Dal discorso tenuto da Silvio Berlusconi il 25 settembre 1993, durante una delle tante riunioni con i direttori dei suoi giornali (secondo gli appunti di uno dei partecipanti, Federico Orlando, allora vice direttore de *Il Giornale*, mai smentito da altri tra i presenti). Fonte: <http://stille.blogautore.repubblica.it/2010/08/19/piu-luce-meno-calore/?ref=HREC1-4>.

⁹⁷ Alle elezioni del 1994, il Polo della Libertà e il Polo del Buon Governo si sono presentate come coalizioni di centro destra, tra loro collegate. Il Polo della Libertà comprendeva Forza Italia e Lega Nord; il Polo del Buon Governo, Forza Italia e Alleanza Nazionale; entrambe le coalizioni includevano anche il Centro Cristiano Democratico e alcune formazioni minori (Unione di Centro, Polo Liberal-Democratico).

⁹⁸ La data di fondazione di Forza Italia risale al 18 gennaio 1994. Il 27 marzo 2009 il partito è stato sciolto per confluire nel Popolo della Libertà assieme ad altre forze politiche, tra cui Alleanza Nazionale. Va notato, per altro, che la stessa Lega Nord, fondata da Umberto Bossi nel 1991 dalla fusione dei diversi movimenti e partiti autonomisti del nord Italia, aveva debuttato nella politica nazionale solo due anni prima, con le elezioni del 1992, raggiungendo l'8,6% alla Camera e l'8,2% al Senato.

⁹⁹ Non dimentichiamo, infatti, che dalla nascita della Repubblica fino a quel momento la DC era – ed è a tutt'oggi – il partito che ha consegnato la maggior parte dei Presidenti del Consiglio, ben 16 in totale, seguita dal PSI con 2 (Bettino Craxi e Giuliano Amato), mentre PRI, Forza Italia (poi PDL), DS e PD contano un solo Presidente del Consiglio (rispettivamente Giovanni Spadolini, Silvio Berlusconi, Massimo D'Alema e Romano Prodi).

le indagini giudiziarie di Mani Pulite iniziate nel 1992, il terzo dal crollo del muro di Berlino che porterà poi alla nota “svolta della Bolognina” nel 1991, con lo scioglimento del PCI nelle due forze del Partito Democratico della Sinistra e di Rifondazione Comunista.

Uno scenario radicalmente diverso rispetto al passato, fino ad allora nutrito di scontri ideologici a cui gli italiani del secondo dopoguerra erano da sempre stati abituati, e che per questo fece parlare di tramonto della Prima Repubblica e di inizio di una Seconda Repubblica. Ma soprattutto, che fece parlare di crisi della politica. Una vera e propria crisi identitaria, caratterizzata da una rimessa in discussione di tutti quegli ideali e valori di riferimento su cui si era basato il dibattito pubblico, e di cui il nome stesso di quei partiti che ora si scioglievano come neve al sole ne rappresentava da decenni simbolo indiscusso.¹⁰⁰

Per non addentrarci in questioni che meglio riguardano l’ambito delle scienze politiche e degli studi sociali (e che di fatti hanno dato vita a numerosi studi a riguardo),¹⁰¹ quel che ci interessa comunque sottolineare in questa sede è l’amplificarsi proprio a partire dalle vittorie elettorali del ‘94 di due atteggiamenti al contempo speculari e contrapposti: da un lato, l’incancrenirsi con il post-Tangentopoli di un rifiuto totale della politica come sistema in quanto tale, corrotto in ogni sua rappresentazione, autoreferenziale, mistificatorio e clientelare. Un atteggiamento certamente già presente anche negli anni precedenti,¹⁰² ma ora parimenti condiviso sia a destra che a sinistra, non potendosi più giocare l’identità politica degli elettori sulla persistenza di due schieramenti nettamente contrapposti, ovvero – banalizzando –

¹⁰⁰ Spontaneo a riguardo il riferimento al film documentario *La cosa* che Nanni Moretti girò nel 1990 tra alcune sezioni del PCI nei giorni successivi all’annunciata “svolta”, in cui si registrano le disillusioni e le amarezze dei compagni nel dover accettare non solo una trasformazione strutturale del proprio partito, ma la rinuncia stessa al nome di “comunista”.

¹⁰¹ Tra i numerosissimi contributi a riguardo, ricordiamo quelli editi dalla ITANES - Italian National Election Studies, tra cui il volume *Perchè ha vinto il centro-destra*, Il Mulino, Bologna, 2001, e ancora *Il ritorno di Berlusconi. Vincitori e vinti nelle elezioni del 2008*, Il Mulino, Bologna, 2008.

¹⁰² Come abbiamo visto, infatti, alla contestazione giovanile e al terrorismo nero e rosso, seguirà un periodo di complessivo disimpegno da parte sia delle masse che dei prodotti culturali a loro rivolti, cfr. 2.3.

sull'impossibilità di poter "tifare" per fascisti o comunisti; dall'altro lato, invece, si assiste al catalizzarsi delle frustrazioni politico-identitarie di tutta una parte della popolazione italiana che a vario titolo si era da sempre riconosciuta nelle diverse compagini più o meno moderate della sinistra (in buona parte rappresentata all'interno dell'industria cinematografica, per altro), attorno – o sarebbe meglio dire "contro" – la figura stessa di Silvio Berlusconi, personaggio nato (apparentemente) dal nulla e assurto fin dalla sua prima apparizione in politica ad icona di quel capitalismo imprenditoriale che fa del successo economico l'unico effettivo valore a cui riferirsi. Un nuovo nemico, insomma, che si divora in un solo boccone – sotto il profilo delle attenzioni mediatiche – l'assai più *agée* e storicamente invischiato "mostro" andreottiano, e contro cui si scatena fin da subito la già ben oliata macchina giudiziaria della magistratura dipietrista.¹⁰³ Che ciò avvenga a buon diritto oppure a torto, non è cosa che ci interessa qui discutere. Quel che conta è il fatto che l'*homo novus*, proprio perché *novus* (alla politica istituzionale, ovviamente, e non certo a quella reale, che già da tempo conosceva il Berlusconi imprenditore e, soprattutto, finanziatore), ridesta le attenzioni e lo spirito contestatario di molti. Molti tra cui soprattutto intellettuali e figure di rilievo della cultura italiana, per i quali Berlusconi non è *novus* per niente, essendo proprietario delle più importanti aziende del settore, tra cui le reti televisive Fininvest (poi scorporate in Mediaset), la casa editrice Mondadori (proprietaria dal '94 anche della Giulio Einaudi Editore)¹⁰⁴ e la casa di produzione e distribuzione cinematografica Medusa film (poi confluita anch'essa in Mediaset nel 2007).

Berlusconi, uomo ricco, potente e sempre più coinvolto nella politica e nei fatti più importanti della storia italiana, scatena quindi un misto di interesse e

¹⁰³ Già all'indomani delle elezioni a Presidente del Consiglio nel 1994, Silvio Berlusconi riceve un invito a comparire presso la Procura di Milano con l'accusa di corruzione, all'interno dell'inchiesta *Fiamme sporche* in cui si trova coinvolta anche la Fininvest.

¹⁰⁴ Nel campo dell'editoria fanno sempre riferimento alla famiglia Berlusconi la Elemond, la Sperling & Kupfer, la Grijalbo, Le Monnier, Pianeta scuola, Frassinelli, Electa Napoli, Riccardo Ricciardi editore ed Editrice Poseidona.

avversione da parte dei suoi detrattori. Con la sua trafila di processi prescritti, archiviati o sospesi, costituisce ai loro occhi la perfetta continuazione di quella politica di matrice socialista (ma non solo socialista, ovviamente) che i più ormai denigrano – non senza un certo qualunquismo – come irreparabilmente corrotta,¹⁰⁵ rappresentando nient'altro che l'ennesimo anello di congiunzione con tutta una serie di misteri italiani (e relative collusioni mafiose) tuttora irrisolti; inoltre, con il suo apparato di giornali, libri, riviste e reti televisive di proprietà, Berlusconi annienta definitivamente sul piano dell'opinione pubblica la già vacillante credibilità delle fonti di comunicazione istituzionale (dai telegiornali delle reti Rai, l'ammiraglia in prima istanza, ai vari organi di stampa).¹⁰⁶ Da qui, come si diceva, l'amplificarsi di quel duplice atteggiamento di rifiuto e rivalsa che sfocia nell'ormai unanimemente condivisa opinione secondo cui ciò che accade in Italia ha sempre e comunque un'altra causa, che non è quella dichiarata per vie ufficiali. E l'unico modo di rintracciare un minimo di verità è quello di riferirsi a fonti alternative, moralmente ed eticamente più attendibili (quali fonti rispondano a queste caratteristiche, al singolo stabilirlo).

Così si spiega l'evidente incrementarsi a partire dal 1994, sia in ambito cinematografico quanto, come avremo modo di constatare, nel più ampio settore dell'industria culturale, di una rinnovata offerta – rispondente a una relativa domanda – di prodotti caratterizzati da un forte contenuto politico. Prodotti che vorrebbero recuperare quell'identità sinistrorsa ormai perduta, se non proprio attaccare in modo esplicito e dichiarato la figura stessa di Silvio Berlusconi, nel

¹⁰⁵ Da notare come i più accaniti avversari di Berlusconi, al di là delle cosiddette “toghe rosse”, provengono comunque dal settore della cultura e delle comunicazioni (giornalisti, accademici, *opinion leader* in senso lato) e non tanto dal mondo dell'opposizione di sinistra *stricto sensu* (attuale PD, fu Ulivo), parimenti contestata per manifesta incapacità nel costruire una valida alternativa politica.

¹⁰⁶ Per citare un'opinione tra le migliaia a riguardo, la recente del giornalista Alexander Stille nel suo blog tenuto per la versione on line de *La Repubblica*: «L'entrata in politica di Berlusconi - creando la figura ibrida dell'editore-capopartito - ha rappresentato una svolta radicale, direi un mutamento genetico del giornalismo italiano in qualcos'altro: un servizio politico, una macchina da guerra al servizio di un uomo e della sua causa politica» (Tratto dal sito internet: <http://stille.blogautore.repubblica.it>).

tentativo di riscattare la società italiana da quell'abbruttimento politico-ideologico che egli rappresenta.

3.1 Il sistema cinematografico italiano: la crisi perenne.

Bisogna fare film utili che producano utili.

Roberto Rossellini

Se il sistema politico nostrano entra ufficialmente in crisi d'identità con i primi anni Novanta, quello cinematografico potremmo dire che si muove da sempre in uno stato di perenne crisi – economica, s'intende – salvo qualche breve periodo felice che potremmo circoscrivere ai primi anni della sua apparizione (il periodo aureo tra inizio Novecento e lo scoppio della Prima Guerra Mondiale) e il decennio del *boom* a cavallo tra anni Cinquanta e Sessanta. I motivi sono molteplici, come mette chiaramente in luce Barbara Corsi, ma potrebbero essere sintetizzati nella sostanziale incapacità dell'industria cinematografica italiana di pensarsi – e quindi di costituirsi – proprio in quanto industria:

Il cinema italiano non ha mai prodotto niente di paragonabile a quel sistema compatto, organizzato e orientato al consumatore che è – ed è sempre stato – Hollywood, la «fabbrica dei sogni» per eccellenza, perfetta macchina da guerra produttiva e commerciale. [...] Artigianato, industria assistita, mix di capitalismo e marginalità, ha invece molti caratteri in comune con quelle degli altri paesi europei, specialmente a partire dal dopoguerra, quando il problema principale per tutte diventa sopravvivere alla concorrenza americana.¹⁰⁷

Una delle ragioni di tale incapacità è da ricondursi ancora una volta a quel tipico preconetto tutto europeo che tende a conferire al prodotto cinematografico uno *status* ibrido fra bene di consumo e prodotto artistico, e che trova la sua ragion d'essere in un profitto culturale e ideologico, piuttosto che

¹⁰⁷ B. CORSI, *Con qualche dollaro in meno*, op. cit., p. 9.

economico. Se da un lato il cambio della guardia avvenuto verso la fine degli anni Novanta tra produttori e risorse artistiche – in particolare l'ingresso nel settore di registi giovani, decisamente più smalzati e più orientati al mercato che in passato – ha permesso, se non di disfarsi in toto di questo *habitus* culturale, quanto meno di calmarlo, dall'altro lato resta il fatto che l'industria italiana continua comunque a nutrirsi in modo considerevole degli aiuti che ogni anno lo Stato elargisce per sostenerla, con ovvie e cicliche proteste da parte di politici e giornalisti di turno variabilmente schierati, come avremo modo di sottolineare nel paragrafo successivo.

Tant'è, superata l'ennesima crisi di pubblico degli anni '80, che ha colpito il settore cinematografico nella sua globalità facendo cadere a picco il numero di biglietti venduti in sala,¹⁰⁸ in anni recenti si è cominciato finalmente a parlare di ripresa – se non addirittura di «nuovo miracolo italiano» – come riportano Casetti e Salvemini nell'analisi commissionata loro nel 2006 dall'ANEC, Associazione Nazionale degli Esercenti Cinematografici:

Nei primi tre mesi del 2007 il prodotto domestico è in testa al box office e la quota nazionale supera davvero in alcune settimane il 40 per cento. E non sono solo le pellicole commerciali o i film per ragazzini a tenere alta la bandiera tricolore: opere medie o d'autore (si pensi a *La cena per farli conoscere*, *Lezioni di volo*, *Uno su due*, *Centochiodi*, *Mio fratello è figlio unico*) contribuiscono al successo complessivo del cinema italiano, arrivato a vette altissime e a numeri che non venivano raggiunti dalla fine degli anni Settanta.¹⁰⁹

In realtà, gli stessi studiosi mettono in guardia dal lasciarsi andare a moti di eccessivo ottimismo, pur riconoscendo alla produzione contemporanea di essere riuscita a richiamare nuovamente il pubblico in sala (complice anche, se non

¹⁰⁸ Si tratta di una crisi che coinvolge, chi prima chi dopo, la macchina-cinema a livello mondiale, che deve fronteggiare il confronto con la televisione, soprattutto dopo la nascita delle prime reti commerciali, cosa che in Italia avviene con la sentenza della Corte costituzionale n. 225 del 1974, in grado di spostare il pubblico popolare dei grandi numeri dalla sala al piccolo schermo.

¹⁰⁹ F. CASETTI – S. SALVEMINI, *E' tutto un altro film: più coraggio e più idee per il cinema italiano*, EGEA, Milano, 2007, p. 3.

soprattutto, l'innovazione tecnologica di multiplex e multisala prima, e la "riscoperta" del 3D in tempi più recenti)¹¹⁰ e nel contempo a sfruttare in modo più efficace il terreno del cosiddetto cross-mediale (attraverso i nuovi canali di fruizione *pay-tv*, *VOD*, *home video*, *web* e via discorrendo). Ciò detto, comunque, l'Italia continua ugualmente a registrare una frequenza annuale pro capite delle sale tra le più basse d'Europa (nel periodo 1995–2005, ad esempio, il valore è di 1,75 contro il 2,47 di Regno Unito, il 2,79 della Francia e il 3,11 della Spagna),¹¹¹ benché dal punto di vista della produzione realizzi invece un elevato numero di film ogni anno (105 in media nel periodo 1995–2005, dietro Regno Unito a 108 e Francia a 179).¹¹²

Si può dire, quindi, che anche la produzione più recente non registri grandi elementi di cambiamento rispetto al passato, continuando a riportare alti e bassi tendenzialmente imprevedibili dal punto di vista dei profitti e delle presenze in sala, e continuando a muoversi in modo più o meno allineato rispetto al mercato europeo nel suo complesso e rispetto alle principali innovazioni che hanno coinvolto il settore negli ultimi decenni. Quel che vale la pena sottolineare rispetto al nostro discorso, però, è che diversamente da quel che si potrebbe credere, il genere del cinema politico – ampliando, del socio-politico – è tutt'altro che marginale all'interno dell'economia complessiva dell'industria italiana, anche di quella contemporanea. Posta l'indiscussa predominanza in termini di commerciabilità del prodotto di genere commedia, che vanta in Italia una lunga tradizione d'eccellenza,¹¹³ il socio-politico risulta essere l'unico altro

¹¹⁰ Si tratta ovviamente di un pubblico molto giovane, richiamato principalmente dall'elemento spettacolare del film e dagli effetti speciali, caratteristiche queste non certo peculiari del cinema italiano quanto di quei prodotti soprattutto statunitensi che continuano a costituire il nucleo centrale del consumo nostrano in sala. In ogni caso, il potere di attrazione di questo tipo di prodotti ha comunque avuto un effetto *rebound* positivo anche sul cinema più tradizionale, compreso quello italiano.

¹¹¹ Dati Media Salles, elaborati in F. CASSETTI – S. SALVEMINI, *E' tutto un altro film*, op cit., p.21.

¹¹² *Ibidem*.

¹¹³ La commedia italiana da sempre rappresenta il prodotto di punta dell'industria cinematografica nostrana, risultando tra i film più visti non solo in riferimento a tutte le pellicole domestiche, ma anche rispetto alle commedie statunitensi, ricevendo quindi anche i maggiori investimenti distributivi in termini promozionali e di numero di copie di uscita.

genere in grado di determinare una penetrazione commerciale paragonabile a quella del comico.¹¹⁴

Da un lato, quindi, la commedia *made in Italy*, genere di evasione per antonomasia (specie nella sua declinazione cine-panettonesca), dall'altro il cinema socio-politico, tendenzialmente impegnato e generalmente di matrice autoriale, più complesso per temi e competenze richieste al pubblico. Due tipologie cinematografiche apparentemente agli antipodi. Eppure, l'affinità tra questi due generi così lontani – che di fatto rimandano a *target* spettatoriali effettivamente diversi, aspetto questo su cui avremo modo di tornare – consiste nel valore di autenticità che il pubblico vi corrisponde. Il pubblico italiano percepisce questo tipo di prodotti come maggiormente autentici, dove nel caso della commedia il concetto di autenticità si declina in “verace italianità”, quindi in un valore aggiunto sul piano del rispecchiamento identitario, mentre nel caso del genere socio-politico recupera il senso etimologico del termine, ovvero di autentico come “autorevole” (dal greco *authentikos*, da *authentèo*, cioè “avere autorità”), quindi – per estensione – “credibile, onesto”.¹¹⁵ E come il sociologo Richard Peterson ha dimostrato,¹¹⁶ l'autenticità rappresenta uno degli elementi distintivi dell'industria culturale, nonché uno dei principali fattori in grado di determinare la *performance* dei prodotti culturali, aspetto di non poco conto in un contesto come quello cinematografico, vittima da sempre del fattore aleatorio del successo delle proprie risorse creative. Non solo, ma come ha messo in luce lo studio dell'economista Michele Bagella effettuato alla fine degli anni

¹¹⁴ Cfr. M. BAGELLA, *L'economia latitante. Il cinema italiano e la globalizzazione*, in V. ZAGARRIO (a cura di), *Il cinema della transizione: scenari italiani degli anni Novanta*, Marsilio, Venezia 2000, p. 259.

¹¹⁵ Ovviamente, quello dell'autenticità è solo uno degli aspetti in grado di richiamare l'attenzione del pubblico, stimolato al consumo di questi oggetti innanzitutto perché incentrati su tematiche che riguardano direttamente la società italiana, la sua storia, il suo passato e il suo presente. E si propongono, soprattutto, come fonti d'informazione alternativa rispetto a quel che l'istituzione (politica, scolastica, ecc) ha da sempre cercato di veicolare. Ma anche su questo aspetto avremo modo di tornare meglio più avanti.

¹¹⁶ Cfr. R. PETERSON, *In Search of Authenticity*, *Journal of Management Studies*, 42, 2005, p. 1083 – 1098.

Novanta, rispetto agli altri generi il socio-politico ottiene anche il vantaggio di risultare maggiormente esportabile, in quanto:

[...] è in generale espressione del migliore cinema italiano e per questa ragione viene richiesto anche da altri paesi. Esso, infatti, tratta temi e storie i cui contenuti sono percepiti come universali e, in quanto tali, sono apprezzati e qualche volta premiati.¹¹⁷

Da ciò, quindi, il duplice interesse da parte di registi e produttori rispetto a progetti che si inseriscano in questo genere, i primi interessati a confermare la loro “missione intellettuale” – nonché la loro natura di autori impegnati nella realizzazione di prodotti culturalmente significativi – i secondi a ottenere un prodotto che sia effettivamente spendibile sul piano commerciale.

3.2 Lo Stato e il cinema: quella «sprecopoli di celluloidi sinistrorsa».

Se la politica perde la dimensione pedagogica, non è più buona politica.

Gianfranco Fini

Il legame tra Stato e cinema italiano risale alla notte dei tempi (cinematografici). Più o meno da quando il cinema si afferma quale arte popolare per antonomasia – ovvero quasi subito – attirando su di sé le attenzioni del regime fascista, ovviamente interessato ad ottenere il controllo di quella che si presentava come la fucina privilegiata dell’opinione pubblica.¹¹⁸ Dalla creazione dell’Istituto Luce nel 1924, ai primi finanziamenti statali a fondo

¹¹⁷ M. BAGELLA, *L’economia latitante. Il cinema italiano e la globalizzazione*, in V. ZAGARRIO (a cura di), *Il cinema della transizione: scenari italiani degli anni Novanta*, Marsilio, Venezia 2000, p. 259. Il saggio di Bagella si basa su dati raccolti e analizzati dallo studioso nell’articolo pubblicato in precedenza con L. BECCHETTI, *La performance in sala dei film prodotti in Italia nel periodo 1985-1996*, in «L’industria», 3, 1999.

¹¹⁸ Il 5 novembre 1929, in occasione dell’inaugurazione dell’Istituto internazionale del cinema educatore, organo della Società delle Nazioni con sede a Roma, Mussolini affermerà alla presenza del Re d’Italia: «La cinematografia [...] parla agli occhi, parla dunque un linguaggio comprensibile a tutti i popoli della terra; da qui il suo carattere di universalità e le innumerevoli possibilità che offre per una collaborazione educativa d’ordine internazionale» (in G. P. BRUNETTA, *Guida alla storia del cinema italiano: 1905-2003*, Einaudi, Torino, 2003, p. 73).

perduto (datati 1931 e varati tramite legge n. 918 per sostenere la realizzazione degli stabilimenti Cines-Pittaluga), alle varie leggi protezioniste (Legge Alfieri del 1938 e successive), diventa assolutamente naturale per l'industria italiana del cinema confidare in un costante appoggio economico da parte del Governo, aspettativa che viene puntualmente coronata anche dopo la caduta del Regime e l'instaurarsi della Repubblica, con la creazione di un sistema legislativo che tuteli il settore cinematografico, considerato economicamente critico ma di capitale importanza per lo sviluppo culturale del Paese.¹¹⁹ Questo perché il film è inteso quale “bene di merito”, un bene cioè «il cui consumo non è regolato dalle leggi di mercato, ma viene incentivato dall'autorità pubblica a causa della sua importanza per la collettività»,¹²⁰ sottintendendo in tal modo che il pubblico italiano sarebbe sostanzialmente “immaturo” per poter scegliere da solo l'oggetto del proprio consumo culturale, che viene quindi stabilito e imposto dall'alto. Il che implica a sua volta che gli uomini di Stato (legislatori, funzionari, consiglieri) possiedono di fatto un punto di vista privilegiato sulla realtà, uomini insomma con qualcosa in più rispetto alle persone “comuni”, il che li autorizzerebbe a disporre delle risorse pubbliche al fine di promuovere questa o quella politica culturale. Prospettiva, quindi, che fa riferimento a una funzione pedagogico-educativa dello Stato – impostazione ampiamente condivisa sia a destra che a sinistra, per altro – e che invischia ovviamente il sistema produttivo italiano nelle pastoie della propaganda politica e della censura ideologica, imbrigliandolo in un verso o nell'altro, secondo gli interessi strategici delle classi sociali al potere.

¹¹⁹ Tra le principali leggi varate dalla fine della Seconda Guerra Mondiale ad oggi per il settore cinematografico, citiamo ovviamente la legge Andreotti del 1949, la legge Corona del 1965, la creazione del Fus (Fondo unico dello spettacolo) nel 1985, la legge n. 153 del 1994, la legge 122/1998 che obbliga le televisioni italiane a destinare parte delle proprie risorse alla produzione e acquisto di opere cinematografiche italiane ed estere, la legge Urbani del 2004 e la recente introduzione con la Finanziaria 2008 (legge 244/2007) delle agevolazioni concesse come credito d'imposta (*tax credit*) e di detassazione degli utili (*tax shelter*).

¹²⁰ M. TRIMARCHI, *Economia e cultura*, Franco Angeli, Milano, 1993, p. 44.

Eppure, com'è noto, il cinema è di “sinistra”. O almeno così vorrebbe la vulgata destrorsa che da sempre contesta una fondamentale egemonia filo-comunista all'interno dell'*intelligenza* cinematografica italiana. Soprattutto per quanto riguarda certo cinema impegnato e d'autore – che è poi quello che ci interessa – sicuramente più esigente in termini di finanziamenti pubblici di quanto lo possano essere le commedie pieraccionesche o alla Boldi-De Sica (che comunque hanno sempre ottenuto anch'esse cospicui contributi da parte dello Stato).¹²¹ Nonostante la questione dei finanziamenti pubblici rappresenti una falla strutturale del sistema produttivo nostrano (comunque in buona compagnia a livello europeo), per ragioni storiche che vanno al di là di – o meglio, che prescindono da – qualsivoglia schieramento politico, quando si tratta di soldi pubblici è chiaro come il discorso acquisti un notevole potenziale demagogico, pronto ad essere sfoderato alla bisogna da una fazione piuttosto che dall'altra, in funzione di chi si trovi al Governo in quel momento. Accuse che le varie “compagini” di destra e di sinistra si scambiano da decenni e sempre seguendo il medesimo copione: la sinistra spendacciona non farebbe altro che avallare un atteggiamento assistenzialista, in grado di creare solo clientelismo e, soprattutto, buchi indecorosi al demanio pubblico; la destra, dal canto suo, incolta ed ignorante, svilirebbe invece il patrimonio culturale nostrano promuovendo esclusivamente prodotti instupidenti o propagandistici,

¹²¹ Ciò avviene attraverso i contributi sugli incassi elargiti dallo Stato. Rispetto alle modalità passate, il D.M. 16.7.2004 ha modificato l'erogazione dei contributi percentuali sugli incassi realizzati in sala dalle opere cinematografiche. Tali contributi sono finalizzati al sostegno della produzione cinematografica nazionale, e riguardano lungometraggi di produzione nazionale, di interesse culturale e i film di animazione, realizzati da imprese di produzione italiane, anche in coproduzione o compartecipazione con imprese estere. I contributi devono essere investiti per l'ammortamento di mutui contratti per la realizzazione dell'opera, a copertura dei costi o per la realizzazione di opere filmiche di nazionalità italiana, entro cinque anni dalla liquidazione dei contributi. Inoltre, è previsto anche un ulteriore contributo in favore del regista e degli autori del soggetto e della sceneggiatura delle opere. I contributi sono calcolati sulla misura degli incassi, al lordo delle imposte, realizzati dal film nelle sale cinematografiche nel termine di diciotto mesi dalla sua prima proiezione in pubblico, con esclusione di ogni altro provento in qualsiasi modo realizzato per l'utilizzo dell'opera, e vengono erogati a favore di opere che abbiano realizzato incassi superiori a cinquantamila euro. Nel caso dell'anno 2005, ad esempio, il film che ha ottenuto il maggior premio destinato agli autori è *Natale sul Nilo*, con un contributo di 45.647,30 euro, seguito da *La Leggenda di Al, John e Jack* con 383.896,44 euro e *Pinocchio* con 340.160,74 euro. Fonte: Direzione Generale per il Cinema.

buoni solo ad arricchire le tasche già piene di produttori disinibiti e di registucoli compiacenti. Una gabbia retorica – più che ideologica – da cui non sembra tuttora possibile uscire, come dimostra la recente *bagarre* scatenatasi (nuovamente) a suon di saggi tra una fazione filo-governativa da un lato, capeggiata dall'immane agitatore Vittorio Feltri, e l'ANAC - Associazione Nazionale Autori Cinematografici, dall'altro.

Nel maggio 2007, quando Feltri è ancora direttore di *Libero*, viene infatti pubblicato un articolo in prima pagina dal titolo *Tutti gli sprechi del cinema di Stato*, e allegato al giornale il pamphlet *Cinema profondo rosso. Come la sinistra ha costruito l'egemonia sul cinema italiano, facendone una spreco-poli di celluloidi capace di produrre soltanto film-flop*,¹²² inserito nella serie di pubblicazioni “Manuali di conversazione politica” promossi dalla Free Foundation e presieduta dall'attuale Ministro della Pubblica Amministrazione, Renato Brunetta. Alla ricerca (di inefficienze pubbliche) presentata nel volume di Feltri, risponde un anno dopo il contro-pamphlet *Lo Stato delle cose. Vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano*,¹²³ commissionato appunto dall'ANAC e pubblicato nel maggio 2008 in allegato all'*Unità* (come sottolinea ironicamente Zaccone Teodosi, «Ad ogni “parte” il suo quotidiano e gli allegati che si merita!»).¹²⁴

Senza entrare nel merito delle singole pubblicazioni – ognuna partigiana a modo suo, benché si possa effettivamente riconoscere al lavoro dell'ANAC un più elegante distacco, nonché un uso un po' meno strumentale dei dati relativi a finanziamenti e incassi rispetto ai film trattati¹²⁵ – quel che si può notare è

¹²² L. AREZZO - G. MECUCCI, *Cinema, profondo rosso: come la sinistra ha costruito l'egemonia sul cinema italiano, facendone una spreco-poli di celluloidi, capace di produrre soltanto film-flop*, a cura di Vittorio Feltri e Renato Brunetta, Libero Free Foundation, 2007.

¹²³ S. PECORARO et al., *Lo stato delle cose: vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano*, ANAC, Roma, 2008.

¹²⁴ Una ricostruzione abbastanza imparziale della questione la si trova nell'introduzione di Angelo Zaccone Teodosi all'interno del volume di G. CARLUCCI – W. BORDON, *Il mercante e l'artista. Per un nuovo sostegno al cinema: la via italiana al “tax shelter”*, a cura di A. Zaccone Teodosi, B. Zambardino, A. Pasquale, Spirali, Milano, 2008, p. 31 – 50.

¹²⁵ Gli autori dell'ANAC contestano al libello di Feltri, e non a torto, di fare uso dei dati relativi ai finanziamenti pubblici in modo fazioso e per altro non veritiero (vengono citati casi in cui le

comunque il persistere in entrambi gli studi di una serie di discorsi tendenzialmente privi di quel che potremmo chiamare “senso di realtà”. Stabilire se le attuali – ma sempre in fase di cambiamento – modalità di finanziamento pubblico al cinema italiano siano o meno utili, efficaci, in qualche modo oggettivabili, è di per sé questione irrisolvibile, in quanto ogni contributo viene da sempre accordato secondo parametri sostanzialmente qualitativi (a fianco, certo, di parametri anche quantitativi, ma comunque secondari),¹²⁶ facendo cioè ricorso a giudizi di valore, quindi ancora ad assiologie di stampo politico-ideologico. Certo, si può discutere se il cinema debba o non debba essere sostenuto dallo Stato nel suo complesso, aspetto questo su cui l’ANAC tenta di dimostrarne l’utilità, spostando però il discorso

cifre inizialmente assegnate dal Mibac - come indicato nelle relazioni annuali del Fus cui la ricerca di *Libero* fa riferimento - non sono state poi effettivamente erogate o lo sono state per un ammontare inferiore rispetto a quanto dichiarato nelle relazioni), mettendo per altro in luce che la sala cinematografica ormai non rappresenta più la fonte primaria dei ricavi del sistema cinema, per cui si perde sostanzialmente il senso di confrontare l’efficienza di un film in termini di costi/ricavi solo tendendo conto del rapporto finanziamenti/incassi in sala.

¹²⁶ I criteri per la concessione di contributi alla produzione attualmente in vigore sono stati stabiliti dalla cosiddetta “legge cinema” e dal D.M. 27.09.04. Come già avvenuto anche in passato, il tentativo principale nel definire le modalità di assegnazione del contributo consiste nel rendere il più possibile calcolabile – quindi basati su dati quantitativi - i parametri di valutazione dei singoli progetti filmici, per diminuire in questo modo la discrezionalità di chi è chiamato a compiere la valutazione. Per questo motivo, ai fini della determinazione del tetto massimo di contributo concedibile sono presi in esame sia la tipologia di progetto filmico, sia la valutazione dell’impresa produttrice. Se in questo secondo caso i parametri di valutazione riguardano al 60% aspetti relativi alla solidità dell’impresa produttrice in quanto tale (30% si riferiscono alla stabilità dell’impresa produttrice definiti in funzione dell’attività e del numero di film prodotti nell’ultimo quinquennio, del capitale sociale dell’impresa e in base alla restituzione dei finanziamenti erogati (10 punti); il restante 30% alla capacità commerciale dimostrata, in relazione al successo da botteghino che hanno ricevuto le precedenti produzioni), resta comunque un 40% accordato secondo parametri di “qualità” dei film già realizzati dall’impresa richiedente, e tale qualità è calcolata tenendo conto del numero di film realizzati negli ultimi cinque anni che hanno partecipato a festival e conseguito di premi. Per quanto riguarda la valutazione del progetto filmico in quanto tale, invece, i parametri sono quasi per intero di carattere qualitativo (la definizione stessa di film di “interesse culturale nazionale” è emblematica in tal senso) e avviene con audizione del regista e di un rappresentante dell’impresa di produzione, a cui segue valutazione del soggetto e della sceneggiatura, delle componenti tecniche e tecnologiche, e della qualità, completezza e realizzabilità del progetto produttivo. Il tutto a discrezione di apposite sezioni definite all’interno della Commissione per la cinematografia, composte da «esperti altamente qualificati nei vari settori delle attività cinematografiche». Per il 2010, ad esempio, la sottocommissione per il riconoscimento dell’interesse culturale dei lungometraggi è stata composta da: Rosaria Marchese, Antonio Ferraro, Dario Viganò ed Enrico Magrelli (nominati dal Ministro per i Beni e Attività Culturali, Sandro Bondi), Francesco Gesualdi e Oscar Iarussi (nominati dalla Conferenza Stato-Regioni). Cfr. www.cinema.beniculturali.it.

su un altro piano rispetto alla tipica motivazione dell'investimento culturale, ovvero in termini di ritorno economico allo Stato in forma di tasse e di ritorno sociale in termini di aumentati posti di lavoro.¹²⁷ Ma resta comunque il fatto che non sarà mai possibile definire in modo univoco *quale* tipo di cinema meriti o meno di essere sovvenzionato.

Per quel che ci riguarda, dei film selezionati all'interno di questa ricerca, più o meno la metà ha ottenuto qualche forma di finanziamento pubblico, che si tratti di contributi alla produzione, di premi di qualità, di contributi per opere prime o seconde, o ancora di contributi sugli incassi, per le attività promozionali e via discorrendo.¹²⁸ Film, quindi, che possono contare su un appoggio economico in taluni casi decisamente considerevole, a differenza di tutta un'altra fetta di prodotti – la restante metà – che non ha invece modo (o volontà) di reperire fondi statali e deve quindi contare su budget ridotti e sull'esclusiva intraprendenza dei privati. Una condizione in cui si trova a operare svariato cinema nostrano, e non solo quello di genere politico. Se è vero infatti che l'innovazione tecnologica degli ultimi vent'anni ha permesso un abbattimento significativo dei costi di produzione a fronte di qualità dell'immagine ora più che dignitose, permettendo quindi l'ingresso nel settore dell'audiovisivo di operatori fino ad allora esclusi, è anche vero che l'ambito specifico del genere politico si presta particolarmente a questo tipo di operazioni, per cui il numero di prodotti simili riferibili alla tipologia del "politico" sono ovviamente più alti rispetto a quel che si potrebbe riscontrare, per dire, nell'ambito del genere *thriller* o d'avventura. Proprio perché essere sovvenzionati dallo Stato significa

¹²⁷ «Se vi dicessero che, per ogni 100 euro che lo Stato italiano spende per il nostro cinema, gliene rientrano, sotto varie forme, a vario titolo e in tempi diversi, circa 200, ci credereste?» (S. PECORARO et al., *Lo stato delle cose*, op. cit., p. 13). E' la tesi con cui si apre lo studio dell'ANAC, il quale riporta poi a riprova di tale affermazione il caso specifico della lavorazione del film *Placido Rizzotto* di Pasquale Scimeca, in grado di creare «27 posti di lavoro in un anno con un costo, comunque lo si voglia valutare, di gran lunga minore rispetto a quello degli altri settori assistiti» (S. PECORARO et al., *Lo stato delle cose*, op. cit., p. 87). Sui dati specifici presentati a riguardo avremo comunque modo di tornare.

¹²⁸ I dati, che riporteremo con più precisione nel capitolo successivo e in dettaglio in appendice, sono comunque mutoli e imprecisi, per l'impossibilità effettiva di risalire a un conteggio esatto dei fondi stanziati lungo l'arco degli anni rispetto a un singolo film.

in qualche modo rendere conto a un apparato politico (benché si tratti di soldi pubblici, che dovrebbero quindi essere impiegati, se non a prescindere, quanto meno in modo equivalente per attività di “tradizione” sinistrorsa o destrorsa). E’ chiaro come molti di questi progetti intendano proporsi fin da principio sotto l’etichetta di indipendenti, rifiutando qualsiasi contributo che non sia “ideologicamente pertinente”. Un’impostazione, va da sé, non proprio vincente sotto il profilo economico (si tratta di film che non raggiungono quasi mai la sala, per esempio), ma che ha il vantaggio di fornire i film in questione di quel valore aggiunto di onestà morale (misto a una sorta di intellettualismo missionario) che grazie alla rete e ai nuovi canali di distribuzione sta contribuendo a trovar loro, se non proprio un mercato remunerativo, quanto meno una visibilità altrimenti negata.

3.3 Tipologie di «Uomini contro»: tra ricchi e poveri.

La specificità di questo aspetto ci ha portato necessariamente a compiere una distinzione all’interno del presente studio tra due tipologie diverse di cinema politico. Una che potremmo definire “istituzionale”, relativa cioè ai consueti circuiti del mercato cinematografico, caratterizzata se non proprio da elevate possibilità produttive (in termini di risorse economiche e umane), comunque dalla presenza di artisti – soprattutto registi ed attori – di fama nazionale e internazionale, già noti al pubblico e alla critica ufficiale; l’altra, invece, che potremmo chiamare – pur con una certa cautela – una produzione “underground”, rifacendoci con questo termine al concetto primigenio della cosiddetta “cultura underground”, ovvero quale movimento che:

[...] identifica un ampio insieme di pratiche e di identità accomunate dall’intento di porsi in antitesi e/o in alternativa alla cultura ufficiale della società di massa, [*proponendo*] un utilizzo alternativo degli stessi

mezzi di comunicazione atti alla diffusione di stili e principi di vita differenti da quelli della società ufficiale.¹²⁹

Definizione, però, che non vuole implicare alcun tipo di contrapposizione intenzionale con il cinema “ufficiale” di cui sopra, ma piuttosto una sorta di eredità culturale rispetto a certi movimenti contestatari anni Sessanta. Una tipologia di cinema possibile in gran parte solo grazie ai nuovi mezzi di produzione e distribuzione, che non circola in sala ma principalmente tramite internet e l’*home video*, fatta al contempo di prodotti pseudo-amatoriali quanto professionali, di stampo più propriamente documentaristico che di *fiction*. Insomma, un cinema che forse cinema non è, se con questo nome si continua a mantenere anche una distinzione di luogo e/o di supporto tecnologico, ovvero il cinema propriamente detto inteso come quello che si fruisce in luoghi deputati come la sala o, al più, l’arena pubblica, e costituito da una serie di bobine di pellicola proiettate su schermo bianco. Distinzione, però, già ampiamente superata da tutta una serie di studi più o meno recenti, tra cui in modo preponderante quelli riferibili all’ambito dei *reception studies*.¹³⁰

La linea di demarcazione che vorremmo tracciare tra queste due tipologie di cinema politico, però, non è per nulla netta, anzi. Come avremo modo di vedere, si tratta comunque di film che condividono nella stragrande maggioranza dei casi il medesimo circuito distributivo, con l’unico distinguo – come si è detto – della sostanziale impossibilità per certi prodotti “a basso costo” di accedere alla sala cinematografica, un tempo considerato mercato primario, ma ora rimasto tale solo nella sua accezione temporale e non più commerciale, essendo la somma dei mercati secondari economicamente più significativa che in passato. Per questo, ad esempio, diversi film che si potrebbero inserire nella categoria “istituzionale” (perché realizzati da nomi noti del circuito culturale

¹²⁹ Da wikipedia, voce “cultura underground” .

¹³⁰ Cfr. F. CASETTI – M. FANCHI (a cura di), *Terre incognite: lo spettatore italiano e le nuove forme dell’esperienza di visione del film*, Carocci, Roma, 2006, ma anche il già citato F. CASETTI – S. SALVEMINI, *E’ tutto un altro film*, op. cit.

cinematografico o perché hanno ottenuto l'appoggio dello Stato), faticano comunque a trovare una distribuzione in sala, trovandosi anch'essi a circolare fin da subito all'interno dei mercati secondari. Così come può accadere che certi prodotti realizzati già in partenza per una nicchia ridotta di pubblico ottengano invece, proprio grazie ad internet e agli effetti di promozione virale ch'esso è in grado di innescare, una rinnovata visibilità anche all'interno dei media istituzionali (con una ri-programmazione non prevista in sala o, più spesso, un inatteso interesse del comparto televisivo). Inoltre, non di rado capita di trovare prodotti di un medesimo regista sia in una categoria che nell'altra. Questo non solo per motivi di ovvia "gavetta" – com'è noto, decisamente lunga in ambito cinematografico – per cui è naturale che i prodotti d'inizio carriera per un cineasta si realizzino in condizioni economicamente meno propizie, ma anche perché lo stesso vale per quei progetti più sperimentali e/o politicamente contraddittori che registi comunque già affermati decidono di portare avanti autonomamente, con mezzi meno impegnativi e attraverso circuiti considerati più indipendenti (sulla presunta indipendenza e democrazia di internet, comunque, avremo modo di tornare).

In sostanza, quindi, quel che è stato fatto a posteriori in fase di analisi dei film selezionati è sostanzialmente un distinguo "censuario", stabilito cioè in funzione del patrimonio che un determinato progetto è riuscito a raccogliere, prima e dopo la propria realizzazione. Distinguo che nell'onerosa macchina-cinema ha comunque la sua valenza, sotto il profilo dell'esito estetico e delle effettive disponibilità promozionali, quindi di potenziale accesso al mercato.

3.3.1 *Postilla sul metodo.*

Prima di entrare nel merito dell'analisi occorre aprire una breve parentesi sulle modalità di lavoro che hanno indirizzato la presente ricerca. Innanzitutto, la scelta dei film. Come già accennato in precedenza (cfr. 1.2), stabilire quali

film rientrano o meno nella categoria del cinema politico non è cosa così immediata. Molti, infatti, avrebbero tutte le ragioni per non ritenere effettivamente pertinenti all'ambito prodotti come *Romanzo criminale* di Michele Placido (2005) o *Il partigiano Johnny* di Guido Chiesa (2000), entrambi adattamenti di opere letterarie¹³¹ e maggiormente riferibili ai generi dello storico, del poliziesco o al film di guerra. Così come molti si troverebbero in disaccordo nel riscontrare l'assenza, all'interno dell'elenco stilato, di film o documentari incentrati sull'analisi di uno specifico tema sociale (di valenza anche politica, quindi), come la questione ampiamente dibattuta dell'immigrazione straniera in Italia o ancora del precariato lavorativo o delle morti bianche. Rispetto a questi temi, mancano ad esempio all'appello film come *Inatteso* di Domenico Distilo (2005), *Tutta la vita davanti* di Paolo Virzì (2008) o *Morire di lavoro* di Daniele Segre (2008). Osservazioni lecite, ma che devono tener conto dell'impossibilità, come già detto, di poter fornire la categoria in esame di confini netti o anche solo di confini propriamente detti (ammesso che ciò sia possibile in generale per qualsiasi azione tassonomica che tenga conto esclusivamente dell'ipotetico genere cinematografico di appartenenza).¹³² Quel che ne deriva a livello operativo è, per forza di cose, un

¹³¹ Il film *Romanzo Criminale* di Michele Placido è tratto dall'omonimo *best-seller* dello scrittore e magistrato Giancarlo De Cataldo (G. DE CATALDO, *Romanzo criminale*, Einaudi, Torino, 2002); *Il partigiano Johnny* di Guido Chiesa è invece tratto dall'opera omonima di Giuseppe Fenoglio, pubblicata postuma dalla Einaudi nel 1968. La derivazione letteraria di tali film non è comunque discriminante nel definirne o meno l'appartenenza al genere politico, anzi. Buona parte dei più noti film dell'epoca d'oro del genere politico sono infatti derivanti sia da soggetti originali che da testi letterari anche celebri, come ad esempio *Uomini contro* di Francesco Rosi (1970), tratto dal libro di Emilio Lussu, *Un anno sull'Altipiano* (1938) o l'opera di Leonardo Sciascia, letteralmente saccheggiata dal cinema anni Settanta (citiamo a riguardo *A ciascuno il suo*, 1967 e *Todo modo*, 1976 di Elio Petri; *Il giorno della civetta*, 1968 di Damiano Damiani; *Cadaveri eccellenti*, 1976 di Francesco Rosi).

¹³² La difficoltà di poter giungere ad un'unica modalità classificatoria del genere politico può essere riscontrata anche all'interno dello speciale di *Close-up*, realizzato da Roy Menarini e Giovanni Spagnoletti (cfr. R. MENARINI – G. SPAGNOLETTI, *Forme della politica nel cinema italiano contemporaneo*, *op. cit.*), al cui interno troviamo citati, oltre a prodotti unanimente circoscrivibili all'ambito politico, anche film di svariata origine e matrice (il saggio di Paolo Noto sulla politica del cinema comico-farsesco, ad esempio, o di Alice Autelitano sulla recente produzione di comici e istrioni imprestati, più o meno temporaneamente, al cinema).

compromesso, totalmente e consapevolmente discrezionale, e per questo passibile di essere criticato e modificato in ogni momento.

Ad ogni modo, resta il fatto che per poter operare una scelta, ci si è comunque dovuti imporre dei distinguo. Innanzitutto, quindi, si è optato per quei film che si sono in qualche modo dichiarati al pubblico fin dal loro primo annuncio quali prodotti intenzionalmente “politicizzati” (pensiamo ai vari film di Sabina Guzzanti o di Nanni Moretti, per fare degli esempi chiari), o che hanno comunque suscitato un dibattito sociale e critico incentrato in modo prioritario sulle tematiche affrontate all’interno del film (dal *Divo* a *Prima Linea*). Attenzione particolare, poi, è stata data a film che potremmo generalmente inserire nel sotto-genere dei “film di mafia” (*Placido Rizzotto*, *Giovanni Falcone*, *I cento passi* e vi discorrendo, l’elenco è abbastanza corposo), per l’importanza che tale tema da sempre possiede nel contesto socio-politico italiano. E ancora film intesi a indagare i cosiddetti misteri d’Italia (*I banchieri di Dio*, *Pasolini - un delitto italiano*, *Segreti di Stato*) oppure volti alla ricostruzione di vicende più o meno recenti della storia italiana, particolarmente significative per il loro impatto sull’opinione pubblica (da *Vajont* a *Carlo Giuliano, ragazzo*). Nel complesso, si è cercato di non prendere in esame film più propriamente circoscrivibili ad altri generi cinematografici, innanzitutto all’ambito della commedia, benché la più recente produzione abbia dimostrato di saper dar vita a prodotti in grado di sollevare questioni e aspetti socio-politici di non scarsa rilevanza (nella migliore delle tradizioni della commedia italiana). Pensiamo, a riguardo, al già citato Paolo Virzì con *N - Io e Napoleone* (2006), rivisitazione più o meno esplicita dell’inquietante potere carismatico di Berlusconi tradotto in sala napoleonica, ma anche alla produzione di Giulio Manfredonia, tra cui l’ironica favola sul post-Basaglia di *Si può fare* (2008).

Le specifiche potrebbero continuare ancora. Di certo, se da un lato si è riusciti a mantenere una certa coerenza nell’ambito di quei film prodotti e distribuiti all’interno del circuito che abbiamo definito in precedenza come

“istituzionale” (complice anche il numero più ridotto di film realizzati), diverso è stato il caso della categoria “underground”, molto più ricca da questo punto di vista di opere che, per un motivo o per l’altro, avrebbero potuto concorrere all’inserimento in elenco. Innanzitutto, si tratta in buona parte di film documentari, il che basta già di per sé a complicare in modo significativo la tentata operazione di discernimento, per la variabilità di prodotti che tale macro-genere può contenere (dalle sue forme più “pure” a quelle più ibride della *docu-fiction*). Anche in questo caso, comunque, si è optato per quei film che avessero in qualche modo raggiunto un buon livello di notorietà, sia tramite articoli pubblicati all’interno della critica specializzata (sempre e comunque aggiornata sulla produzione filmica dentro e fuori i circuiti istituzionali) che, soprattutto, tramite i canali meno ufficiali del *web* e del passa-parola, innescato ad esempio da specifici *social network* (a riguardo, molto utili sono state le segnalazioni rintracciate all’interno di *forum* virtuali gestiti da gruppi sociali più o meno schierati, come i *Meetup* di Beppe Grillo o alte tipologie di *blog* di matrice marcatamente politica).¹³³

La cernita si è quindi conclusa con la raccolta di un *corpus* complessivo di film, più o meno variegato sotto il profilo dello stile di realizzazione adottato quanto dei temi affrontati, esito di un compromesso operativo che si è comunque dimostrato efficace per poter ottenere una panoramica il più possibile dettagliata circa i “meccanismi di funzionamento” del settore (non interessa in questa sede entrare nel merito specifico dei contenuti di ogni singolo film, aspetto questo per il quale rimandiamo alle analisi estetiche ed interpretative già abbondantemente presenti in letteratura).¹³⁴

¹³³ Sono stati infatti vagliati i “consigli di visione” pubblicati all’interno dei vari *Meetup*, comunità virtuali simpatizzanti per Beppe Grillo, sorte in abbondanza a partire dal 2006, ma anche all’interno di blog antitetici di matrice marcatamente destrorsa, come il caso del circolo di cultura politica “Destra di popolo” (cfr. www.destradipopolo.net).

¹³⁴ I già citati volumi di Picchi ed Uva, della rivista *Close-up*, il volume di Fantoni Minella, *Non riconciliati*, ma anche tutta la produzione critica presente nelle riviste specializzate (*Cineforum*, *Segnocinema*, *Duel*) ma anche da recensione generalista, che non mancano di commentare ogni nuovo prodotto italiano, specialmente se politicizzato.

Rispetto ad ognuno dei film selezionati si è quindi cercato di raccogliere una serie di dati che saranno poi oggetto d'analisi nei capitoli successivi. Nello specifico, si è rintracciato l'insieme delle figure coinvolte in fase di produzione (abbastanza frequenti le co-produzioni e/o collaborazioni con case estere) e di distribuzione in sala (più ridotto in questo caso il numero di operatori, per la nota conformazione a clessidra del settore cinematografico).¹³⁵ Circa i film che hanno raggiunto una commercializzazione in sala, si è quindi rintracciato ove possibile l'incasso totale ottenuto. A riguardo, però, occorre compiere una precisazione importante rispetto alle fonti e alle cifre reperite. Come già sollevato da Barbara Corsi:

[...] un certo smarrimento coglie chi si trovi a scavare nelle cifre del cinema cercando di identificare dati sicuri e definitivi sui film prodotti, gli incassi, gli spettatori.¹³⁶

Questo perché i dati forniti dalla Siae - Società italiana autori ed editori e da Agis-Cinetel, principali enti di rilevazione del mercato cinematografico italiano, raramente coincidono, talvolta con discrepanze anche significative. Motivo per cui capita spesso di riscontrare, all'interno della critica specializzata quanto della letteratura prodotta sul tema (quindi non solo nel *mare magnum* di internet), incoerenze nella citazione dei dati relativi agli incassi, il più delle volte forniti senza fonte. Ciò comporta l'impossibilità di poter considerare realmente attendibili, cioè effettivamente corrispondenti a realtà, i dati raccolti a riguardo.¹³⁷ Ciononostante, benché parziali e imprecisi, tali dati possono

¹³⁵ Cfr. F. PERRETTI – G. NEGRO, *Economia del cinema: principi economici e variabili strategiche del settore cinematografico*, Etas, Milano, 2003.

¹³⁶ B. CORSI, *Con qualche dollaro in meno*, op. cit., p. 12.

¹³⁷ A ciò si aggiunge che non è stato in alcun modo possibile definire un unico lasso di tempo sul quale calcolare gli incassi raccolti dai film in analisi, con il risultato di avere dati relativi a periodi di rilevazione estremamente variabili, che vanno dal singolo mese successivo all'uscita del film in sala, all'intero arco temporale del suo potenziale sfruttamento, ovvero dalla sua uscita fino al momento attuale. Lacuna che viene però colmata dal fatto che la stragrande maggioranza degli incassi effettuati da un film in sala avviene a ridosso delle prime settimane di uscita, per cui è verosimile che i dati pur raccolti a distanza di tempo non incrementino in modo significativo rispetto ad una rilevazione effettuata a ridosso del primo periodo di uscita in sala.

comunque restituire il “polso della situazione”. Rendere conto, cioè, in modo esclusivamente indicativo, circa la bontà commerciale di un determinato prodotto immesso sul mercato. Per quanto ci riguarda, quindi, abbiamo comunque ritenuto utile un ricorso ai dati in questione, pur in modo circostanziato e consapevole dei limiti proposti. Per ottenere una conformità nei parametri di valutazione tra film e film, si sono quindi presi in considerazione i dati raccolti tramite il sistema di rilevazione dell’Agis-Cinetel,¹³⁸ e laddove si fossero riscontrate lacune riguardo a determinati film (purtroppo le banche dati di cui ci si è serviti non sempre si sono dimostrate complete) si è integrato ove possibile con fonti alternative (soprattutto portali internet e pubblicazioni specifiche).¹³⁹

Per quanto riguarda i dati relativi ai finanziamenti pubblici, invece, ci si è affidati alle relazioni annuali sull’utilizzo del Fus-Fondo unico per lo spettacolo, stilate dalla Direzione generale per il cinema e pubblicate sul sito del Ministero dei beni culturali.¹⁴⁰ Relazioni che, dal 1994 al 2009 hanno modificato ampiamente struttura e precisione nella presentazione dei dati, con un netto miglioramento in termini di accuratezza e dettaglio man mano che ci si avvicina ad anni più recenti.¹⁴¹ Infatti, se è ad esempio possibile ottenere indicazioni abbastanza precise circa l’ammontare del contributo alla produzione stabilito per un determinato film – il quale, però, può non corrispondere necessariamente all’ammontare effettivamente erogato, la cui cifra può risultare superiore o inferiore – diverso è il caso dei contributi sugli incassi o per le attività di

¹³⁸ Dal 1958 il settimanale dell’Agis *Giornale dello spettacolo* pubblica periodicamente sull’inserito *Borsa Film* i dati su spettatori, incassi, giorni di programmazione di ogni singolo film uscito nelle sale. Dal 1995 il sistema Cinetel elabora i dati che arrivano ogni giorno dagli esercenti, ma esclude tutti quegli spazi dove il film vive una vita oltre la prima visione, come le arene estive, i cineclub e le rassegne.

¹³⁹ Nello specifico, si è consultata la banca dati pubblicata online sui portali www.mymovies.it, www.cinemaitaliano.info, www.imdb.it, e i dati pubblicati all’interno del *Dizionario del cinema italiano* edito in più volumi dalla Gremese.

¹⁴⁰ Cfr. www.spettacolodalvivo.beniculturali.it.

¹⁴¹ A ciò si devono poi aggiungere le variazioni di legge che si sono susseguite tra il 1994 e il 2009, e che hanno ovviamente modificato modalità, tipologie e percentuali di stanziamento.

promozione, rispetto ai quali abbiamo dati specifici sui singoli film solo per gli ultimi anni di produzione.

Inoltre, considerando ovviamente centrale per il nostro discorso anche un'analisi dei mercati cosiddetti secondari, si è cercato di rintracciare dati relativi al mercato *home video* e a quello televisivo rispetto ad ogni singolo film. Per quanto riguarda il mercato dell'*home video*, ci si è affidati agli studi realizzati dall'Univideo-Unione Italiana Editoria Audiovisiva,¹⁴² in particolare al Rapporto Annuale Univideo sullo stato dell'editoria audiovisiva e redatto ogni anno in collaborazione con Prometeia, società di consulenza e ricerca economica e finanziaria. Le rielaborazioni pubblicate in tali rapporti, però, riguardano il comparto nel suo complesso e non è stato purtroppo possibile ottenere dati specifici, relativi cioè al numero di vendite, di noleggio e di introiti prodotti dal singolo film commercializzato. Per quanto riguarda l'ambito televisivo, la raccolta dati è stata alquanto difficoltosa per l'inesistenza di un sistema di rilevazione ufficiale circa il numero di passaggi sul piccolo schermo (sia per i canali generalisti che per quelli a pagamento) relativo ad ogni singolo film. Per questo, ci si è affidati alle indicazioni riportate all'interno della banca dati pubblicata dal sito internet www.cinemaitaliano.info, portale estremamente ricco di documentazione e in costante aggiornamento, creato nel 2005 dai ricercatori Daniele Baroncelli e Simone Pinchiorri.¹⁴³

Infine, si sono raccolti dati relativi alle singole partecipazioni dei film a festival e rassegne cinematografiche, mettendo in luce le vittorie più prestigiose,

¹⁴² Associazione fondata nel 1984 che rappresenta il settore dell'Home Entertainment in Italia e raggruppa al suo interno le principali aziende attive nell'industria dell'audiovisivo (editori audiovisivi, duplicatori/replicatori, imprese tecniche e di post-produzione, enti non-profit). Le imprese che aderiscono all'associazione sono al momento 68, un comparto pari a oltre il 90% del mercato totale (Cfr. www.univideo.org).

¹⁴³ CinemaItaliano.info è un progetto di promozione e valorizzazione della cinematografia italiana, ed è anche un'associazione culturale che organizza eventi significativi per la cinematografia italiana, come la manifestazione "Italiani Brava Gente", festival documentario di riflessione sulla società italiana che si tiene a marzo a Firenze, e la Giornata Nazionale del Nuovo Cinema Italiano, che l'ultimo giovedì di novembre promuove in tutta Italia proiezioni ed incontri con registi italiani. Purtroppo, i dati riportati all'interno del sito risalgono solo all'ultimo decennio, riguardano cioè tutti i film prodotti dal 2000 compreso ad oggi. Per le produzioni antecedenti ci si è quindi affidati ad altre fonti come il portale www.imdb.it.

vista anche l'importanza che tali riconoscimenti artistici assumono per questa specifica categoria, non solo rispetto al valore strettamente economico del singolo premio in sé, ma soprattutto per il suo valore in termini promozionali e di spendibilità al fine di ottenere nuovi e/o ulteriori finanziamenti pubblici per successivi progetti.

IV. PRODOTTI «HIGH BUDGET».

Il capitalismo non è intelligente, non è bello, non è giusto, non è virtuoso e non produce i beni necessari. In breve, non ci piace e stiamo cominciando a disprezzarlo. Ma quando ci chiediamo cosa mettere al suo posto, restiamo estremamente perplessi.

John Maynard Keynes

Volenti o nolenti, la macchina cinema costa. Quella quanto meno che ambisce ad avere un discreto richiamo di pubblico e un certo respiro, possibilmente internazionale. Chi lavora nel campo della produzione tutto ciò lo sa bene. Il problema dei costi, quindi, non è mai marginale. Anzi, il più delle volte determina la natura stessa, per forme e contenuti, del prodotto che verrà realizzato e il cinema politico, da questo punto di vista, non fa alcuna eccezione. Un film ad alto budget ha infatti più risorse da investire nella qualità tecnica e nei tempi necessari alla fase di ripresa, ad esempio, o nelle risorse artistiche impiegate nel progetto (inutile sottolineare l'importanza, anche per il genere che ci riguarda, dell'effetto *star system*) ma, soprattutto, nella quota destinata alla promozione del film. Tutto ciò, ovviamente, con l'intento – o meglio la speranza – di massimizzare i profitti derivanti dalla commercializzazione del prodotto. Nulla di diverso, insomma, da quel che tenta di fare qualsiasi film inserito nel sistema cinematografico, come dimostrano le forme estreme – e ampiamente utilizzate oltreoceano – della ben nota logica del *blockbuster*.¹⁴⁴

¹⁴⁴ La nascita del cosiddetto *blockbuster* (letteralmente “grossa bomba”) si può verosimilmente ascrivere all'uscita del film *Lo squalo* (*Jaws*, S. Spielberg, Usa), che nel 1975 inaugurò la pratica del *saturation booking*, uscendo in contemporanea sul territorio americano in 464 sale e mise in atto per la prima volta quelle strategie di *marketing* volte all'affermazione di uno sfruttamento commerciale plurimo del prodotto-film: «*Jaws* became a veritable sub-industry unto itself via commercial tie-ins and merchandising ploys. But hype and promotion aside, *Jaws*' success ultimately centered on the appeal of the film itself; one enduring verity in the movie business is that, whatever the marketing efforts, only positive audience response and favorable word-of-mouth can propel a film to genuine hit status» (T. SCHATZ, *The Genius of the System: Hollywood Filmmaking in the Studio Era*, Metropolitan Book, New York, 1996, p. 18). Cfr. anche G. KING, *La nuova Hollywood: dalla rinascita degli anni sessanta all'era del blockbuster*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2004.

Certamente, in Italia – e per il genere in questione – parlare di film *blockbuster* fa abbastanza sorridere. Giusto per citare qualche cifra nota a tutti, un film come *Avatar* (J. Cameron, 2009), *blockbuster* per antonomasia e attualmente campione di incassi della cinematografia mondiale, è stato distribuito solo in Italia in 932 sale contemporaneamente (di cui 414 predisposte per la visione in 3D), totalizzando sul mercato mondiale circa 2 miliardi e 752 milioni di dollari, a fronte di un investimento di oltre 400 milioni di dollari.¹⁴⁵ Cifre nemmeno pensabili per la cinematografia italiana che, nelle migliori speranze, opera a regimi di oltre 10 volte inferiori (a tutt’oggi, il maggiore incasso italiano a livello mondiale è *La vita è bella* di Roberto Benigni – complici i tre premi Oscar ottenuti nel 1999 – che guadagnò, tra Italia ed estero, circa 28 milioni e 900 mila dollari, per un costo di produzione di circa 10 miliardi delle vecchie lire, ovvero poco più di 5 milioni di euro).¹⁴⁶ Eppure, come spesso accade – soprattutto nel mercato nostrano – non necessariamente a un investimento oneroso corrisponde un guadagno parimenti consistente e non sono pochi i casi di film che a fronte di budget particolarmente significativi hanno incassato ben al di sotto delle aspettative. Per citare un esempio pertinente al nostro ambito, *Barbarossa* di Renzo Martinelli (2009), che molto ha fatto parlare di sé per l’esplicito coinvolgimento di un partito politico nell’operazione (il film è stato ironicamente definito il *Birth of a Nation* della

¹⁴⁵ Fonte: <http://boxofficemojo.com/alltime>.

¹⁴⁶ Fonte: www.imdb.com. Sulla redditività della “Benigni spa” – così definita dal giornalista Daniele Lepido - si è già soffermato anche *Il Sole 24 ore*, che in un articolo del 23 febbraio 2009 pubblicava: «Pinocchio e la fata turchina sono buoni imprenditori. E’ quanto emerge dalla lettura dei bilanci delle quattro società - una casa di produzione cinematografica, un’etichetta musicale e due piccole immobiliari - che fanno capo a Roberto Benigni e a sua moglie Nicoletta Braschi. Un giro d’affari per il 2007 di tutto rispetto (l’ultimo anno disponibile, stando ai dati Cerved) che sfiora i 30 milioni di euro e che riguarda soprattutto la Melampo cinematografica Srl [...]. Nel 2007 la Melampo ha registrato un valore della produzione di 28,1 milioni di euro così ripartiti: 15 milioni per Dante, 2,7 per i diritti della Vita è bella, 5,5 per La Tigre e la Neve, 3,5 per Pinocchio più un altro milione e mezzo di comparsate varie. A fronte di costi pari a 12,6 milioni, l’azienda ha realizzato un margine operativo lordo di 19,8 milioni, un utile d’esercizio di quasi 9 milioni con un cash flow di 13,1 milioni. A questi indicatori positivi fanno però da contraltare i 37,4 milioni di debiti e un totale passivo di oltre 65 milioni su un patrimonio netto di 12. In realtà di questi 37 milioni, leggendo la nota integrativa, buona parte riguardano i «minimi garantiti ricevuti», cioè i proventi futuri per film e spettacoli che la società metterà sotto la voce ricavi nei prossimi anni, pari a circa 17 milioni di euro» (Fonte: www.ilsole24ore.com).

Lega Nord), è costato oltre 30 milioni di euro e ha raccolto in un anno poco più di 835.000 euro.¹⁴⁷ Uno dei pochi casi di cinema di destra,¹⁴⁸ che ha però condiviso le medesime e infauste sorti – commerciali e di critica – della tanto vituperata «sprecopoli di celluloidi sinistrorsa». Ad ogni modo, rifacendoci agli studi effettuati dalla Fondazione Ente dello Spettacolo-Cineconomy:

Sul mercato internazionale l'ammontare dei costi di produzione - intesi per quelli propriamente detti di progetto - configura la tipologia dei film secondo una classificazione generalmente condivisa: a basso budget (o contenuto) per costi di produzione inferiori a 1 milione di dollari (indicativamente 750 mila euro); a medio budget per costi compresi fra 1 e 10 milioni di dollari (da 750 mila a 7,5 milioni di euro); ad alto budget, quando i costi si collocano fra 10 e 40 milioni di dollari (da 7,5 a 30 milioni di euro); i cosiddetti *blockbuster*, con costi superiori a 40 milioni di dollari (30 milioni di euro). Come si è potuto constatare dalla media degli investimenti operati negli ultimi anni, la cinematografia italiana si colloca per la sua gran parte fra la prima e la seconda fascia, sia per le produzioni sia per le coproduzioni nazionali.¹⁴⁹

Parlare di prodotti «high budget» nel contesto italiano, quindi, significa riferirsi a quella fascia della produzione nostrana che opera con budget medio-alti, ovvero con costi di produzione tra i 750mila euro e i 30 milioni di euro. Al di sotto dei 750mila euro rientrano invece quei film a basso budget che analizzeremo nel prossimo capitolo, i quali possono comunque dar vita in qualche caso a *feed-back* estremamente positivi anche sotto il profilo commerciale. Come già sottolineato in precedenza, comunque, il dato relativo

¹⁴⁷ Dati Cinetel. Anche in passato sono stati più volte sottolineati i fallimenti economici delle operazioni cinematografiche di Martinelli, che da sempre conta su budget di una certa consistenza: «Il boom per Martinelli arriva nel 2001, grazie a *Vajont - La diga del disonore*. 17 i miliardi di vecchie lire spesi per realizzare la pellicola, 6 quelli incassati al botteghino [...]. Nel 2003 Martinelli torna il sala con il pompatissimo e lanciattissimo thriller *Piazza delle Cinque Lune*. Ricchissimo il cast, per un budget di 16 milioni di euro [...]. Passati 3 anni Martinelli vira al terrorismo islamico con *Il Mercante di Pietre*. Una decina di milioni di euro il costo totale, 853.000 gli euro incassati. [...] Martinelli ci riprova nel 2008, con *Carnera: The Walking Mountain*. Anche in questo caso strabordante il budget, anche in questo caso ridicoli gli incassi: 260.000 euro» (Fonte: www.cineblog.it).

¹⁴⁸ Nota la polemica circa la presunta raccomandazione di Renzo Martinelli all'allora direttore di Rai Fiction, Agostino Saccà, da parte di Silvio Berlusconi, all'epoca dello scandalo intercettazioni di "vallettopoli".

¹⁴⁹ *Il mercato e l'industria del cinema in Italia. Rapporto 2008 della Fondazione Ente dello Spettacolo*, p. 85. Consultabile on-line al sito: www.cineconomy.com.

agli incassi ottenuti in sala da un determinato film non può ritenersi indice di un equivalente provento per la casa di produzione, né per la relativa casa di distribuzione, ma offre esclusivamente un parametro indicativo del successo di pubblico di tale film, in termini innanzitutto di visibilità ottenuta. Come specifica ancora Cineconomy, che si occupa da tempo di analizzare nello specifico i resoconti societari delle aziende operanti nel settore:

Nell'andamento dei costi e dei ricavi [...] si rispecchia in sostanza l'equilibrio generale, gestionale e finanziario, di un'impresa cinematografica, che è figlio anche del riscontro riscosso presso il pubblico dai film prodotti o distribuiti; ma non vi si può trovare alcun riflesso diretto dei veri risultati economici che ogni singola opera genera.¹⁵⁰

In sostanza, non è possibile sostenere un'equivalenza diretta tra gli incassi al botteghino di un film e il guadagno effettivo per la società che lo ha prodotto e/o distribuito, innanzitutto per l'estrema variabilità degli accordi che possono subentrare tra gli enti finanziatori di un progetto e le relative modalità di spartizione dei proventi.¹⁵¹ Stabilito ciò, è comunque verosimile che un buon

¹⁵⁰ *Il mercato e l'industria del cinema in Italia. op. cit.*, p. 107. All'interno dello studio si specifica inoltre: «Ciò vale a spiegare come non sia possibile ricavare dai bilanci ufficiali delle società – e perciò conoscere i veri assetti del settore e del suo mercato – alcuna indicazione sull'attività realmente svolta e soprattutto in quale regime d'operatività (se in partecipazione o no, ed eventualmente in quale misura). E si può comprendere come ogni eventuale considerazione dei risultati al box office quali ritorni economici di quello specifico titolo, in capo alle società che ne sono potenziali destinatrici, finisca per restare sempre abbastanza aleatoria, un po' sospesa nel vuoto, fine in fondo a se stessa. [...] Rispetto agli incassi globali generati dalle sale dell'esercizio si assegna comunque in genere alla distribuzione quale specifico comparto operativo un valore della produzione – consistente nei diritti di sfruttamento esercitati, al netto degli eventuali costi di promozione sostenuti e delle commissioni agli esercenti – compreso fra il 20% e il 30%» (*Ibidem*).

¹⁵¹ «Quale collettore di incassi sui vari canali, il sistema distributivo è al centro del processo di suddivisione delle risorse generate dal mercato della domanda. Le prassi di ripartizione seguono innumerevoli tipi di modulazioni secondo i diversi canali di diffusione, ma in genere – per quanto riguarda l'esercizio della prima visione, dove fanno testo le registrazioni Siae, al netto dei diritti d'autore riscossi dalla stessa Siae – si modellano su due principali matrici, in dipendenza del rapporto iniziale fra produttore e distributore. 1) Somma fissa o licenza *flat fee*. La casa di produzione non si assume il rischio di successo o insuccesso dell'opera e ne cede i diritti di sfruttamento - di solito ancor prima di avviare la lavorazione - alla compagnia di distribuzione in cambio di un importo fisso (licenza) che può essere preventivato in tre forme differenti: costo pieno industriale, a copertura dei costi artistici e tecnici di realizzazione attribuibili all'opera; costo pieno aziendale, comprensivo di un ricarico a coprire anche le spese generali e gli interessi finanziari sull'investimento; *cost-plus*, con l'aggiunta cioè di un profitto

risultato al botteghino sia quanto meno segnale di un investimento positivo per la società che ha realizzato il progetto, la quale tenderà ovviamente di replicare il successo – affidandosi al medesimo staff artistico o promuovendo opere simili – incrementando di conseguenza il margine di redditività dell’operazione (ovvero, accettando di assumersi qualche rischio d’impresa in più). Per citare un esempio, la realizzazione di *Gomorra* è costata all’incirca 5,8 milioni di euro. La casa produttrice Fandango vi ha investito con 01 Distribution di Rai Cinema 2,55 milioni, integrando i restanti 2 milioni con un contributo statale FUS in conto interessi (cioè sotto forma di prestito da rifondere). Sul mercato italiano il film ha incassato oltre 10,2 milioni di euro, che hanno generato per Fandango e il partner 01 Distribution 3,05 milioni, una volta dedotte le commissioni per l’esercizio e a compenso della stessa 01 per la distribuzione. L’investimento ha quindi rispettato la regola cui si conforma l’industria dell’intrattenimento internazionale: andare a pareggio con gli introiti del mercato domestico, per puntare eventualmente a ulteriori proventi con l’esportazione del prodotto-spettacolo.¹⁵² Cosa che in questo caso specifico è ampiamente avvenuta, con un guadagno di ulteriori 17 milioni di euro sul mercato mondiale, per un totale di più di 27 milioni di euro incassati finora dal film, e solo al botteghino.¹⁵³ Un tema, la camorra e in generale quello della malavita organizzata, che si dimostra tuttora tra i più proficui non solo sul mercato italiano, ma anche su quello estero (per citare un altro esempio in proposito, il film di Francesco Rosi, *Salvatore Giuliano* che incassò all’incirca 730 milioni di allora, classificandosi al nono

predeterminato in valore assoluto. 2) Percentuale del margine lordo. Il produttore si assume il rischio d’impresa. Può tuttavia scegliere se condividere o meno l’eventuale guadagno (appunto il margine lordo) con il distributore. In caso di assunzione completa il distributore - una volta stornata la licenza di noleggio agli esercenti - gli addebiterà soltanto le proprie spese e le proprie commissioni; in caso di condivisione il distributore gli accrediterà invece la parte di proventi corrispondenti alla sua quota di capitale investito. Di norma le imprese distributrici non hanno convenienza a detenere nella partnership meno del 50%, perché la sua commissione corrisponde generalmente al 30% del margine lordo e le spese di promozione, pubblicità e di diffusione fisica dell’opera che deve sostenere ammontano in media al 20% dello stesso margine lordo» (Ivi, p. 123). Cfr. anche G. TOMASI, *Il cinema e la misurazione delle performance*, Egea, Milano 2004.

¹⁵² Fonte: Fondazione Ente per lo Spettacolo - Cineconomy.

¹⁵³ Fonte: www.imdb.com.

posto tra i film italiani di maggior incasso nella stagione 1961-1962).¹⁵⁴ Vero è che il caso *Gomorra* va considerato come un'eccezione estremamente positiva per il genere che ci riguarda, riuscendo a raccogliere risultati che solo la commedia alla Neri Parenti o il film generazionale targato Moccia riescono ad ottenere,¹⁵⁵ come dimostrano i dati riportati nella tabella che segue:

TABELLA n. 2: Incassi, contributi ministeriali e costi di produzione.¹⁵⁶

Film	Regia	Incasso sala Italia	Contributi ministeriali	Costo di produzione ¹⁵⁷
Gomorra (2008)	Garrone, Matteo	10.175.071 (agg. 01/03/2009) 27.439.167 (Nel mondo) Fonte:	2.000.000	5.893.000
Caimano, II (2006)	Moretti, Nanni	6.795.777 (agg. 31/12/2006)	Non risulta.	N.P.

¹⁵⁴ Per il dato di incasso, fonte: M. PORRO, *Così Venezia bocciò Salvatore Giuliano*, edito dal *Corriere della Sera*, 11 agosto 1999. Per la classifica, fonte: www.hitparadeitalia.it

¹⁵⁵ Nel 2008, infatti, campione di incassi in Italia è la commedia di Neri Parenti, *Natale in crociera* con 23.461.775 euro, seguito dal film di Leonardo Pieraccioni, *Una moglie bellissima*, con 20.030.324 euro, quindi Carlo Verdone con *Grande grosso e verdone* che ha ottenuto 12.940.795 euro. Quarto Federico Moccia con *Scusa ma ti chiamo amore*, 12.670.074 euro, a cui segue, appunto, *Gomorra* di Matteo Garrone. Fonte: www.giornaledellospettacolo.it.

¹⁵⁶ I film sono elencati in ordine di incasso decrescente. Ogni cifra indicata è intesa in euro. Qualora la cifra si riferisse ad anni precedenti all'introduzione dell'euro, l'indicazione è stata convertita dal dato in lire. La fonte degli incassi in sala sul mercato italiano è Cinetel, tramite il sito www.cinemaitaliano.info, quando non diversamente segnalato. La fonte relativa ai costi di produzione è il sito www.imdb.it, quando non diversamente segnalato. La fonte relativa ai contributi alla produzione è la Direzione Generale per il Cinema. A riguardo, occorre precisare che i finanziamenti riportati in tabella sono intesi appunto quali contributi alla produzione (restano quindi esclusi ogni altro tipo di sostegno pubblico, come i contributi alla promozione, premi di qualità, contributi sugli incassi, così come eventuali sostegni da parte di Film Commission, Regioni, Amministrazioni comunali o fondi europei come Eurimages, che i film in questione possano aver comunque ricevuto).

¹⁵⁷ I dati relativi ai costi di produzione sono alquanto lacunosi e tendenzialmente indicativi. Qualora non reperiti, per mantenere un distinguo tra film a medio-alto budget e film a basso budget, si è tenuto conto della cifra accordata dalla Direzione Generale per il Cinema quale contributo alla produzione, la quale copre una quota variabile del costo complessivo di produzione. Tale percentuale varia infatti in funzione dei singoli progetti e delle successive modifiche apportate alla legge, ma non arriva mai al 100% del costo totale. Escluso il film di Sabina Guzzanti, *Le ragioni dell'aragosta* (2007), che ha ottenuto un finanziamento di 400mila euro, cifra che possiamo presumere non abbia coperto più del 40% del costo complessivo dell'operazione, tutti gli altri film hanno comunque ottenuto finanziamenti in media superiori al milione di euro, il che basta già di per sé a collocarli tra le produzioni a medio-alto budget.

Mio fratello è figlio unico (2007)	Luchetti, Daniele	6.356.741 (agg. 03/02/2008)	Non risulta.	5.000.000 Fonte: www.cinemaitalia no.info
The dreamers – I sognatori (2003)	Bertolucci, Bernardo	4.882.671 (agg. 29/08/2004) 14.000.000 c.a. (Nel mondo) Fonte: www.imdb.com	Non risulta.	10.000.000
Romanzo criminale (2005)	Placido, Michele	4.879.353 (agg. 01/10/2006)	Non risulta.	8.000.000
Divo, II (2008)	Sorrentino, Paolo	4.534.859 (agg. 19/10/2008)	1.700.000	5.700.000
Caro diario (1993)	Moretti, Nanni	4.286.812 [8.300.425.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	Non pervenuto.	2.324.000
Milano Palermo - Il ritorno (2007)	Fragasso, Claudio	3.976.000 (agg. 01/2008)	1.665.000	N.P.
Aprile (1998)	Moretti, Nanni	3.621.300 [7.011.809.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	Non risulta.	N.P.
Buongiorno notte (2003)	Bellocchio, Marco	3.299.671 (agg. 29/08/2004)	1.616.257	N.P.
Cento passi, I (2000)	Giordana, Marco Tullio	3.262.873 (agg. 06/02/2005)	1.143.952	N.P..
Vajont - La diga del disonore (2001)	Martinelli, Renzo	3.191.798 (agg. Luglio 2002) Fonte: www.imdb.it	2.974.791	8.800.000
Grande sogno, II (2009)	Placido, Michele	3.155.350 (agg. 08/11/2009)	1.400.000	8.000.000

Giovanni Falcone (1993)	Ferrara, Giuseppe	3.008.982 [5.826.200.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. Op. cit.	Non pervenuto.	N.P.
Vincere (2009)	Bellocchio, Marco	2.110.115 (agg. 16/05/2010)	1.500.000	7.000.000 Fonte: :www.cinemaitalia no.info
Viva Zapatero! (2005)	Guzzanti, Sabina	1.732.686 (agg. 18/12/2005)	Non risulta.	N.P.
Palermo-Milano Solo andata (1995)	Fragasso, Claudio	1.547.000 (agg. 12/2007)	994.179	N.P.
Quando sei nato non puoi più nasconderti (2005)	Giordana, Marco Tullio	1.485.173 (agg. 24/12/2006)	Non risulta.	N.P.
Luce del sole, Alla (2004)	Faenza, Roberto	1.402.646 (agg. 05/06/2005)	2.845.009	N.P.
Piccoli maestri, I (1998)	Luchetti, Daniele	1.303.712 (agg. 2004) Fonte: Siae - Direzione Generale per il Cinema	3.532.565	N.P.
Eroe borghese, Un (1995)	Placido, Michele	1.291.024 [2.499.771.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. Op. cit.	Non risulta	N.P.
Meglio gioventù, La (2003)	Giordana, Marco Tullio	1.224.431 (agg. 12/2003) 1.765.586 (agg. 4/07/2005) Nel mondo Fonte: www.imdb.it	Non risulta	N.P.
Lavorare con lentezza (2003)	Chiesa, Guido	1.058.224 (agg. 23/01/2005)	Non risulta	N.P.
Prima linea, La (2009)	De Maria, Renato	1.003.745 (agg. 10/01/2010)	1.500.000 Rifutato l'11/11/2009 a seguito della polemica sollevata con il Ministro Bondi.	5.000.000 Fonte: :www.cinemaitalia no.info

Tano da morire (1997)	Torre, Roberta	949.724 (agg. 19/05/2000)	929.622	N.P.
Dolce e l'amaro, II (2007)	Porporati, Andrea	937.533 (agg. 09/03/2008)	1.950.000	N.P.
Fascisti su marte (2006)	Guzzanti, Corrado - Skofic, Igor	876.132 (agg. 04/02/2007)	Non risulta	N.P.
Partigiano Johnny, II (2000)	Chiesa, Guido	872.984 (agg. 2004) Fonte: Siae - Direzione Generale per il Cinema	3.010.943	N.P.
Barbarossa (2009)	Martinelli, Renzo	835.469 (agg. 22/11/2009)	1.600.000	30.000.000 Fonte: www.cinemaitalia no.info
Masseria delle allodole, La (2007)	Taviani, Paolo e Vittorio	750.799 (agg. 09/09/2007)	1.875.000	N.P.
Fortapasc (2009)	Risi, Marco	731.578 (agg. 14/03/2010)	1.800.000	N.P.
Pasolini, un delitto italiano (1995)	Giordana, Marco Tullio	686.763 [1.329.757.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	Non risulta	N.P.
Placido Rizzotto (2000)	Scimeca, Pasquale	660.000 (agg. 12/2004) Fonte: Siae - Da PECORARO S. (et al.), <i>Lo stato delle cose: vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano</i> , Roma, Anac, 2008;	148.223 Fonte: PECORARO S. (et al.), <i>Lo stato delle cose: vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano</i> , Roma, Anac, 2008;	1.892.605,66 [Spese totali di realizzazione] Fonte: PECORARO S. (et al.), <i>Lo stato delle cose: vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano</i> , Roma, Anac, 2008;
Piazza delle cinque lune (2003)	Martinelli, Renzo	480.600 (agg. Aprile 2007)	2.734.579	16.000.000
Testimone a rischio (1997)	Pozzessere, Pasquale	454.952 [880.919.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	Non risulta.	N.P.

Ragioni dell'aragosta, Le (2007)	Guzzanti, Sabina	426.885 (agg. 28/10/2007)	400.000	N.P.
Alla rivoluzione sulla due cavalli (2001)	Sciarra, Maurizio	369.544 (agg. 2005) Fonte: Siae - Direzione Generale per il Cinema	Non risulta.	N.P.
Banchieri di Dio - Il caso calvi, I (2001)	Ferrara, Giuseppe	363.956 (agg. Aprile 2007)	2.528.056	3.615.198 [circa 7.000.000.000lire]
Pianese Nunzio, 14 anni a maggio (1996)	Capuano, Antonio	332.671 [644.141.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	516.457	N.P.
Private (2004)	Costanzo, Saverio	322.638 (agg. 06/11/2005)	Non risulta.	N.P.
Segreti di Stato (2003)	Benvenuti, Paolo	306.734 (agg. Aprile 2007)	2.006.266	N.P.
Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni (2003)	Vicentini Orgnani, Ferdinando	241.713 (agg. Aprile 2007)	2.822.312	N.P.
Angela (2002)	Torre, Roberta	212.168 (agg. 05/08/2006)	2.437.677	N.P.
Fuggiasco, Il (2003)	Manni, Andrea	180.483 (agg. Aprile 2007)	2.270.226	N.P.
Siciliana ribelle, La (2008)	Amenta, Marco	158.622 (agg. 26/04/2009) 64.000 (Primo Week-end) Fonte: www.mymovies.it	750.000 <i>[Opere prima e seconda]</i>	N.P.
Fine pena mai	Barletti, Davide - Conte, Lorenzo <i>(Fluid Video Crew)</i>	109.655 (agg. 16/03/2008)	800.000	N.P.
Uomo di vetro, L' (2007)	Incerti, Stefano	90.884 (agg. 11/11/2007)	1.650.000	N.P.

Segreto di Stato - Forze oscure (1995)	Ferrara, Giuseppe	83.635 (agg. Aprile 2007)	1.296.823	N.P.
Luna rossa (2001)	Capuano, Antonio	76.445 (agg. Maggio 2005)	1.622.708	N.P.
Trasformista, II (2002)	Barbareschi, Luca	70.352 (agg. 12/2002)	1.708.125	N.P.
Vento di terra (2004)	Marra, Vincenzo	56.473 (agg. 24/10/2004)	2.433.630	N.P.
Riconciliati (2000)	Polizzi, Rosalia	7.610 (agg. Aprile 2007)	1.170.291	N.P.
Angeli di Borsellino - Scorta QS21, Gli (2003)	Cesareo, Rocco	N.P.	Non risulta.	2.000.000
Tornando a casa (2001)	Marra, Vincenzo	N.P.	1.032.552	N.P.

Come si può notare, la media di incasso in sala si attesta attorno ai 2 milioni di euro, con circa 15 film sopra la media e i restanti 37 al di sotto. Fatta esclusione per i due “*homines novi*” della cinematografia italiana, Matteo Garrone e Paolo Sorrentino, registi relativamente giovani e assurti in tempi recenti a punte di diamante della produzione *made in Italy*, a collocarsi oltre la media degli incassi sono i “soliti noti” del cinema impegnato: Nanni Moretti, seguito a ruota dal figlioccio adottivo Daniele Luchetti, Bernardo Bertolucci, Michele Placido, Marco Bellocchio e Marco Tullio Giordana, con due incursioni abbastanza aleatorie, l’una di Renzo Martinelli con *Vajont*, l’altra di Giuseppe Ferrara con *Giovanni Falcone*. Presenza estemporanea, invece, quella di Claudio Fragasso, regista di genere horror e *social-thriller*, che ottiene buoni risultati al botteghino con *Milano-Palermo: il ritorno*, sequel del film di mafia *Palermo-Milano: solo andata*, girato più di 12 anni prima. Ma prima di concentrarci sulle personalità che operano all’interno del genere, vale la pena aprire una parentesi su chi rende tutto ciò possibile, ovvero sulle diverse case di

produzione coinvolte, per cercare di capire da chi sono composte, come sono strutturate, quale la loro strategia d'impresa (laddove presente) e, soprattutto, perché scelgono di investire risorse ed energie in questo tipo di progetti.

4.1 La produzione.

Nell'agosto 2010 il teologo Vito Mancuso solleva dalle pagine del quotidiano *La Repubblica* una polemica autocritica con cui invita gli autori che come lui pubblicano per Mondadori a disertare la casa editrice per motivi di carattere etico.¹⁵⁸ Al centro della questione l'ennesimo scandalo sollevato dal quotidiano in tema di conflitti di interesse e di leggi *ad personam* varate dai vari governi del Cavaliere – la cui famiglia è proprietaria della società editrice – e nello specifico il condono fiscale concesso all'azienda di Segrate grazie al decreto incentivi del 22 maggio 2010.¹⁵⁹ Un conflitto etico-morale che colpisce la coscienza di Mancuso, il quale scrive:

Come posso fondare il mio pensiero sul bene e sulla giustizia, e poi contribuire al programma editoriale di un'azienda che a quanto pare, godendo di favori parlamentari ed extra-parlamentari, pagherebbe al fisco solo una minima parte (8,6 milioni versati) di un antico ed enorme debito (350 milioni dovuti)? Come posso fare dell'etica la stella polare della mia teologia e poi pubblicare i miei libri con un'azienda che non solo dell'etica ma anche del diritto mostrerebbe, in questo caso, una concezione alquanto singolare?¹⁶⁰

Al di là della polemica in sé, spentasi alquanto in fretta e scarsamente in grado di collezionare adesioni tra intellettuali e scrittori variabilmente legati alla Mondadori (per la quale ha pubblicato, lo ricordiamo, anche Roberto Saviano, giornalista e autore del *best-seller* mondiale *Gomorra*), quel che interessa in

¹⁵⁸ V. MANCUSO, *Io, autore Mondadori e lo scandalo "ad aziendam"*, *La Repubblica*, 21 agosto 2010, pubblicato anche on line sul sito del quotidiano.

¹⁵⁹ M. GIANNINI, *Mondadori salvata dal Fisco. Scandalo "ad aziendam" per il Cavaliere*, *La Repubblica*, 19 agosto 2010, pubblicato anche on line sul sito del quotidiano.

¹⁶⁰ V. MANCUSO, *Io, autore Mondadori e lo scandalo "ad aziendam"*, *op. cit.*

questa sede è il concetto che sta alla base del moto di coscienza di Mancuso, ovvero il tema del “chi mette i soldi e chi ci guadagna” in ambito di produzioni culturali. Vale a dire, l’etica del mecenate che finanzia e l’onestà intellettuale di chi riceve il finanziamento. Un tema difficilmente risolvibile sul piano generale, visto e considerato che di mecenati illuminati ve ne sono pochi in circolazione e che il grado di “illuminazione”, soprattutto, è alquanto difficile da definire, specie in un sistema come quello italiano in cui le più importanti e prestigiose aziende dell’industria culturale sono in larga parte riconducibili al colosso imprenditoriale della famiglia Berlusconi, mecenate quanto meno *sui generis*.

Sotto questo aspetto, anche il settore cinematografico paga inevitabilmente pegno. E il pegno è ancora più oneroso quando il prodotto finanziato è in qualche modo latore di valori etici e morali, come appunto sono i testi di Mancuso e la stragrande maggioranza dei film di genere politico. Com’è noto, all’interno dell’industria del cinema italiano vige il medesimo duopolio che caratterizza anche il sistema televisivo, con la presenza al vertice di due conglomerate nazionali: l’una afferente all’area pubblica (la Rai), l’altra in territorio privato (la capogruppo Fininvest-Mediaset, che incorpora le controllate a marchio Medusa).¹⁶¹ Eppure, a differenza del settore televisivo in cui il duopolio è strutturale, dettato cioè dall’impossibilità tecnica di accesso alle frequenze e di sostenimento dei costi (limite che l’avvento del digitale dovrebbe incrinare, ma il condizionale è ancora d’obbligo), il settore della produzione cinematografica può contare ancora sulla presenza di una vasta

¹⁶¹ Come dimostra l’elaborazione sviluppata da Cineconomy, sulla base dei dati e dei bilanci Cerved, Infocamere-Registro delle imprese e Borsa Italiana per l’anno 2007, il Gruppo Rai ha ottenuto dal settore cinema un ricavo pari a 473.722.683 euro, classificandosi al primo posto tra le aziende del settore, seguito dalla statunitense The Walt Disney Co., che ha ricavato per il comparto della distribuzione 314.159.019 euro, quindi dal Gruppo Fininvest-Mediaset con 255.717.000 euro. Si mettono in evidenza altre quattro società: il Gruppo Cattleya, quattordicesimo con 58.114.398 euro; il Gruppo Fandango, diciannovesimo con 40.713.809 euro; il Gruppo Occhipinti, ventiduesimo con 22.724.578 euro; il Gruppo Sacher, trentaseiesimo con 7.321.237 euro. La classifica conteggia anche aziende impegnate esclusivamente nel settore dell’esercizio e/o della distribuzione. Volendo quindi riferirsi solo all’ambito produttivo, i quattro gruppi di cui sopra slitterebbero rispettivamente alla nona, 14esima, 15esima e 21esima posizione. Cfr. *Il mercato e l’industria del cinema in Italia. Rapporto 2008 della Fondazione Ente dello Spettacolo, op. cit., p. 140.*

pluralità di operatori, tra cui una selezionata cerchia di cosiddette “indie” italiane, società indipendenti di dimensioni medio-piccole tra cui svolgono compito di traino i due raggruppamenti di Cattleya e Fandango.

Questo aspetto, unito alla questione morale sollevata da Mancuso di cui si diceva,¹⁶² spiegherebbe perché una società come Medusa mostri una presenza relativamente marginale nell’ambito specifico della produzione di film politici, quanto meno rispetto a Rai Cinema, presente direttamente o in accordi di coproduzione e/o collaborazione in quasi la metà dei film selezionati.

Per comodità di sintesi, riportiamo di seguito un prospetto relativo alle diverse società di produzione, italiane e straniere, intervenute per ogni singolo progetto preso in esame, evidenziando tra queste la casa che potremmo considerare capofila in quanto principale promotrice dell’operazione:

TABELLA n. 3: Società di produzione.

Film	Regia	Società italiane in coproduzione o collaborazione	Società estere in coproduzione o collaborazione
Barbarossa (2009)	Martinelli, Renzo	- MARTINELLI FILM COMPANY INT. - ATLANTIDE ENTERTAINMENT (coprod.) - RAI CINEMA (coprod.) - RAI FICTION (coll.)	- NACOMM (coll.)
Fortapasc (2009)	Risi, Marco	- BI. BI. FILM - GRUPPO MINERVA INTERNATIONAL (coprod.) - RAI CINEMA (coprod.)	---

¹⁶² Un esempio a riguardo lo rintracciamo nelle parole di Eugenio Scalfari, fondatore della *Repubblica* nonché scrittore per Einaudi, che in risposta alla polemica sollevata da Vito Mancuso cita un’esperienza personale legata al settore della cinematografia: «Due anni fa la casa cinematografica Medusa di proprietà della Fininvest mi informò che era interessata a fare un film utilizzando come soggetto un mio romanzo intitolato *La ruga sulla fronte*. In quello stesso giro di mesi la Medusa stava realizzando il film *Baaria* con Giuseppe Tornatore. Accettai la proposta e si arrivò fino alla stesura del copione, ma a quel punto accadde un fatto: il presidente della Medusa, Carlo Rossella, intervenendo alla trasmissione televisiva *Ballarò* e pochi giorni dopo a quella di *Porta a porta*, fece affermazioni molto gravi e a mio avviso faziose in favore di Berlusconi e si lasciò andare a veri e propri insulti contro i partiti di opposizione. Scrisi dunque alla Medusa rescindendo il rapporto che avevo con lei». (E. SCALFARI, *Gli scrittori, i libri e il conflitto di interessi*, *La Repubblica*, 25 agosto 2010).

Grande sogno, II (2009) Coproduzione Italia – Francia	Placido, Michele	- TAODUE FILM - MEDUSA FILM (coll.)	- BABE FILMS (coprod.) - Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.)
Prima linea, La (2009) Coproduzione Italia – Belgio	De Maria, Renato	- LUCKY RED - RAI CINEMA (coprod.) - MEDUSA FILM (coll.)	- RTBF (coprod.) - LES FILMS DU FLEUVE (coprod.) - Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.) - QUICKFIRE FILMS LIMITED (coll.)
Vincere (2009) Coproduzione Italia – Francia	Bellocchio, Marco	- OFFSIDE - RAI CINEMA (coprod.) - ISTITUTO LUCE (coll.)	- CELLULOID DREAMS PRODUCTIONS (coprod.)
Divo, II (2008) Coproduzione Italia – Francia	Sorrentino, Paolo	- INDIGO FILM - LUCKY RED (coprod.) - PARCO FILM (coprod.)	- BABE FILMS (coprod.) - STUDIOCANAL (coll.) - ARTE FRANCE CINÉMA (coll.) - Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.)
Gomorra (2008)	Garrone, Matteo	- FANDANGO - RAI CINEMA (coprod.)	- Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.)
Fine pena mai (2008) Coproduzione Italia – Francia	Barletti, Davide - Conte, Lorenzo (<i>Fluid Video Crew</i>)	- CLASSIC - VERDEORO (coprod.) - FLUID VIDEO CREW (coprod.)	- PARADIS FILM (coprod.)
Siciliana ribelle, La (2008)	Amenta, Marco	- R&C PRODUZIONI - RAI CINEMA (coll.)	- EUROFILM - ROISSY FILMS (coprod.)
Dolce e l'amaro, II (2007)	Porporati, Andrea	- SCIARLO' - MEDUSA FILM (coll.)	- Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.)
Masseria delle allodole, La (2007) Coproduzione Italia – Bulgaria – Spagna – Francia – GB	Taviani, Paolo e Vittorio	- AGER 3 - RAI CINEMA (coll.) - EAGLE PICTURES (coll.)	- NIMAR STUDIOS (coprod.) - SAGRERA TV (coprod.) - FLACH FILM PARIS (coprod.) - FRANCE 2 CINÉMA (coprod.) - TVE (coll.) - CANAL + (coll.) - 27 FILM PRODUCTION (coll.) - ARD DEGETO (coll.)

Milano Palermo - Il ritorno (2007)	Fragasso, Claudio	- GLOBE FILMS - SANMARCO srl (coll.)	---
Mio fratello è figlio unico (2007) Coproduzione Italia – Francia	Lucchetti, Daniele	- CATTLEYA	- BABE FILMS (coprod.)
Ragioni dell'aragosta, Le (2007)	Guzzanti, Sabina	- SECOL SUPERBO E SCIOCCO PRODUZIONI srl - STUDIOUNO srl (coprod.) - FANDANGO (coll.)	---
Uomo di vetro, L' (2007)	Incerti, Stefano	- RED FILM - RAI CINEMA (coprod.)	---
Caimano, Il (2006) Coproduzione Italia – Francia	Moretti, Nanni	- SACHER FILM	- BAC FILMS PARIS (coprod.) - STEPHAN FILMS PARIS (coprod.) - FRANCE 3 CINÉMA PARIS (coprod.) - WILD BUNCH (coll.) - CANAL + (coll.) - CINECINEMA (coll.)
Fascisti su Marte (2006)	Guzzanti, Corrado Skofic, Igor	- FANDANGO - STUDIOUNO srl (coprod.) - KIPLI ENTERTAINMENT (coprod.)	---
Quando sei nato non puoi più nasconderti (2005) Coproduzione Italia – Francia - GB	Giordana, Marco Tullio	- CATTLEYA - RAI CINEMA (coprod.)	- BABE FILMS (coprod.) - AQUARIUS FILM (coprod.)
Romanzo criminale (2005) Coproduzione Italia – Francia – GB	Placido, Michele	- CATTLEYA	- BABE FILMS - WARNER BROS. ITALIA (coll.) - AQUARIUS FILM (coprod.)
Viva Zapatero! (2005)	Guzzanti, Sabina	- SECOL SUPERBO E SCIOCCO PRODUZIONI srl - STUDIOUNO srl (coprod.) - A.L.B.A. PRODUZIONI (coprod.)	---

Luce del sole, Alla (2004)	Faenza, Roberto	- JEAN VIGO ITALIA	---
Private (2004)	Costanzo, Saverio	- OFFSIDE - ISTITUTO LUCE (coprod.) - CYDONIA (coprod.) - RAI CINEMA (coll.)	---
Vento di terra (2004)	Marra, Vincenzo	- R&C PRODUZIONI	---
Angeli di Borsellino - Scorta QS 21, Gli (2003)	Cesareo, Rocco	- SILVA FILM	---
Buongiorno notte (2003)	Bellocchio, Marco	- FILM ALBATROS - RAI CINEMA (coprod.)	- Fox International Channels Italy per SKY CINEMA (coll.)
Dreamers, The – I sognatori (2003) Coproduzione Italia – Francia - GB	Bertolucci, Bernardo	- MEDUSA FILM	- RECORDED PICTURE COMPANY (coprod.) - PENINSULA FILMS (coprod.)
Fuggiasco, Il (2003)	Manni, Andrea	- RAI CINEMA	---
Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni (2003)	Vicentini Orgnani, Ferdinando	- EMME PRODUZIONI - GAM FILM (coprod.)	---
Lavorare con lentezza (2003) Coproduzione Italia – Francia	Chiesa, Guido	- FANDANGO - MEDUSA FILM (coprod.)	- LES FILMS DES TOURNELLES (coprod.) - ROISSY FILMS (coprod.)
Meglio gioventù, La (2003)	Giordana, Marco Tullio	- BI. BI. FILM - RAI CINEMA (coprod.)	---
Piazza delle cinque lune (2003) Coproduzione Italia – GB	Martinelli, Renzo	- MARTINELLI FILM COMPANY INT - ISTITUTO LUCE (coprod.)	- SPACE BLU STAR LTD (coprod.) - BOX FILM (coll.)
Segreti di Stato (2003)	Benvenuti, Paolo	- FANDANGO	---
Angela (2002)	Torre, Roberta	- RITA RUSIC COMPANY - MOVIEWEB (coprod.)	---
Trasformista, Il (2002)	Barbareschi, Luca	- CASANOVA ENTERTAINMENT	---

Alla rivoluzione sulla due cavalli (2001)	Sciarra, Maurizio	- PANTER FILM - RAI FICTION (coprod.) - SINTRA srl (coprod.)	- MICA FILMS (coll.) - TELE+ (coll.)
Banchieri di Dio - Il caso Calvi, I (2001)	Ferrara, Giuseppe	- SISTINA CINEMATOGRAFICA - METROPOLIS FILM (coprod.) - RAI FICTION (coll.)	- TELE + (coll.)
Luna rossa (2001)	Capuano, Antonio	- POETICHE CINEMATOGRAFICHE	---
Tornando a casa (2001)	Marra, Vincenzo	- CLASSIC	---
Vajont - La diga del disonore (2001) Coproduzione Italia - Francia	Martinelli, Renzo	- MARTINELLI FILM COMPANY INT. - RAI CINEMA (coprod.)	- CANAL + (coprod.) - SDP FILMS (coprod.) - LES PRODUCTIONS BAGHEERA (coprod.)
Cento passi, I (2000)	Giordana, Marco Tullio	- TITTI FILM - RAI CINEMA (coprod.)	- TELE + (coll.)
Partigiano Johnny, II (2000)	Chiesa, Guido	- FANDANGO	- TELE + (coll.)
Placido Rizzotto (2000)	Scimeca, Pasquale	- ARBASH SOCIETÀ COOPERATIVA - RAI CINEMA (coprod.)	---
Riconciliati (2000)	Polizzi, Rosalia	- TECNOVISUAL	---
Aprile (1998) Coproduzione Italia - Francia	Moretti, Nanni	- SACHER FILM - RAI (coll.)	- BAC FILMS (coprod.) - CANAL+ (coll.) - LA SEPT CINÉMA (coprod.) - LES FILMS ALAIN SARDE (coll.)
Piccoli maestri, I (1998)	Lucchetti, Daniele	- CECCHI GORI ¹⁶³	---
Tano da morire (1997)	Torre, Roberta	- DANIA FILM - LUCKY RED (coprod.) - ASP (coll.) - RAI 3 (coll.)	- TELE + (coll.) - VIP - NATIONAL AUDIOVISUAL (coll.)

¹⁶³ Al momento attuale (settembre 2010) la Cecchi Gori conserva solo il marchio, dal momento che è in amministrazione straordinaria e affidata di fatto all'imprenditore pratese Marco Duradoni, azionista al 25%, che già guida la General Video (2,7 milioni di proventi) di sua proprietà con la quale produce i Dvd di Roberto Benigni, più altre due strutture di minore entità (DDD e Myra Film, che controlla all'80% e al 50%).

Testimone a rischio (1997)	Pozzessere, Pasquale	- TAODUE FILM - ISTITUTO LUCE (coprod.) - MEDIASET (coll.)	---
Pianese Nunzio, 14 anni a maggio (1996)	Capuano, Antonio	- A.M.A. FILM - Gianni Minervini - ISTITUTO LUCE (coprod.) - G.M.F. - Gian Mario Feletti (coll.) - MEDIASET (coll.)	---
Eroe borghese, Un (1995) Coproduzione Italia – Francia	Placido, Michele	- TAODUE FILM - ISTITUTO LUCE (coprod.) - MEDIASET (coll.)	- CANAL + (coprod.) - MACT PRODUCTIONS (coprod.) - CORSAN PRODUCTIONS (coprod.)
Palermo-Milano solo andata (1995)	Fragasso, Claudio	- GLOBE FILMS	---
Pasolini, un delitto italiano (1995)	Giordana, Marco Tullio	- CECCHI GORI	- FLACH FILM (coprod.)
Segreto di Stato - Forze oscure (1995)	Ferrara, Giuseppe	- DANIA FILM - FILMTRE (coprod.)	ANDROMEDA PRODUCTIONS (coprod.)
Caro diario (1993)	Moretti, Nanni	- SACHER FILM - RAI (coll.)	- BANFILM (coprod.) - LA SEPT CINÉMA (coprod.) - CANAL + (coll.)

Il panorama è alquanto variegato,¹⁶⁴ con una predominanza del comparto pubblico che interviene attraverso la partecipazione di Rai Cinema, impegnata direttamente nel co-produrre il film e/o tramite accordi di distribuzione con la controllata 01 Distribution. Relativamente alta anche la percentuale di co-

¹⁶⁴ Il dato rispecchia la situazione italiana nel suo complesso, caratterizzata da un'ampia quantità di operatori nel settore della produzione. Come evidenzia lo studio sviluppato da Cineconomy: «Di 306 operatori che hanno messo in varia forma il proprio nome in calce ai 261 film licenziati nel biennio [2007-2008], solamente il 13,0% può vantare una certa continuità di progettazione e d'impegno: l'8,4% al livello minimo (un titolo all'anno) e il 4,6% in forme e misure più intensive» (*Il mercato e l'industria del cinema in Italia. Rapporto 2008* della Fondazione Ente dello Spettacolo, *op. cit.*, p. 160).

produzioni estere (circa il 35% dei film in analisi), in prevalenza con partner francesi (come da storica tradizione).¹⁶⁵

Entrando nello specifico di ogni singola casa di produzione italiana (tralascieremo di analizzare case di produzione estere ed altre società non direttamente ascrivibili al comparto della produzione cinematografica), rileviamo quanto segue:

TABELLA n. 4: Analisi delle case di produzione italiane.¹⁶⁶

Società	Proprietà	Anno	Note relative alla società di produzione o ai titolari della proprietà
A.l.b.a. Produzioni (Roma)	Ferdinando Vicentini Orgnani	1990	Società del regista Ferdinando Vicentini Orgnani (Milano, 1963). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2010 - <i>Draquila, l'Italia che trema</i> (Sabina Guzzanti) 2008 - <i>Percorsi di pace</i> (Ferdinando Vicentini Orgnani) 2005 - <i>Viva Zapatero!</i> (Sabina Guzzanti)
Ager 3 / Filmtre (Roma)	Claudio Grassetto, Grazia Volpi	1988	La AGER 3 produce anche tv movies e serie televisive come <i>Il commissario De Luca</i> (2008), <i>Luisa Sanfelice</i> (2004), <i>Il compagno</i> di Francesco Maselli (1999). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2010 - <i>L'isola dell'angelo caduto</i> (Carlo Lucarelli) 2008 - <i>Forse Dio è malato</i> (Franco Brogi Taviani) 2007 - <i>La masseria delle allodole</i> (F.lli Taviani) 1997 - <i>Tiburzi</i> (Paolo Benvenuti)
A.M.A. Film (Roma)	Gianni Minervini	1985	Gianni Minervini (Napoli, 1938) inizia la sua carriera con con P. Avati, per poi lavorare con Giuseppe Bertolucci (<i>Berlinguer ti voglio bene</i> , 1977; <i>Segreti segreti</i> , 1984; <i>Strana la vita</i> , 1987) e Antonio Capuano.

¹⁶⁵ Nell'arco di tempo dal 2000 al 2008 compresi sono stati coprodotti circa 29 film all'anno, ovvero circa ¼ rispetto alla media della produzione di film in Italia ogni anno. Fonte: *Il cinema italiano in numeri (anni solari dal 2000 al 2008)* a cura dell'Ufficio Studi/Ced Anica.

¹⁶⁶ Dati e informazioni sono stati raccolti tramite una pluralità di fonti: siti internet ufficiali delle specifiche case di produzione, portali internet dedicati al cinema (www.mymovies.it, www.cinemaitaliano.info, ecc), wikipedia e i rapporti 2008 e 2009 redatti dalla Fondazione Ente per lo Spettacolo – Cineconomy.

			<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>1998 – <i>Polvere di Napoli</i> (Antonio Capuano) 1996 - <i>Pianese Nunzio 14 anni a maggio</i> (A. Capuano) 1991 – <i>Mediterraneo</i> (Giuseppe Salvatores) 1990 – <i>Turné</i> (G. Salvatores) 1989 - <i>Marrakech Express</i> (G. Salvatores)</p>
Arbash società cooperativa (Palermo)	Pasquale Scimeca, Rosario Calanni Macchio, Piero Li Pani, Rosa Scimeca	1989	<p>Società del regista Pasquale Scimeca (Aliminusa, 1956).</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2010 - <i>Malavoglia</i> (Pasquale Scimeca) 2008 - <i>Il cavaliere sole</i> (Pasquale Scimeca) 2007 - <i>Rosso Malpelo</i> (Pasquale Scimeca) 2005 - <i>La passione di Giosuè l'ebreo</i> (Pasquale Scimeca) 2000 - <i>Placido Rizzotto</i> (Pasquale Scimeca)</p>
Archimede (Roma)	Matteo Garrone	1997	<p>Società del regista Matteo Garrone (Roma, 1968).</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Pranzo di ferragosto</i> (Gianni Di Gregorio) 2000 - <i>Estate Romana</i> (Matteo Garrone) 1997 - <i>Terra di mezzo</i> (Matteo Garrone)</p>
Atlantide Entertainment (Torino, Roma, Milano)	Stefano Cristino Luca Confortini Yuri Storasi, Serena Abrignani	N.P.	<p>ATLANTIDE nasce dall'aggregazione di un gruppo di professionisti del settore cinematografico e di imprenditori privati.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Barbarossa</i> (Renzo Martinelli)</p>
Bi. Bi. Film (Roma)	Angelo Barbagallo	2002	<p>Angelo Barbagallo (Roma, 1958) si forma alla direzione di produzione poco più che ventenne lavorando a <i>Gli occhi, la bocca</i> (1982) di Marco Bellocchio. Interessato al cinema di qualità, consolida la sua scelta professionale quando nel 1986 fonda assieme a Nanni Moretti la SACHER FILM, da cui esce nel 2007.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Fortapàsc</i> (Marco Risi) 2008 - <i>Sanguepazzo</i> (Marco Tullio Giordana) 2003 - <i>La meglio gioventù</i> (Marco Tullio Giordana)</p>
Casanova Entertainment (Roma)	Luca Barbareschi	1990	<p>Casa di produzione cinematografica e teatrale fondata dall'attore Luca Barbareschi. Dal 2008 Barbareschi è stato eletto deputato tra le fila del Pdl. Nel 2010 ha aderito al partito creato da Gianfranco Fini, Futuro e Libertà.</p>

			<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 – <i>Il piccolo</i> (Maurzio Zaccaro) 2002 – <i>Il trasformista</i> (Luca Barbareschi)</p>
Cattleya (Roma)	Riccardo Tozzi, Marco Chimenz, Giovanni Stabilini	1995	<p>Secondo il registro delle imprese CATTLEYA è stata fondata nel settembre 1995 (le note di stampa solitamente ne fanno risalire la fondazione al settembre 1997), da Riccardo Tozzi, allora capo delle produzioni di Mediaset, e ha visto l'ingresso nel 1999 quali nuovi soci di Giovanni Stabilini, ex direttore generale Mediaset, e Marco Chimenz, ex vicepresidente Medusa e responsabile della rappresentanza Medusa e Mediaset di Los Angeles. Ai tre azionisti si sono affiancati nel 2000 DE AGOSTINI COMMUNICATIONS e il fondo di private equity IMI INVESTIMENTI, entrambi con il 10% e alla fine del 2008 UNIVERSAL PICTURES, col 20%, per cui conservano attualmente il 20% a testa. Cattleya spa controlla anche RADIOCATTLEYA SRL e OLYMPIA ENTERTAINMENT LIMITED, ma resta una società votata alla produzione cinematografica (vi realizza il 98,95% del fatturato), in linea con gli obiettivi e l'approccio prettamente industriale e manageriale dei suoi tre promotori, che si dividono le cariche di presidente (Tozzi) e di amministratori delegati.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2010 - <i>La nostra vita</i> (Daniele Luchetti) 2009 - <i>Le ombre rosse</i> (Francesco Maselli) 2007 - <i>Mio fratello è figlio unico</i> (Daniele Luchetti) 2005 - <i>Quando sei nato non puoi più nasconderti</i> (Marco Tullio Giordana) 2005 - <i>Romanzo criminale</i> (Michele Placido) 2003 - <i>Io non ho paura</i> (Gabriele Salvatores) 2002 - <i>El Alamein</i> (Enzo Monteleone)</p>
Classic (Roma)	Amedeo Pagani	2000	<p>La CLASSIC nasce nel 2000 dall'esperienza del produttore Amedeo Pagani. Rivolta ad un cinema d'autore e intellettuale, ha prodotto con la società <i>Storie</i> varie opere di Theo Angelopoulos. La scelta del cinema d'autore e dell'apertura ad un panorama internazionale è attestato dall'impegno dimostrato nel produrre i primi lavori di Marco Bechis (<i>Garage Olimpo</i>) e di Vincenzo Marra (<i>Tornando a casa</i>) o l'ultimo lavoro di Kar-Wai.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Birdwatchers</i> (Marco Bechis) 2008 - <i>Diario di uno scuro</i> (Davide Barletti)</p>

			<p>2008 - <i>Fine pena mai</i> (Davide Barletti, Lorenzo Conte)</p> <p>2001 - <i>Tornando a casa</i> (Vincenzo Marra)</p> <p>2000 - <i>Garage Olimpo</i> (Marco Bechis)</p>
Clemi Cinematografica (Roma)	Giovanni Di Clemente	1977	<p>Giovanni Di Clemente (Roma, 1948) è produttore, vincitore di 2 David di Donatello nel 1986 con <i>Speriamo che sia femmina</i> e nel 1994 con <i>Giovanni Falcone</i>.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2003 - <i>Gli angeli di Borsellino</i> (Cesareo Rocco)</p> <p>1993 - <i>Giovanni Falcone</i> (Giuseppe Ferrara)</p> <p>1988 - <i>I picari</i> (Mario Monicelli)</p> <p>1986 - <i>Speriamo che sia femmina</i> (Mario Monicelli)</p>
Dania film (Roma)	Luciano Martino	1966	<p>Luciano Martino (Roma, 1933) è produttore, regista, attore e sceneggiatore, fratello del regista Sergio Martino. Ha prodotto oltre 100 film, principalmente tra gli anni '60 e '80, quasi tutti appartenenti al filone del cosiddetto cinema di genere, molti dei quali in collaborazione con Mino Loy. Storico produttore di film cosiddetti di serie B, dai Pierino di Vitali, a Lino Banfi.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>L'allenatore nel pallone 2</i> (Martino)</p> <p>2006 - <i>Il regista di matrimoni</i> (Bellocchio)</p> <p>1997 - <i>Tano da morire</i> (Roberta Torre)</p> <p>1995 - <i>Segreto di Stato</i> (Giuseppe Ferrara)</p> <p>1973 - <i>Giovannona Coscialunga</i> (Martino)</p>
Eagle Pictures (Roma)	Tarak Ben Ammar dal 2007 [già, Ciro e Stefano Dammicco]	1986 (dist) 2007 (prod)	<p>EAGLE PICTURES è una società di distribuzione e produzione cinematografica italiana, fondata dai fratelli Dammicco nel 1986. Dalla sua creazione fino alla metà degli anni '90, la Eagle lavora esclusivamente nel mercato <i>home video</i>. Dalla metà degli anni '90 inizia l'attività di distribuzione. Dal 2007 è attiva anche nel campo della produzione.</p> <p>Ciro Dammicco (Bari, 1947) ha iniziato la carriera artistica come musicista e compositore nei primi anni '70. Negli anni '80 ha avviato la carriera di produttore televisivo, negli USA, dove ha vissuto per oltre dieci anni. Nel 1983 ha ideato e fondato il canale televisivo Videomusic. Nel 1986 ha fondato la EAGLE PICTURES.</p> <p>Nel 2007 la maggioranza del capitale passa all'imprenditore franco-tunisino Tarak Ben Ammar, titolare della compagnia di produzione e distribuzione francese <i>Quinta Communications</i> (già socio di Silvio Berlusconi). La Eagle Pictures viene quindi inserita in un network che ruota attorno a <i>Alliance Film Europe</i>.</p>

			Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2007 - <i>La masseria delle allodole</i> (Taviani)
Emme Produzioni (Torino)	Marisa Grieco, Marco Quintili	2003 - Non più operat iva	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2003 - <i>Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni</i> (Ferdinando Vicentini Orgnani)
Fandango (Roma)	Domenico Procacci	1989	Il GRUPPO FANDANGO è stato fondato nel 1989 da Domenico Procacci che alla “casa madre” Fandango srl ha via via affiancato FANDANGO HOME VIDEO, FANDANGO AUSTRALIA PTY, THE WORKS GROUP PLC di Londra, LAST KISS PICTURE (tutte in ambito cinematografico), FANDANGO TV produttrice del programma “Parla con me” di RaiTre, FANDANGO LIBRI (dal 1999) in collaborazione con lo scrittore Alessandro Baricco, LIBRI DI PIETRA, RADIOFANDANGO e RISTORAMBRA (servizio di ristorazione collegato al teatro Ambra Jovinelli di Roma). Il <i>core business</i> resta però identificato nel cinema, con una produzione in grado di portare il fatturato complessivo al raddoppio nel 2008, secondo le previsioni contenute già nelle note del bilancio 2007 e relative all’esito di alcune delle ultime opere realizzate (<i>Caos calmo, Gomorra, Un giorno perfetto</i>). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2008 - <i>Gomorra</i> (Matteo Garrone) 2007 - <i>Le ragioni dell’aragosta</i> (Sabina Guzzanti) 2007 - <i>Parole sante</i> (Ascanio Celestini) 2006 - <i>Fascisti su Marte</i> (Corrado Guzzanti, Igor Skofic) 2003 - <i>Lavorare con lentezza</i> (Guido Chiesa) 2003 - <i>Segreti di Stato</i> (Paolo Benvenuti) 2002 - <i>Don Vitaliano</i> (Paolo Pisanelli) 2001 - <i>Latina - Littoria una città</i> (Gianfranco Pannone) 2000 - <i>Il Partigiano Johnny</i> (Guido Chiesa)
Filmalbatros (Roma)	Marco Bellocchio, Sergio Pelone	1991	Società del regista Marco Bellocchio (Bobbio, 1939). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 - <i>Il regista di matrimoni</i> (Marco Bellocchio) 2003 - <i>Buongiorno, notte</i> (Marco Bellocchio) 2002- <i>L’ora di religione</i> (Marco Bellocchio)
Gam Film (Roma)	Gherardo Pagliei, Elisabetta Riga	1999	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2003 - <i>Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni</i> (Ferdinando Vicentini Orgnani) 2000 - <i>Sud Side Stori</i> (Roberta Torre)

<p>Globe Films (Roma)</p>	<p>Pietro Innocenzi</p>	<p>1999</p>	<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2007 - <i>Milano-Palermo: Il ritorno</i> (Claudio Fragasso) 2006 - <i>Salvatore - Questa è la vita</i> (Gian Paolo Cugno) 1995 - <i>Palermo-Milano: solo andata</i> (Claudio Fragasso)</p>
<p>Gruppo Minerva International (Roma)</p>	<p>Gianluca Curti</p>	<p>1972</p>	<p>MINERVA PICTURE GROUP è stato fondato da Ermanno Curti nel 1972 con il nome di ALPHERAT INTERNATIONAL, cambiato poi in Minerva nel 1985 quando vennero acquisiti proprietà e uso del marchio, che abbraccia oggi le attività di produzione, distribuzione e commercializzazione di film e home video in qualità di <i>foreign sales agency</i>. Guidato dal 1987 dal figlio Gianluca Curti (Roma, 1963), l'alveo societario comprende anche GRUPPO RAROVVIDEO, EDIZIONI SERAG, FINERGI e Minerva Production & Marketing, mentre è stata incorporata per fusione MINERVA INTERNATIONAL nel corso del 2007, anno in cui è stato realizzato un volume d'affari di 8,7 milioni di euro, ma con ricavi direttamente imputabili a bilancio per 6,32 milioni (dei quali 4,32 per diritti e <i>royalties</i> e 1,57 per Dvd e home video).</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Fortapàsc</i> (Marco Risi) 2006 - <i>H2 Odio</i> (Alex Infascelli) 2004 - <i>Il mistero di Lovecraft. Road to L.</i> (Federico Greco, Roberto Leggio)</p>
<p>Indigo Film (Roma)</p>	<p>Francesca Cima, Nicola Giuliano, Carlotta Calori</p>	<p>1994</p>	<p>La INDIGO FILM viene fondata nel 1994 da tre compagni del corso di produzione del Centro Sperimentale di Cinematografia, Nicola Giuliano, Francesca Cima e Carlotta Calori. Casa di produzione di riferimento del regista napoletano, Paolo Sorrentino. Nicola Giuliano è stato direttore di produzione o organizzatore per i film di Mario Martone, Stefano Incerti, Mimmo Calopresti, Pappi Corsicato, Antonio Capuano e Nanni Moretti (<i>Aprile</i>), e ha collaborato attivamente per anni con Teatri Uniti di Napoli. Francesca Cima ha lavorato stabilmente presso la BIANCA FILM, divenendone col tempo socia minoritaria, curando la produzione e la post produzione di numerosi spot pubblicitari. Carlotta Calori ha lavorato per anni per la televisione satellitare Orbit come producer di documentari e programmi sul cinema e come senior producer dei canali specializzati nel cinema, curandone il lancio e la promozione</p>

			<p>televisiva. Ha lavorato presso la FILMALPHA seguendo la preparazione di lungometraggi e fiction per la tv.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Il divo</i> (Paolo Sorrentino) 2007 - <i>La ragazza del lago</i> (Andrea Molaioli) 2006 - <i>L'amico di famiglia</i> (Paolo Sorrentino) 2005 - <i>La guerra di Mario</i> (Antonio Capuano) 2004 - <i>Le conseguenze dell'amore</i> (Paolo Sorrentino) 2002 - <i>Don Vitaliano</i> (Paolo Pisanelli) 2001 - <i>L'uomo in più</i> (Paolo Sorrentino)</p>
<p>Istituto Luce, dal 2009 Cinecittà Luce spa (Roma)</p>	<p>Ministero dell'Economia e delle Finanze</p>	<p>1924</p>	<p>Con la fusione fra CINECITTÀ HOLDING e ISTITUTO LUCE, nel maggio 2009 ha preso corpo la nuova realtà CINECITTÀ LUCE, impegnata nella produzione e distribuzione cinematografica e documentaristica. FILMITALIA è la società creata con l'obiettivo di promuovere il cinema italiano all'estero e di accrescere la distribuzione dei film italiani nel mercato internazionale; MEDIAPORT è presente nel mercato attraverso la gestione di un circuito cinematografico di sale multiplex in nove siti in tutto il territorio italiano.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Vincere</i> (Marco Bellocchio) 2008 - <i>La fabbrica dei tedeschi</i> (Mimmo Calopresti) 2006 - <i>Sessantotto - L'utopia della realtà</i> (Ferdinando Vicentini Orgnani) 2004 - <i>Fatti della banda della magliana</i> (Daniele Costantini) 2004 - <i>Private</i> (Saverio Costanzo) 2003 - <i>Piazza delle cinque lune</i> (Renzo Martinelli)</p>
<p>Jean Vigo Italia (Roma)</p>	<p>Elda Ferri, Roberto Faenza</p>	<p>1976</p>	<p>La COOPERATIVA JEAN VIGO nasce nel 1976 per produrre il film <i>Forza Italia!</i> realizzato dai soci fondatori, tra cui Roberto Faenza, Elda Ferri, Marco Tullio Giordana, Luca Magnani e Antonio Padellaro.</p> <p>Dal 1994 Elda Ferri è produttrice anche per la MELAMPO CINEMATOGRAFICA, casa di produzione cinematografica costituita nel 1991 da Nicoletta Braschi e Roberto Benigni.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Caro parlamento</i> (Giacomo Faenza) 2007 - <i>I viceré</i> (Roberto Faenza) 2004 - <i>Le chiavi di casa</i> (Gianni Amelio)</p>

			1981 - <i>La festa perduta</i> (Piergiuseppe Murgia) 1980 - <i>Maledetti vi amerò</i> (Marco Tullio Giordana)
Kipli Entertainment (Roma)	Valerio Terenzio Trigona	N.P.	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 - <i>Fascisti su Marte</i> (Corrado Guzzanti, Igor Skofic)
Lucky Red (Roma)	Andrea Occhipinti	1987	La LUCKY RED è una società di distribuzione e produzione cinematografica, fondata nel 1987 da Andrea Occhipinti. La società acquista e distribuisce film considerati film d'essai. A 20 anni dalla sua fondazione, ha deciso di ampliare il suo listino e, in collaborazione con la KEY FILMS, distribuisce film più commerciali, adatti alle multisale e ad un pubblico giovane. Sotto il suo controllo figura anche WHITE CAT, società cui fa capo una partecipazione del 9% nel gruppo dell'esercizio CIRCUITO CINEMA. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2009 - <i>La prima linea</i> (Renato De Maria) 2008 - <i>Il divo</i> (Paolo Sorrentino)
Martinelli Film Company Int. (Milano)	Renzo Martinelli	1994	Società del regista Renzo Martinelli (Cesano Maderno, 1948). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2009 - <i>Barbarossa</i> (Renzo Martinelli) 2008 - <i>Carnera - The Walking Mountain</i> (Renzo Martinelli) 2006 - <i>Il mercante di pietre</i> (Renzo Martinelli) 2003 - <i>Piazza delle cinque lune</i> (Renzo Martinelli) 2001- <i>Vajont</i> (Renzo Martinelli)
Medusa Film (Roma)	Gruppo Fininvest - Mediaset. Attuale presidente è Carlo Rossella	1964	La MEDUSA FILM spa è controllata dal gruppo Fininvest-Mediaset, della famiglia Berlusconi. Fondata nel 1964 da Felice Colaiacomo e Franco Poccioni, ha visto entrare nel luglio del 1986 Reteitalia al 49%, mentre nell'ottobre del 1988 è stata da questa rilevata al 100%. Dopo la parentesi con la Penta film assieme alla Cecchi Gori Group e il breve periodo dell'allora appena nata Mediaset in sostituzione della Silvio Berlusconi Communications, il marchio è tornato ad essere Medusa Film nel 1995. Medusa ha sviluppato un'integrazione verticale entrando nel mercato della gestione di sale cinematografiche e nella diretta realizzazione di cinema multisala. Tra i molti prodotti realizzati annualmente, produce e coproduce cinque dei film qui

			<p>analizzati, ovvero:</p> <p>2009 – <i>Il grande sogno</i> (Michele Placido) 2009 – <i>La prima linea</i> (Renato De Maria) 2007 – <i>Il dolce e l'amaro</i> (Andrea Porporati) 2003 - <i>Lavorare con lentezza</i> (Guido Chiesa) 1995 – <i>Un eroe borghese</i> (Michele Placido)</p>
Offside (Roma)	Mario Gianani, Saverio Costanzo	2001	<p>Costituita nel 2001, la OFFSIDE è una casa di produzione attiva nel campo della produzione audiovisiva. Dalla sua fondazione, la società si è dedicata allo sviluppo di programmi televisivi di intrattenimento culturale e documentari, e dal 2004 è entrata nel campo della produzione cinematografica.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Vincere</i> (Marco Bellocchio) 2007 - <i>Auschwitz 2006</i> (Saverio Costanzo) 2004 - <i>Private</i> (Saverio Costanzo)</p>
Parco Film (Milano)	Maurizio Coppolecchia, Stefano Bonfanti	2006	<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Il divo</i> (Paolo Sorrentino)</p>
Poetiche cinematografiche (Roma)	Andrea De Liberato	1999	<p>Società di Andrea De Liberato (Pescara, 1973). Dal 2004 si dedica quasi esclusivamente alla distribuzione, importando in Italia <i>Black Dahlia</i> di Brian De Palma e molti titoli d'autore.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2005 - <i>La Passione di Giosuè l'Ebreo</i> (Pasquale Scimecca) 2001 - <i>Luna Rossa</i> (Antonio Capuano)</p>
R&C Produzioni (Roma)	Tilde Corsi, Gianni Romoli	1998	<p>La R&C PRODUZIONI è una società di produzione cinematografica fondata da Tilde Corsi e da Gianni Romoli nel 1998 in seguito ad una loro precedente esperienza per produrre due film: nel 1994 <i>Dellamore Dellamore</i> di Michele Soavi e nel 1996 <i>Nitrato d'argento</i>, ultima opera del regista Marco Ferreri. Ha prodotto i più celebri film di Ferzan Ozpetek.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>La siciliana ribelle</i> (Marco Amenta) 2008 - <i>Il passato è una terra straniera</i> (Daniele Vicari) 2007 – <i>L'ora di punta</i> (Vincenzo Marra) 2004 - <i>Vento di terra</i> (Vincenzo Marra) 2003 - <i>La finestra di fronte</i> (Ferzan Ozpetek) 2000 - <i>Le fate ignoranti</i> (Ferzan Ozpetek)</p>

<p>Rai Cinema spa Rai Fiction (Roma)</p>	<p>Ministero dell'Economia e delle Finanze - Siae (per lo 0,44%)</p>	<p>2000</p>	<p>RAI CINEMA spa è società di produzione guidata dal luglio 2007 da Caterina D'Amico. Nel 2002 ha fondato la società di distribuzione cinematografica 01 Distribution. Rai Cinema acquisisce sui mercati internazionali i diritti dei film per la distribuzione in sala cinematografica, in home video, in pay tv e per le reti televisive della Rai.</p> <p>RAI FICTION è il comparto della RAI - Radiotelevisione Italiana, che si occupa di produrre fiction televisive per mandarle in onda sulle reti RAI e pubblicarle su Rai.tv. Attualmente è diretta da Fabrizio Del Noce.</p> <p>Ha prodotto o coprodotto 17 dei film analizzati.</p>
<p>Red Film (Roma)</p>	<p>Mario Rossini</p>	<p>1987</p>	<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 – <i>L'uomo di vetro</i> (Stefano Incerti)</p>
<p>Rita Rusic Company (Roma)</p>	<p>Rita Rusic</p>	<p>2000</p>	<p>Società fondata da Rita Rusic (Parenzo, 1960) già moglie e socia del produttore Vittorio Cecchio Gori come Rita Cecchi Gori, si separa e continua l'attività insieme alla sorella.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2002 – <i>Angela</i> (Roberta Torre) 1995 - <i>Pasolini, un delitto italiano</i> (M. Tullio Giordana)</p>
<p>Sacher Film (Roma)</p>	<p>Angelo Barbagallo (esce dalla società nel 2007), Nanni Moretti</p>	<p>1986 (prod.) 1996 (distr.)</p>	<p>Società del regista Nanni Moretti (Brunico, 1953). Fra gli asset aziendali rientrano pure al 50% Sacher Distribuzione (25% ognuno per Moretti e Barbagallo, mentre l'altro 50% è ugualmente suddiviso tra i due ex fondatori di Mikado, Roberto Ciccutto e Luigi Musini), che ha sede a Milano, e la gestione dell'omonima sala romana.</p> <p>Oltre a produrre tutti i film del regista dal 1987 in poi, la SACHER FILM produce anche: 2004 - <i>Te lo leggo negli occhi</i> (Santella) 1994 – <i>L'unico paese al mondo</i> (collettivo) 1991 – <i>Il portaborse</i> (Daniele Luchetti) 1988 – <i>Domani accadrà</i> (Daniele Luchetti) 1987 - <i>Notte italiana</i> (Carlo Mazzacurati)</p> <p>La società dal 1996 distribuisce con il marchio SACHER DISTRIBUZIONE, fondata inizialmente con il nome TANDEM. Tra i film distribuiti: 2001 – <i>Tornando a casa</i> (Vincenzo Marra) 1996 – <i>Terre di mezzo</i> (Matteo Garrone)</p>

Sciarlò (Roma)	Francesco Tornatore	N.P.	Francesco Tornatore è fratello del noto regista Giuseppe Tornatore. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2007 - Il dolce e l'amaro</i> (Andrea Porporati)
Secol Superbo e Sciocco Produzioni (Roma)	Sabina Guzzanti	2005	Società della regista Sabina Guzzanti (Roma, 1963). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2010 - Draquila - L'Italia che trema</i> (Sabina Guzzanti) <i>2007 - Le ragioni dell'aragosta</i> (Sabina Guzzanti) <i>2005- Viva Zapatero!</i> (Sabina Guzzanti)
Silva Film (Roma)	Rocco Cesareo	1997	Società del regista Rocco Cesareo. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2003 - Gli angeli di Borsellino</i> (Cesareo) <i>2001 - Proibito baciare</i> (Cesareo)
Sintra s.r.l. (Roma)	Rosanna Seregni	1990	Rosanna Seregni è produttrice e membro del consiglio direttivo dell'API (Autori e Produttori Indipendenti), dell'EFA (European Film Academy) e dei David di Donatello. Inizia l'attività nel 1986, nel 1990 fonda la SINTRA, società di produzione cinematografica, da sempre impegnata nella produzione di pellicole d'autore. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2004 - Tartarughe sul dorso</i> (Stefano Pasetto) <i>2001- Alla rivoluzione sulla due cavalli</i> (Maurizio Sciarra)
Sistina Cinematografica (Roma) - Metropolis (Roma)	Enzo Gallo	N.P.	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2007 - Guido che sfidò le Brigate Rosse</i> (Giuseppe Ferrara) <i>2001 - I Banchieri di Dio</i> (Giuseppe Ferrara)
Studiouno s.r.l. (Roma)	Valerio Terenzio Trigona, Simona Banchi	N.P.	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: <i>2008 - La fabbrica dei tedeschi</i> (Mimmo Calopresti) <i>2006 - Fascisti su Marte</i> (Corrado Guzzanti, Igor Skofic) <i>2005 - Viva Zapatero!</i> (Sabina Guzzanti)
Taodue Film (Roma)	Pietro Valsecchi, Camilla Nesbitt	1991	Pietro Valsecchi (Crema, 1953) è produttore cinematografico. Dopo una breve carriera come attore nel 1991, ha fondato con la moglie Camilla Nesbitt la casa di produzione TAODUE. Realizza numerose fiction per la televisione, tra cui <i>Distretto di polizia</i> e <i>RIS - Delitti imperfetti</i> . Nel 1995, col film <i>Un eroe borghese</i> vince in qualità di produttore il premio David di Donatello.

			Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2009 - <i>Il grande sogno</i> (Michele Placido) 1997 - <i>Testimone a rischio</i> (Pasquale Pozzessere) 1995 - <i>Un eroe borghese</i> (Michele Placido)
Titti Film (Roma)	Fabrizio Mosca	N.P.	Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 - <i>Nuovomondo</i> (Emanuele Crialesi) 2000 - <i>I cento passi</i> (Marco Tullio Giordana)
Verdeoro (Roma)	Daniele Mazzocca	2006	Daniele Mazzocca inizia come produttore nel 1998 fondando la ORISA PRODUZIONI (<i>Saimir</i> di Francesco Munzi, <i>Red Like The Sky</i> e <i>Sono Positivo</i> di Cristiano Bortone). Nel 2006 fonda una nuova società, la VERDEORO. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2008 - <i>Fine pena mai</i> (Fluid Video Crew)

Tra le 44 case di produzione riportate, potremmo distinguere quattro macro-tipologie, ovvero:

- Società riferibili a uno specifico regista;
- Società orientate alla produzione di pellicole d'autore;
- Società non orientate;
- Piccole società satellite;

Trattandosi di un genere, quello del cinema politico, strettamente legato all'ambito del cinema d'autore, è chiaro come le prime due macro-tipologie di fatto comprendano la maggior parte delle società selezionate. In questo settore, infatti, la figura del regista acquista un valore prioritario, soprattutto quando il progetto filmico promuove istanze e opinioni strettamente legate all'immagine stessa del suo creatore. Questo per due diversi motivi, speculari ed opposti: innanzitutto, per questioni di cosiddetta libertà espressiva. Se produttore e autore coincidono, infatti, non vi saranno verosimilmente screzi né potenziali censure sul piano delle scelte artistiche, almeno in fase di produzione, fatto

salvo per eventuali collaborazioni con altre società che possono però prevedere, anche a livello contrattuale, accordi di “priorità decisionale” a vantaggio della casa di produzione capo-fila. Per altro, trattandosi in diversi casi di registi già affermati, la riconosciuta autorevolezza (artistica, ma anche economica) da parte degli altri partner italiani e/o stranieri coinvolti nel progetto, permette all’autore coinvolto una maggiore libertà d’azione. E’ il caso di una società strutturata e longeva, impegnata tra l’altro anche nella distribuzione dei film prodotti, come la Sacher Film di Nanni Moretti (fondata nel 1986 insieme ad Angelo Barbagallo, fuoriuscito di recente) o della società fondata nel 2005 da Sabina Guzzanti, Secol Superbo e Sciocco Produzioni, nata appositamente per produrre il film-pamphlet *Viva Zapatero!* (2005) quale atto di risposta alla censura subita con la chiusura del programma *Raiot* da lei presentato su Rai 3.¹⁶⁷

All’opposto – ed è in realtà una delle motivazioni più frequenti – la presenza nella produzione di una società legata direttamente al regista è dettata dalla condizione di esordiente o di personaggio “non ancora affermato” di quest’ultimo, per il quale la casa di produzione di proprietà risulta la strada più efficace, quando non l’unica, per poter promuovere il proprio progetto. E’ il caso della società Archimede, fondata nel 1997 da Matteo Garrone per produrre *Terre di mezzo* e i due successivi lungometraggi, prima di ottenere l’attenzione della Fandango per la realizzazione dell’*Imbalsamatore*.¹⁶⁸ Nonostante la consacrazione mondiale di Garrone con *Gomorra*, la società Archimede ha

¹⁶⁷ Il titolo del film è ovviamente un diretto omaggio al quasi omonimo film girato da Elia Kazan nel 1952, *Viva Zapata!* ispirato alla biografia del capo rivoluzionario messicano Emiliano Zapata. Nel film di Kazan, il tema principale è il potere, che riesce a corrompere tutti, anche i capi rivoluzionari, tranne Emiliano Zapata che per questo motivo rimarrà sempre vivo nei cuori dei *peones*.

¹⁶⁸ In realtà, Garrone aveva già ottenuto l’attenzione di noti registi e produttori, tra cui Nanni Moretti. *Terre di mezzo*, film costituito da tre cortometraggi, era stato infatti premiato nel 1996 per il primo episodio, *Silhouette*, con l’ambito “Sacher d’Oro”, «il premio più prestigioso del cinema italiano» (come recita l’articolo 1 del regolamento del “Premio Sacher”, creato nell’estate dell’89 da Moretti e Barbagallo in veste di unici due giurati). *Terre di mezzo* viene quindi distribuito dalla società Tandem, fondata nel 1996 da Moretti insieme a Roberto Cicutto e Luigi Musini, soci della Mikado (nel logo, al posto della fetta di torta Sacher, c’è la vespa del manifesto di *Caro Diario*, con Moretti a bordo insieme al piccolo figlio Pietro), prima che la società prenderà nome di Sacher Distribuzione, l’anno seguente.

comunque continuato ad operare, divenendo a sua volta *talent scout* con la produzione di pellicole di altri promettenti esordienti, come Gianni Di Gregorio, assunto agli allori della critica con il film *Pranzo di ferragosto* (2008).

Escluso il caso della Sacher Film, in questa prima macro-tipologia possiamo quindi inserire società di dimensioni più ridotte (per ricavi e notorietà), ma pur sempre presenti sulla scena cinematografica da diverso tempo, come la Cooperativa Arbash di Pasquale Scimeca, che ha prodotto tutti i film del regista, la Sistina Cinematografica di Giuseppe Ferrara o ancora l'A.l.b.a. Produzioni di Ferdinando Vicentini Orgnani, che tra i diversi progetti ha appoggiato anche il secondo lungometraggio di Sabina Guzzanti. Nate invece più di recente le due case di produzione Filmalbatros e Martinelli Film Company International, la prima legata a Marco Bellocchio, un'istituzione del cinema impegnato che ha però lavorato il più delle volte per altre case di produzione; l'altra a Renzo Martinelli, che ha invece prodotto ogni suo film tramite la propria casa di produzione, ma sempre in coproduzione o collaborazione con altre società. A questo nutrito gruppo di imprese, possiamo quindi aggiungere l'Alhambra Factory, ufficialmente impegnata nella produzione di pellicole d'autore, di fatto sostanzialmente legata all'opera registica di uno dei soci fondatori, Francesco Patierno; stesso discorso per la Silva Film, interamente incentrata sui progetti del suo titolare, Rocco Cesareo. Di più ampio respiro la Offside, casa di produzione legata a Saverio Costanzo (figlio del più noto uomo televisivo, Maurizio Costanzo), che oltre a produrre tutti i film del regista e di personalità di spicco dell'ambito cinematografico italiano (è al fianco di Rai Cinema e Istituto Luce nella produzione di *Vincere* di Marco Bellocchio), sviluppa anche programmi televisivi di intrattenimento culturale e documentari per il piccolo schermo.¹⁶⁹

¹⁶⁹ Manca all'appello in questa prima macro-tipologia la Kipli Entertainment, società che è stata creata appositamente per la produzione dell'unico film realizzato da Corrado Guzzanti, *Fascisti su Marte*, e che al momento non sembra più essere operativa.

Nell'ambito di quel che abbiamo definito le "società orientate alla produzione di pellicole d'autore", invece, troviamo case di produzione ampiamente affermate (e decisamente prolifiche), impegnate su più fronti nel campo della produzione audiovisiva e dell'industria culturale in generale (progetti che spaziano dal cinema alla televisione, all'editoria libraria, musicale, e via discorrendo) come Fandago e Cattleya, o ancora la Ager 3 di Claudio Grassetti e Grazia Volpi, la Taodue Film (impegnata soprattutto nel mercato della *fiction* televisiva con prodotti a sfondo politico),¹⁷⁰ la R&C Produzioni, la Titti Film e la Lucky Red di Occhipinti. Un discorso a sé meritano la Bi. Bi. Film e la Indigo Film. La prima è la nuova casa di produzione di Angelo Barbagallo che, staccatosi dall'impero morettiano, ha dato vita a un progetto autonomo in grado di proseguire le tracce dell'esperienza precedente, rimanendo comunque orientato a un cinema al contempo impegnato e "di cassetta" (suo il colosso internazionale della *Meglio gioventù*, così come l'ultimo lavoro di Marco Risi, *Fortapasc*); la Indigo Film, invece, nasce come progetto autonomo di tre giovani produttori fuoriusciti dalla Centro Sperimentale di Cinematografia, e deve la propria fama – e successo – all'azzeccata scelta di appoggiare un autore come Paolo Sorrentino (ne produce tutti i lungometraggi dall'esordio del regista). Scelta determinata, anche in questo caso, da una politica editoriale ascrivibile alle logiche del cinema d'autore (loro anche il *Don Vitaliano* di Paolo Pisanelli e il più recente *La ragazza del lago* di Andrea Molaioli).¹⁷¹

¹⁷⁰ La società, di proprietà di Pietro Valsecchi e Camilla Nesbitt, è prioritariamente orientata alla produzione di serie televisive e film-tv, di cui però si sottolinea una predilezione verso il tema socio-politico. Tra i prodotti realizzati ricordiamo: *Ultimo* (1998), *Distretto di polizia* (2000-in produzione), *Uno bianca* (2001), *Il testimone* (2002), *Il sequestro Soffiantini* (2002), *Ultima pallottola* (2002), *Paolo Borsellino* (2004), *R.I.S. - Delitti imperfetti* (2005-in produzione), *Nassiriya - Per non dimenticare* (2007), *Il capo dei capi* (2007), *L'ultimo padrino* (2008), *Aldo Moro - Il presidente* (2008), *Squadra antimafia - Palermo oggi* (2009).

¹⁷¹ Potremmo aggiungere a questa seconda tipologia, anche le case di produzione Classic di Pagani, la Jean Vigo Italia, che vede l'iniziale coinvolgimento dei registi e produttori Roberto Faenza, Elda Ferri, Marco Tullio Giordana, Luca Magnani e Antonio Padellara, la Sintra di Rosanna Seregni, la Studiouno di Valerio Terenzio Trigona e Simona Banchi, la Sciarlò di Francesco Tornatore e infine l'Istituto Luce, su cui avremo comunque modo di tornare nel

Meno peculiare per l'ambito che ci riguarda la presenza di società definite per l'appunto "non orientate", che operano cioè a 360 gradi in campo cinematografico, senza particolari inclinazioni di genere. Si tratta per lo più di case di produzione già operative da tempo, fondate intorno agli anni Settanta-Ottanta e ancora presenti sul mercato (nonostante la nota caducità del settore), fatto reso possibile anche grazie a un'operazione di diversificazione della propria tipologia produttiva, che non ha però permesso di ottenere di fronte al pubblico una specifica identità (cosa che invece è perfettamente riuscita a una casa come la Fandango). Oltre alle cosiddette *mini-major* Medusa e Rai Cinema, che però fanno discorso a sé, è il caso della Clemi Cinematografica, società creata nel 1977 da Giovanni Di Clemente, che negli oltre trent'anni di attività ha prodotto sia commedie nazional-popolari (*Segni particolari: bellissimo* con Adriano Celentano, *Classe mista 3A* di Federico Moccia), che commedie d'autore (svariati film di Mario Monicelli), polizieschi e film maggiormente impegnati come il *Giovanni Falcone* di Giuseppe Ferrara, che gli valse il David di Donatello nel 1993; è il caso anche della Dania film di Luciano Martino, maggiormente noto per essere il produttore di film cosiddetti di "serie B", come *Quel gran pezzo dell'Ubalda tutta nuda e tutta calda* (1972) e *Giovannona Coscialunga disonorata con onore* (1973), che ha però prodotto in anni più recenti anche il film *Segreto di Stato* (1995) di Giuseppe Ferrara e *Il regista di matrimoni* (2005) di Marco Bellocchio. Di recente fondazione, ma legata al nome di un produttore attivo già dagli anni '70, la Globe Films di Pietro Innocenzi, già produttore esecutivo dei poliziotteschi di Tomas Milian come *Squadra anticrimine* (1976) o *softcore* come *Fotografando Patrizia* (1985). E di fatti, il contributo della Globe Films nel genere politico si limita alle due pellicole di Fragasso, marcatamente le più caratterizzate da uno stile popolare e più propriamente ascrivibili al thriller-poliziesco.

prossimo capitolo, inquadrandosi per statuto quale ente preposto alla sponsorizzazione di progetti italiani considerati a vario titolo di "difficile commercializzazione".

Restano da citare quelle piccole società che abbiamo definito come “satellite”, case di produzione in realtà poco attive (generalmente hanno dato vita a pochissimi progetti, se non addirittura ad un unico film), tendenzialmente inoperative o comunque tali per periodi di tempo abbastanza lunghi. Ci riferiamo alla Gam Film di Gherardo Pagliei ed Elisabetta Riga, alla Emme Produzioni, dalla vita alquanto breve (fondata nel 2003, non risulta più attiva), la Atlantide Entertainment, la Parco Film o ancora la Red Film di Mario Rossini, casa di produzione impegnata in prevalenza sul fronte televisivo con realizzazioni di film tv e di miniserie attinenti al genere politico (*Vite blindate, Un caso di coscienza*).

4.1.1 *Mirare al target. Definizione del pubblico.*

Voto Pannella, vedo i film di Bertolucci e leggo Playboy.

*(La vergine, il toro e il capricorno,
Luciano Martino, 1977)*

Ogni bene di consumo possiede, in quanto tale, i suoi consumatori. Ed ogni consumatore, quando non costretto in un regime di monopolio o in uno stato di necessità, è attore (più o meno consapevole, più o meno eterodiretto) delle proprie scelte, condividendole – aspetto di non poco conto – con altri attori all’interno della società in cui agisce e interagisce.

Banalità. Ma che, inspiegabilmente, smettono di essere tali – o meglio, tentano di essere rimosse in quanto tali – qualora l’oggetto di consumo si iscriva in un sistema più propriamente culturale o, in senso lato, “artistico”.¹⁷²

¹⁷² Ciò si riscontra anche a livello linguistico, in una diffusa ostilità - non solo tra le classi intellettuali, ma anche tra quelle meno colte - al concetto stesso di “consumo culturale”: un libro, un film, un’opera lirica non si consumano. Tutt’al più si fruiscono o si godono. Il che, per altro, non è poi nemmeno così scorretto, visto e considerato che il termine “consumo”, utilizzato inizialmente per intendere l’appropriazione del singolo di beni materiali in ambito alimentare, implica per l’appunto un processo di consumazione, un’azione unidirezionale che porta alla scomparsa del bene stesso, una volta consumato. Aspetto che, per quanto concerne la sfera dei beni culturali, è invece molto meno significativo.

Come se la scelta di un libro, di un film, di partecipare a una mostra pittorica o a qualsiasi altro evento culturale sia cosa assolutamente diversa, ad esempio, dal comprarsi un determinato paio di scarpe alla moda oppure un abito firmato (lungi, quindi, dalla triviale dinamica del *brand shopping*), ma piuttosto espressione di una sincera necessità del singolo a colmare quella fame interiore di conoscenza che lo renderebbe più uomo e meno animale. Una scelta, per altro, che la retorica vorrebbe autonoma, svincolata cioè da pressioni esterne, quale frutto della sensibilità del singolo individuo.

In realtà, come già avevano messo in luce in tempi meno sospetti svariati studiosi e sociologi,¹⁷³ tra cui il già citato Pierre Bourdieu, anche la cultura – anzi, soprattutto la cultura – è nei fatti un gioco sociale da cui nessuno può uscire, un terreno privilegiato su cui da sempre prendono corpo le dinamiche della distinzione sociale:

[...] dietro ai rapporti statistici tra il capitale scolastico o l'origine sociale e un qualsiasi sapere o una qualsiasi maniera di farlo funzionare, si nascondono relazioni tra gruppi che intrattengono con la cultura rapporti differenti, o addirittura antagonistici, a seconda delle condizioni in cui essi hanno acquisito il loro capitale culturale e a seconda dei mercati sui quali possono ricavarne il profitto maggiore.¹⁷⁴

La cultura, quindi, si configura come nient'altro che un'altra – e forse la più potente – tra le merci simboliche che ogni individuo scambia nel processo di definizione della propria e altrui identità, ma soprattutto della propria e altrui classificazione sociale, per la conferma o la rivendicazione di uno *status*. Ovvero, un insieme di azioni e preferenze manifeste che in nulla differiscono nelle logiche di funzionamento da quelle che regolano le modalità con cui ogni

¹⁷³ Ci riferiamo all'epoca del *boom* economico e dei decenni appena successivi, quando cioè la retorica della "società consumista che distrugge ogni valore etico e morale" era ancora nella sua fase di allarme, in quella cioè in cui si distruggeva, sì, ma con gaudio. Adesso, invece, diremmo che siamo piuttosto in una fase nostalgica di compianto o auto-commiserazione per quella perdita sobrietà che caratterizzò le epoche dei nostri avi e relative solidità morali.

¹⁷⁴ P. BOURDIEU, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983, p. 4.

individuo sceglie come vestirsi o come arredare la casa in cui abita. In sostanza, una questione di gusti.¹⁷⁵

Tornando al discorso che ci interessa, va da sé che anche, se non soprattutto, un certo tipo di cinema come quello politico opera di fatto nello stesso modo, rispondendo cioè alle necessità di rappresentazione simbolica di un preciso gruppo sociale, indirizzato a tale fruizione per motivi legati alla classe di provenienza, all'educazione familiare ricevuta, al capitale scolastico acquisito, all'appartenenza politica dichiarata (la quale deriva a sua volta dai precedenti aspetti). Insomma, prendendo in prestito un termine della comunicazione pubblicitaria, si può dire tranquillamente che anche il cinema politico – come ogni altro prodotto filmico e, più in generale, come ogni altro prodotto culturale – è pensato e sviluppato in funzione di uno specifico *target* di riferimento.

Il “bersaglio” del cinema politico può essere più o meno ampio, più o meno variegato in base al film che si prende in considerazione. Si possono cioè identificare svariate tipologie di *cluster*,¹⁷⁶ ovvero gruppi ben definiti di persone che hanno degli obiettivi e delle caratteristiche in comune. Per intenderci, è evidente che un prodotto come *Barbarossa* si rivolge, o presuppone di rivolgersi, a un pubblico ben diverso rispetto a quello per cui è pensato, ad esempio, uno qualsiasi dei film di Nanni Moretti. Ma è anche vero che, nella casistica del cinema politico italiano, registi come Renzo Martinelli rappresentano in linea generale delle eccezioni rispetto ad una produzione che,

¹⁷⁵ Come specifica Marco Santoro nella prefazione al volume di Bourdieu: «Il gusto – o meglio il giudizio attraverso cui si esprime il gusto – risalta così sociologicamente come un formidabile strumento di classificazione (cioè di percezione e valutazione) sociale, attraverso cui gli agenti classificano gli altri e se stessi (con altri, rispetto ad altri, in contrasto ad altri), e vengono a loro volta classificati» (*Ivi*, p. XV).

¹⁷⁶ I *cluster* sono definiti da indagini, dette indagini psicografiche oppure indagini sinottiche, basate su criteri di analisi socio-demografici e geografici. Tra i criteri demografici, vengono ovviamente presi in considerazione il sesso, l'età, lo stato civile e il numero di figli dell'individuo; tra i criteri sociografici, invece, la classe sociale, il titolo di studio, la professione; mentre tra i criteri geografici, la zona geografica di residenza, l'ampiezza del centro in cui si vive, ecc.

proprio perché erede della tradizione neorealista, si propone se non dichiaratamente “di sinistra”, quanto meno di stampo “partigiano”.¹⁷⁷

Volendo quindi tratteggiare a grandi linee le caratteristiche che definiscono il *target* di riferimento di certo cinema politico contemporaneo, e non potendo purtroppo contare su uno studio espressamente dedicato e basato su precisi dati scientifici (ma che pure ci auguriamo possano essere raccolti in futuro),¹⁷⁸ vale la pena riferirsi, per analogia di settore e giusto per avere dei termini di raffronto, a una recente analisi di mercato effettuata dal *Manifesto* che, soprattutto nei primi anni della sua fondazione, ha fatto da cassa di risonanza per numerosi *opinion leader* e *taste maker* impegnati nel dettare i gusti estetici e culturali di certa *intelligenza* nostrana.¹⁷⁹ Nella ricerca, *Il Manifesto* arriva a definire il profilo del proprio lettore medio come segue:

Il pubblico dei nostri lettori costituisce un bacino assolutamente unico, se confrontato con quello dei lettori degli altri quotidiani, particolarmente ricettivo all’offerta culturale:

- Il 50% appartiene all’8% dei lettori italiani più forti, vale a dire quelli che leggono dai 10 ai 20 titoli l’anno.
- Il 71% considera la capacità di approfondire i temi del giornale un suo punto di forza rispetto agli altri quotidiani, dimostrando

¹⁷⁷ Per quanto abusata e semplicistica, l’opinione secondo cui la cinematografia italiana sarebbe espressione di una lobby sinistrorsa è comunque abbastanza veritiera (come è abbastanza veritiero qualsiasi luogo comune), se si considera la tradizione culturale italiana e i più noti esponenti della classe intellettuale che operano a vario titolo nel settore. Fatto, questo, che renderebbe alquanto interessante uno studio rivolto invece al cinema cosiddetto “di destra”, a cui Uva e Picchi hanno dedicato in parte il loro volume (Cfr. C. UVA – M. PICCHI, *Destra e sinistra nel cinema italiano, op. cit.*), ma che varrebbe la pena di essere indagato ulteriormente.

¹⁷⁸ Purtroppo, pur ritenendo questo uno tra gli aspetti più interessanti legati alla presente ricerca, al momento mancano da parte di chi scrive le competenze specifiche per un’analisi sociologica che possa essere sviluppata secondo parametri effettivamente scientifici e non già “spannometrici”, in grado di dar vita a uno studio sia quantitativo che qualitativo accurato rispetto alle diverse tipologie di persone che abitualmente consumano un certo tipo di cinema politico e le modalità con cui tali consumatori veicolano ad altri le proprie preferenze e giudizi. Nemmeno, in questa sede, si è potuto contare sull’apporto di competenze esterne, sostanzialmente per motivi di carattere economico (ogni collaborazione chiede il suo giusto prezzo, e non già solo la gloria, seppur sostanziata da valido interesse). Resta comunque la speranza che in futuro si possa presentare altra occasione perché tale studio, dagli esiti che si prospettano tutt’altro che scontati, venga adeguatamente condotto.

¹⁷⁹ Per citarne solo alcuni, celebri firme del quotidiano furono o sono tuttora: Umberto Eco, Marcello Flores, Erri De Luca, Franco Fortini, Adriano Aprà, Stefano Benni, Daniele Luttazzi, Alessandro Robecchi.

così un bisogno di strumenti informativi e di riflessione che eccedono l'immediata descrizione dell'attualità.

- Il 72,7% si dichiara interessato/a all'acquisto di libri allegati in edicola, subordinando questo interesse a una forte aspettativa di qualità.
- Il 57% richiede al giornale un ampliamento dei temi riguardanti il dibattito politico-culturale, i fenomeni sociali, i movimenti.
- Il 48% richiede di ampliare i temi relativi all'ambiente.
- Il 70% può essere considerato lettore molto fedele, perché lo segue da almeno dieci anni. Si tratta inoltre di un pubblico ad altissima scolarizzazione, con una forte presenza di studenti, insegnanti, ricercatori.¹⁸⁰

Aspetti peculiari di tale descrizione sono, da un lato, la necessità individuata nel pubblico di riferimento di un esplicito bisogno di approfondimento, ovvero di una riflessione «che ecceda l'immediata descrizione dell'attualità», quindi di ulteriore analisi e indagine della realtà, specie rispetto a questioni socialmente rilevanti («riguardanti il dibattito politico-culturale, i fenomeni sociali, i movimenti») e/o controverse («temi relativi all'ambiente»). Aspetto, questo, che come abbiamo visto sostanzia anche molto cinema politico. Dall'altro lato, poi, si tratta di un gruppo sociale ad «alta scolarizzazione», ovvero dotato di considerevole capitale culturale. Un capitale che in buona parte, specie per quella fascia sociale che si colloca tra i cinquanta e i settant'anni (ovvero di quei «lettori molto fedeli» che seguono il giornale fin dagli inizi, ma che hanno avuto anche la fortuna di cavalcare gli ultimi strascichi della positiva onda del *boom*), si traduce in un corrispettivo capitale economico tale da rendere possibile l'acquisto, oltre che del giornale in questione e relativi allegati, anche di libri e di film.

Per analogia, anche per quanto riguarda gli “spettatori medi” di certo cinema politico potremmo dire che si tratta di un pubblico colto, scolarizzato, socialmente qualificato e politicamente schierato, tendenzialmente benestante, consumatore di beni culturali ad ampio raggio. Una classe sociale che finisce

¹⁸⁰ Tratto dal sito internet della casa editrice collegata al quotidiano, *Manifesto Libri*: www.manifestolibri.it/casa_editrice.htm.

per identificarsi con la fascia più attiva dei consumatori di cinema nel suo complesso – adolescenti esclusi – dall’avvento della televisione commerciale in poi.¹⁸¹ Un *target*, però, che proprio in quanto tale, quindi predefinito e predefinibile in base a specifiche abitudini di consumo, porta con sé anche un certo atteggiamento che potremmo definire “corporativo”. Per meglio spiegarci, ci riferiremo alle parole del critico Giampiero Frasca, il quale, in un’analisi del film *Draquila* di Sabina Guzzanti pubblicata sulla rivista *Cineforum*, annotava quanto segue:

Ho visto *Draquila* in un cinema torinese. Alla fine c’è stato un applauso spontaneo, segno evidente che qualcuno è ancora capace di indignarsi, che una soglia di attenzione rispetto al diffuso malcostume esiste, nonostante le apparenze. [...] Ma recarsi a vedere *Draquila* è, ancora una volta, un atto di volontà, una decisione presa per una curiosità che, seppur non ancora completamente soddisfatta, auspica di veder materializzarsi lo spettro subdolo e minaccioso già conosciuto, quasi per esorcizzarlo. Sotto questo aspetto, la Guzzanti non opera molto diversamente da trasmissioni come «Anno zero», «Report», «Parla con me», lodevoli, ma rivolte a un pubblico già orientato, il cui orizzonte d’attesa è il trovare conferme a ciò che già si sospetta. *Draquila* è una voce in più, ma si rivolge sempre allo stesso spettatore.¹⁸²

Un pubblico, quindi, che nel consumo di questi specifici prodotti cerca, nella stragrande maggioranza dei casi, conferme circa se stesso e le proprie convinzioni, non tanto un effettivo approfondimento su tematiche e aspetti politico-sociali che possano davvero mettere in discussione le opinioni di chi ne fruisce, sollevando aspetti critici e controversi. Un atteggiamento al consumo che risponde al bisogno, mi si passi il termine, un po’ “infantile” di reiterazione dell’identico, di riconferma di quel già noto che dà sicurezza. Con il risultato, in

¹⁸¹ Come scrive Barbara Corsi: «Dopo un periodo di concorrenza, cinema e televisione hanno trovato una buona armonia nel soddisfare la domanda di spettacolo del pubblico. Se poi si aggiunge a questi dati quello sull’alta istruzione dei frequentatori, che tra laureati e diplomati arrivano al 52% del totale, si ottiene il profilo di uno spettatore giovane, moderno, cittadino, istruito. [...] Il cinema, insomma, non è più uno spettacolo popolare [...] Il pubblico popolare dei grandi numeri è migrato verso il piccolo schermo, mentre al cinema resta una fascia di consumo ormai abbastanza stabile, stratificato in segmenti ben definiti, a cui corrispondono sale sempre più specializzate» (B. CORSI, *Con qualche dollaro in meno*, op. cit., p. 109 e segg.).

¹⁸² G. FRASCA, *Osservare e ascoltare*, *Cineforum* n. 495, Anno 50, n. 5, Giugno 2010, p. 40.

molti casi, di determinare un corto-circuito funzionale di certi film, che vorrebbero porsi come atti politici di discernimento, ma che in realtà finiscono per alimentare un circuito culturale abbastanza manicheo e tendenzialmente mistificatorio, andando in qualche modo a coincidere con quel medesimo “sistema” che vorrebbero combattere. Insomma, per dirla con le stesse parole con cui Moretti criticava l’operato degli intellettuali anni Settanta:

L’ideale dell’estrema sinistra di quegli anni era la riproduzione del già detto, del già visto, del già conosciuto. Ad un film si chiedeva non di porre interrogativi o suscitare dubbi, ma la notificazione delle proprie certezze.¹⁸³

Osservazione che, forse, vale anche oggi.

4.1.2 Autori impegnati: il brand «Rulli e Petraglia».

Nel suo volume *L’ombra dell’autore* dedicato alla figura dell’autore cinematografico, Guglielmo Pescatore individua quattro diverse accezioni con cui si è inteso tale concetto, a cui se ne aggiunge una quinta – di matrice postmoderna, quindi decisamente più recente – che è poi quella che più ci interessa in questa sede.¹⁸⁴

In ambito economico-giuridico, con il termine autore si è soliti identificare colui che detiene i diritti di sfruttamento dell’opera posta in commercio (il cosiddetto “diritto d’autore”, per l’appunto), a cui è riconducibile la proprietà intellettuale dell’oggetto culturale in questione. Tale proprietà, e i vantaggi che ne derivano, viene quindi regolata all’interno delle varie nazioni e lungo le diverse epoche storiche da specifiche normative volte a tutelare il lavoro artistico di chi vive dei frutti delle proprie opere di ingegno. In un secondo caso, invece, l’autore è inteso nella sua specifica accezione di “produttore”, ovvero di

¹⁸³ F. DE BERNARDINIS, *Nanni Moretti*, Il Castoro, La Nuova Italia, Firenze, 1987, p. 6.

¹⁸⁴ Cfr. G. PESCATORE, *L’ombra dell’autore*, op. cit.

colui che produce un oggetto, «il responsabile materiale della fattura dell'opera».¹⁸⁵ Il film è quindi considerato quale artefatto o “prodotto”, così come avveniva alle origini del cinema, quando ancora la produzione cinematografica poteva essere appannaggio di una sola figura e non vi era una così ampia riproduzione di copie a partire dal medesimo originale.

Con lo sviluppo dell'industria cinematografica e la creazione di un numero decisamente più ampio di figure professionali impegnate nella realizzazione di un film, nasce invece la terza accezione, ovvero quella di autore come ruolo professionale, colui a cui corrisponde l'ufficiale paternità del film. Va da sé che si tratta di un'attribuzione arbitraria in quanto indecidibile (chi è il vero depositario della proprietà artistica di un'opera filmica per la quale collaborano così tante persone?) e che ha infatti dato vita a numerose diatribe tra cui quella celebre tra sceneggiatori e registi. Ma tale approccio apre le porte a una quarta e più significativa accezione del termine, ovvero quella di autore come ruolo estetico, quale «soggetto responsabile di una “intenzione d'autore”, di una “volontà autoriale” che diviene il presupposto e il criterio generativo dell'opera».¹⁸⁶ Nell'ottica di un prodotto come quello cinematografico, che è specificatamente immateriale e riproducibile, «l'oggetto non è più proprietà dell'autore, ma diventa espressione verbale dell'autore [...], da autore-realizzatore diventa soggetto/garante».¹⁸⁷ Insomma, l'autore come “attestato di garanzia” di ciò che viene realizzato e, nel caso del genere che ci interessa, quale figura pubblica che carica su di sé la responsabilità di ciò che viene enunciato.

Non solo, questa diffusa tendenza “a ragionare per autore” (o meglio, “a ragionare per regista-autore”) ha portato ormai in epoca contemporanea a utilizzare il termine in modo ancora diverso: l'autore non è solo l'artefice dell'opera, il referente-garante della qualità estetica, stilistica e contenutistica

¹⁸⁵ *Ivi*, p. 25.

¹⁸⁶ *Ivi*, p. 29.

¹⁸⁷ *Ivi*, p. 31.

dell'opera, ma è soprattutto un *brand*. Come scrive Pescatore: «La questione che preoccupa maggiormente i registi che lavorano in tale ambito [*il cinema d'autore*] è quella di costruire se stessi come autori e come marchi di fabbrica».¹⁸⁸ L'autore, rispetto al generico *metteur en scène*, è in grado di dettare uno stile che è coerente nel tempo e, soprattutto, è coerente con le aspettative che lo spettatore nutre nei suoi confronti.¹⁸⁹ Da questo punto di vista, gli autori che operano nel cinema politico non fanno alcuna eccezione. Anzi, proprio all'interno di questo genere si sono sviluppate personalità artistiche che, più o meno consapevolmente, sono finite per caricarsi della marca distintiva dell'impegno. Vero è che a differenza di certo cinema più propriamente autoriale, si può notare in questo caso una duplice e opposta tendenza: da un lato film che esasperano lo sperimentalismo delle forme espressive proprio come azione politica di contrapposizione al cinema più generalmente popolare e di consumo (Godard);¹⁹⁰ dall'altro lato, invece, un generale disinteresse per l'estetica *strictu sensu*, a favore di una chiarezza espositiva che metta al centro l'aspetto contenutistico. Del film politico è privilegiato il messaggio, mentre passa – apparentemente – in secondo piano la ricercatezza delle forme della rappresentazione. Più che della bontà artistica del prodotto, l'autore è quindi garante della “veridicità” e autorevolezza di quanto raccontato.

¹⁸⁸ *Ivi*, p. 148.

¹⁸⁹ Da qui, la diffusa prassi a utilizzare la dicitura “dallo stesso autore di...”, “dal regista di...” nei *trailers* e negli strilli dei cartelloni promozionali, dove il nome dell'autore a volte non appare nemmeno, ma conta piuttosto il *corpus* di film prodotti e relativo stile, ovvero la “marca autoriale” che li lega.

¹⁹⁰ Sul conflitto tra forma e contenuto del cinema politico molto è stato scritto, specie durante gli anni della contestazione e in riferimento ai mezzi di produzione. Stando infatti alle falangi più rivoluzionarie dei movimenti di estrema sinistra, politico in senso proprio sarebbe solo certo cinema militante, che si oppone dichiaratamente al contesto produttivo tradizionale e quindi alle consuete forme estetico-espressive che caratterizzano il cinema popolare. Tutto lo sperimentalismo di molto cinema anni Sessanta andò per l'appunto in questa direzione. Ad ogni modo, come sollevava Gianni Borgna in un articolo pubblicato già all'epoca su *Paese sera*: «I corni del dilemma sono noti: o un film è rigoroso nella sua ricerca linguistica e stilistica, nel suo “specifico”, ma, purtroppo per questo “impopolare” e dunque scarsamente utile sul piano politico; oppure un film è “popolare”, dunque utile sul piano politico, ma scarsamente rigoroso a livello linguistico e stilistico, quindi “aspecifico”, ergo mistificatorio anche sul piano politico», G. BORGNA, *Un film sull'inconscio*, «Paese sera», 20 ottobre 1976.

Rispetto al cinema d'autore propriamente detto, in cui la figura del regista è centrale (e tendenzialmente dispotica), la peculiarità del cinema politico è però quella di tendere a costruire una vera e propria "squadra dell'impegno". Figure professionali che si trovano a lavorare insieme di frequente e si distinguono per l'esplicita scelta di collaborare in modo prioritario all'interno di progetti dal forte contenuto tematico. Attori, registi, sceneggiatori la cui presenza nello staff artistico di un film basta già di per sé a identificare tale prodotto come "impegnato", a garantire cioè al pubblico che la sua visione non corrisponde a puro svago, ma a un consumo qualificato. In modo un po' provocatorio, li potremmo definire come i "testimonial dell'impegno". Nulla di diverso dal vetusto concetto di *star system*,¹⁹¹ e nulla di nuovo da ciò che già era avvenuto in passato con i padri fondatori del cinema politico italiano, basti pensare a Gian Maria Volonté, icona di un certo tipo di cinema a cui non a caso è stata dedicata una monografia dall'emblematico titolo: *Gian Maria Volonté: un attore contro*.¹⁹²

Com'è giusto che sia, quindi, anche il cinema politico contemporaneo conosce i suoi divi, il suo gruppo di attori, sceneggiatori e registi "contro", alcuni dei quali hanno creato un vero e proprio stile comune, una sorta di *brand* che li identifica e offre al film che li vede partecipi l'aggiunta di un "patentino di autorevolezza", utile non solo a garantire una (presunta) qualità dell'opera, ma soprattutto una chiara riconoscibilità di prodotto a favore degli spettatori. Un nome, o meglio, una coppia di nomi su tutti: Stefano Rulli e Sandro Petraglia. Sceneggiatori meglio noti nella forma logotipica di "Rulli&Petraglia", sono per il cinema politico contemporaneo ciò che "Age&Scarpelli" rappresentava per la commedia all'italiana, ovvero garanzia di qualità (non per niente, riferendosi ai

¹⁹¹ «Il consumo di beni culturali si fonda sia sulla presenza di alcune componenti dotate di valore segnaletico, sia sul giudizio della critica. Nel primo caso, il segmento delle arti rappresentate è caratterizzato dalla presenza dello *star system*, in cui un numero relativamente esiguo di artisti è in grado di attrarre un pubblico numeroso e, pertanto, di generare un volume elevato di transazioni (Rosen, 1981)» (F. PERRETTI – G. NEGRO, *Economia del cinema*, op. cit., p. 68).

¹⁹² Cfr. F. MONTINI – P. SPILA (a cura di), *Gian Maria Volonté: un attore contro*, Bur, Milano, 2005.

film dello storico duo, si parla anche di commedia d'autore). Nella loro categoria professionale sono di certo tra i più attivi e prolifici, sia sul fronte cinematografico che su quello, altrettanto importante, delle *fiction* televisive. Dal '77 ad oggi, infatti, si contano 38 film scritti da Petraglia, di cui 21 in collaborazione con Rulli, mentre per la televisione sono 25 gli sceneggiati, mini-serie o singoli episodi che vedono in calce la firma della coppia, tra cui alcune puntate della celebre saga *La Piovra*.

Rimanendo all'ambito cinematografico, Rulli e Petraglia hanno collaborato con svariati registi, mantenendo una coerenza stilistica dettata innanzitutto da una forte vocazione narrativa che ne ha decretato il successo di pubblico, e soprattutto da una coerenza tematica tra progetto e progetto. Dalla loro penna sono nati film come *Mio fratello è figlio unico* (2007), *Romanzo criminale* (2005), *Quando sei nato non puoi più nasconderti* (2004), *La meglio gioventù* (2003), *Pasolini, un delitto italiano* (1995), *Il portaborse* (1991), *Il muro di gomma* (1991), tutti film riferibili al genere socio-politico il quale, specie in anni recenti, è stato quasi interamente monopolizzato dalla coppia di sceneggiatori.

Ma Rulli e Petraglia non sono i soli. Tra i (pochi) colleghi altrettanto attivi e altrettanto caratterizzati artisticamente possiamo citare anche Heidrun Schlee, sceneggiatrice dell'*Uomo di vetro* (2006), della *Stanza del figlio* (2001) e del *Caimano* (2006); e Andrea Purgatori, giornalista e scrittore che inizia la sua attività di sceneggiatore con il film-inchiesta di Risi, *Il muro di gomma*, per poi collaborare alla stesura di film come *Il giudice ragazzino* (1994), *Segreto di stato* (1995), *Il fantasma di Corleone* (2006), *Fortapàsc* (2009), *Vallanzasca - Gli angeli del male* (2010), lavorando molto anche per la televisione.¹⁹³

Il contributo sicuramente più significativo, in termini di identificabilità di prodotto, resta comunque quello apportato dagli attori. Se non è possibile

¹⁹³ Tra le diverse *fiction* per cui scrive la sceneggiatura, il trattamento e/o il soggetto, ricordiamo: *Joe Petrosino* (2006), *Attacco allo stato* (2006) e *Lo scandalo della Banca Romana* (2010).

rintracciare nel cinema contemporaneo una figura in qualche modo paragonabile al ruolo che andò ad assumersi Gian Maria Volonté,¹⁹⁴ di fatto esiste ancora oggi un gruppo di interpreti che in qualche modo è venuto a rappresentare il volto del cinema impegnato. Tra questi, citiamo innanzitutto Giancarlo Giannini e Michele Placido, due attori di rilievo internazionale che fungono da anello di congiunzione con il passato e si fanno tramite di un certo tipo di tradizione cinematografica. Il primo deve alla regista Lina Wertmüller la consacrazione sul fronte professionale e la sua conseguente trasformazione a icona di un certo cinema *d'essai* politicamente schierato, di cui la cineasta romana è da sempre stata portavoce.¹⁹⁵ Come accadde con Volonté, anche Giannini ha rivestito tra un film e l'altro ruoli drammatici spesso antitetici, passando dall'operaio di fabbrica al boss mafioso. In anni recenti, ha preso parte a numerosi progetti sia per il grande che per il piccolo schermo, tra cui ricordiamo *Giovanni Falcone* (1993), *Palermo-Milano: solo andata* (1995), *I Banchieri di Dio - Il caso Calvi* (2002), *Piazza delle cinque lune* (2003), *Il generale Dalla Chiesa* (2007), *Milano-Palermo: il ritorno* (2007). Ancora più emblematico il caso di Placido, che dopo aver vestito i panni del commissario di Polizia, Corrado Cattani, nella saga della *Piovra* di Damiano Damiani – per altro, in un ironico collimare tra lavoro e vita privata, in quanto il regista trascorse in gioventù qualche anno in Polizia per poi dedicarsi alla recitazione¹⁹⁶ – dopo svariate interpretazioni drammatiche, molte delle quali relative a personaggi in qualche modo legati alla

¹⁹⁴ Recentemente si è accennato a un raffronto tra Gian Maria Volonté e Toni Servillo, data anche la popolarità che ha travolto l'attore partenopeo dopo il duplice successo di *Gomorra* e *Il divo* (per altro, l'attore vinse con *Le conseguenze dell'amore* il premio "Gian Maria Volonté" come Migliore Attore assegnatogli dall'ItaliaFilmFest), ma le differenze restano comunque molte, specie per quanto riguarda il contesto personale dei due attori, il primo impegnato attivamente anche in molte campagne politiche dell'epoca, il secondo invece molto più riservato e sfuggente.

¹⁹⁵ Tra le più celebri pellicole del sodalizio Wertmüller – Giannini ricordiamo: *Mimi metallurgico ferito nell'onore* del 1972, *Film d'amore e d'anarchia, ovvero stamattina alle 10 in Via dei Fiori nella nota casa di tolleranza* del 1973, *Travolti da un insolito destino nell'azzurro mare d'agosto* del 1974, *Pasqualino Settebellezze* del 1976, *La fine del mondo nel nostro solito letto in una notte piena di pioggia* e *Fatto di sangue fra due uomini per causa di una vedova... si sospettano moventi politici*, entrambi del 1978.

¹⁹⁶ Esperienza che il regista rielabora attraverso il personaggio interpretato da Riccardo Scamarcio nel film *Il grande sogno* (2009), in una sorta di simbolico passaggio del testimone.

malavita organizzata (*Pizza connection, Giovanni Falcone*), trasferisce quel medesimo impegno nelle prove da regista che è andato realizzando dal 1990.

Tra i cosiddetti volti nuovi citiamo innanzitutto Luigi Lo Cascio, attore palermitano che esordisce sul grande schermo nel ruolo di Peppino Impastato all'interno del film *I cento passi* (2001) di Marco Tullio Giordana, con il quale girerà anche *La meglio gioventù* (2003) e *Sanguepazzo* nel 2008. La caratterizzazione delle sue prime interpretazioni lo portano (o meglio, lo “condannano”, come lui stesso ammetterà a un certo punto della sua carriera) a collaborare quasi esclusivamente per ruoli affini: nel 2003 è il leader brigatista che rapì Aldo Moro in *Buongiorno, notte* di Marco Bellocchio, quindi un delinquente affiliato alla mafia nel *Dolce e l'amaro* di Proporati (2007) e nel 2010 il protagonista del film di Mario Martone, *Noi credevamo*.

Se Lo Cascio è riuscito a svincolarsi dalla tipizzazione della sua figura, la cosa non è invece riuscita al “volto della mafia” per antonomasia, ovvero Tony Sperandeo (all'anagrafe Gaetano Sperandeo), attore palermitano che pur debuttando come comico cabarettista resta letteralmente imbrigliato nella maschera del criminale – conseguenza del suo accento siciliano e di uno sguardo naturalmente truce e minaccioso – che lo porta ad interpretare quasi sempre le vesti di spietato criminale mafioso (è Tano Badalamenti in *I cento passi*, con cui vince il David di Donatello come miglior attore non protagonista).¹⁹⁷

¹⁹⁷ La carriera di Tony Sperandeo si divide fra cinema e televisione con un crescendo che lo porta a ricevere riconoscimenti non solo dal pubblico, ma anche dalla critica. Nel 1985 entra a far parte della serie televisiva *La Piovra 2* e, sempre nello stesso anno, è nei cinema con *Pizza Connection* di Damiano Damiani e *Il pentito* di Pasquale Squitieri. Nel 1987 compare ne *Il siciliano* di Michael Cimino, storia del bandito Salvatore Giuliano, mentre nel 1989 e 1990 è uno dei protagonisti dei due film *Mery per sempre* e *Ragazzi fuori* di Marco Risi, dedicati alla criminalità giovanile siciliana nella parte della guardia carceraria Turrìs. Sempre diretto da Marco Risi veste i panni di un sottufficiale dell'aeronautica ne *Il muro di gomma* e ritorna a recitare ne *La Piovra 6 – L'ultimo segreto*, nel ruolo del mafioso Santino Rocchi. Nel 1994 ha una piccola parte in *Segreto di stato* di Giuseppe Ferrara e l'anno successivo in *Palermo - Milano solo andata* per la regia di Claudio Fragasso. Nell'ultimo decennio lavora prevalentemente per la televisione: è parte del cast di *Distretto di polizia* (2001), *Il sequestro Soffiantini* (2002), *La squadra 5-6-7-8* (2004 - 2007), *La nuova squadra* (2008-2009-2011).

Meno marcatamente segnati sul piano artistico sono invece i “belli e maledetti” Riccardo Scamarcio, Raul Bova e Kim Rossi Stuart (a cui potremmo aggiungere anche Alessio Bono e il battitore libero, Libero De Rienzo) che non possono essere considerati propriamente icone del cinema politico, ma hanno comunque partecipato come protagonisti o co-protagonisti in numerosi progetti del caso. Discorso a sé per Toni Servillo, assurto agli allori della celebrità dopo la duplice interpretazione in *Gomorra* e nel *Divo*, ormai indiscutibile elemento segnaletico di qualità in grado di attirare l’attenzione del pubblico più esigente. Infine, sul fronte femminile, citiamo tre nomi: Laura Morante, sorta di corrispettivo di Michele Placido e che, non a caso, ha recitato anche in numerosi suoi film. E ancora Maya Sansa e Jasmine Trinca, entrambe portate alla ribalta da due registi dell’impegno, rispettivamente Bellocchio e Giordana.

4.1.3 Esempi di eccellenza: Fandango e Cattleya.

A questo punto vale la pena aprire una breve parentesi su due case che proprio negli ultimi anni hanno saputo imporsi a livello nazionale e internazionale, riuscendo a tener testa a Medusa e Rai Cinema, sia in termini di fatturato che di numero di film prodotti all’anno, imponendosi quali esempi di un nuovo modello di imprenditorialità capace, soprattutto nel caso della Fandango, di dar vita a positive sinergie tra i vari comparti dell’industria culturale.

Il Gruppo Fandango, fondato a Roma nel 1989 da Domenico Procacci, assomma diverse società alla “casa madre” Fandango srl, dedicata alla produzione cinematografica e dal 2000 anche alla distribuzione, a cui sono state via via affiancate altre attività più o meno affini, come la Fandango Home Video, le case estere Fandango Australia Pty, The Works Group Plc di Londra e Last Kiss Picture (tutte in ambito cinematografico), la Fandango Tv produttrice del programma *Parla con me* condotto da Serena Dandini su RaiTre, la

Fandango Libri (dal 1999) in collaborazione con lo scrittore Alessandro Baricco, l'etichetta discografica Radiofandango, il portale *web* con *web tv* e *web radio*,¹⁹⁸ il Politecnico Fandango (sala cinematografica nel quartiere Flaminio), la casa editrice di Fumetti Coconino Press dal 2009 e il Caffè Fandango, *book bar* aperto il 12 settembre 2006 nel cuore del centro storico romano. Il *core business* resta però identificato nel cinema, con una produzione in grado di portare il fatturato complessivo al raddoppio nel 2008.

L'intuizione banale, ma forse neanche troppo banale data la singolarità del "metodo Fandango", risiede nella consapevolezza che un film è, prima di ogni altra cosa, soprattutto un nodo nevralgico dell'industria culturale contemporanea, in cui convergono un numero elevatissimo di prodotti realizzabili e commerciabili: un film è un testo, quindi un libro (romanzo, sceneggiatura o saggio di approfondimento che sia), una colonna sonora, ma soprattutto è un mondo. Un mondo fatto di personaggi, di storie, vere o fittizie poco importa, in cui un determinato tipo di pubblico può riconoscersi, rispecchiarsi, ritrovare riferimenti valoriali e identitari. Un mondo che lo spettatore/lettore/fruttore non solo può consumare, ma a cui – distinguo non da poco – può scegliere di aderire, anche fisicamente, recandosi a bere una birra, una cioccolata calda o un caffè, come nel caso del locale di Piazza di Pietra. Gli economisti la chiamano "strategia di diversificazione"¹⁹⁹ e consiste nel tentativo

¹⁹⁸ A ben vedere, però, la *web tv* a cui si ha accesso dal sito della casa di produzione (www.fandango.it) non ha alcuna struttura, ed è in realtà una mera collezione di filmati caricati sul portale di *youtube* e riferiti a interviste agli autori della casa, ai *trailers* dei film ed altri eventi connessi all'universo Fandango.

¹⁹⁹ La strategia di diversificazione può essere suddivisa in due principali tipologie: A) La diversificazione concentrica, nella quale l'impresa fuoriesce dalla filiera industriale e aggiunge delle nuove attività complementari a quelle già esistenti. In questo modo l'impresa può sfruttare la sinergia causata dalla complementarità delle attività e può sviluppare le proprie potenzialità. Essa dunque ha l'obiettivo più in generale di attirare nuovi gruppi di clienti e ingrandire il proprio mercato di riferimento. B) La diversificazione pura. In questo caso l'impresa si lancia in attività nuove e diverse che non sono collegate con le solite attività sia sul piano tecnologico che su quello commerciale. In questo caso l'impresa si pone l'obiettivo di espandere il proprio portafoglio delle attività orientandosi verso dei settori totalmente nuovi. Si tratta perciò di una strategia che comporta alti rischi dovuti alla novità, la quale richiede inoltre grandi sforzi strategici e finanziari. Cfr. P. KOTLER – G. ARMSTRONG, *Principi di marketing*, Milano, Pearson, 2006.

da parte di un'impresa di allargarsi su più mercati rispetto a quello di origine, cercando di capitalizzare le risorse e il *know how* accumulati per raggiungere nuove nicchie di clienti. Strategia che in questo caso specifico si lega anche all'esplicito intento di diventare una marca-culto, simbolo ad ampio raggio del concetto di creatività,²⁰⁰ prodotti che siano cioè popolari ma innovativi, divertenti ma al contempo impegnati. Ovvero, quel che da sempre la Fandango cerca di fare, promuovendo al contempo i progetti di Matteo Garrone, promessa (mantenuta) della cinematografia italiana che con la casa di Procacci firma tutti i suoi film da *L'Imbalsamatore* in poi, l'esordio cinematografico di un'icona pop e trasversale come Luciano Ligabue (*Radio Freccia*, 1998; *Da zero a dieci*, 2002), il guru della commedia tardo-adolescenziale Gabriele Muccino, fino a una schiera di autori più o meno noti che condividono con la casa di produzione quella stessa inclinazione all'*indie*(pendenza), ovvero all'essere liberi, creativi, innovativi. Ovvero, *cult*.²⁰¹ Ma a differenza di molti altri colleghi e operatori del settore, la *factory* Fandango crea anche un mondo commerciale e commercializzabile. Il film impegnato e impegnativo di Guido Chiesa, *Il partigiano Johnny*, diventa un Dvd della serie Collector's Edition venduto *on line* a 15,99 euro, come *Fascisti su Marte* di Corrado Guzzanti, della medesima collezione.²⁰² O ancora, il film di Chiesa può essere acquistato nel cofanetto "autori italiani" insieme all'*Imbalsamatore* di Garrone e all'opera seconda di Daniele Gaglianone, *Nemmeno il destino*, per 24.99 euro. O ancora, per 9 euro è possibile comprare la colonna sonora sempre del film di Chiesa, benché la più venduta – come segnala il sito internet della casa di produzione – resti quella di

²⁰⁰ Naturale il sodalizio con lo scrittore torinese Alessandro Baricco, icona pop della letteratura contemporanea e già fautore ancora prima di Procacci di una sua propria *factory* della creatività (ampiamente remunerativa), ovvero la Scuola Holden, con annessi e connessi.

²⁰¹ Attributi questi, si badi bene, da riferirsi al *brand* Fandango e all'universo semantico a cui rimanda, e non a una qualifica "effettiva" della casa di produzione e dei film prodotti, che non spetta a noi attribuire.

²⁰² Nella collana fanno parte anche *A throw of dice* di Franz Osten (1929), un classico del cinema muto indiano, rivisitato attraverso l'opera dell'artista contemporaneo anglo-indiano Nitin Sawhney, con annesso Cd della colonna sonora; *Bad boy Burby* di Rolf De Heer (1993); *Soy Cuba* di Mikhail Kalatozov (1964), tutti al medesimo prezzo di 15,99 euro.

Gomorra, giustamente più costosa (13 euro). Se si è invece interessati ad avere le locandine in formato originale dei film o si vuole una maglietta riportante il logo del 25ennale della società, basta riferirsi ancora una volta al sito o recarsi presso il Caffè Fandango per effettuare l'acquisto. Come si può vedere, quindi, anche il cinema d'autore, quando accuratamente scelto e confezionato, può creare business. E non certo di second'ordine.

Leggermente diverso il caso del Gruppo Cattleya, più ridotto nelle dimensioni ed esclusivamente incentrato sul settore della produzione cinematografica e televisiva, ma comunque in grado di creare un circuito virtuoso di artisti che in questi ultimi anni hanno realizzato film dal duplice, e auspicato, successo di pubblico e critica. Costituita nel 1995 da Riccardo Tozzi, allora capo delle produzioni di Mediaset, la società ha visto l'ingresso nel 1999 di due soci, Giovanni Stabilini, ex direttore generale Mediaset, e Marco Chimenz, ex vicepresidente Medusa e responsabile della rappresentanza Medusa e Mediaset di Los Angeles. Ai tre azionisti si sono affiancati nel 2000 la De Agostini Communications e il fondo di *private equity* San Paolo Imi Investimenti, entrambi con il 10 per cento, e nel 2008 Universal Pictures col 20 per cento.²⁰³

Il vantaggio della Cattleya consiste fondamentalmente nell'abbinare a una produzione di film cosiddetti d'autore – Cristina Comencini con *Matrimoni* (1998), *Liberate i pesci!* (2000), *Il più bel giorno della mia vita* (2002), *La bestia nel cuore* (2005) e Franco Zeffirelli con *Un tè con Mussolini* (1999), *Callas Forever* (2002) – film della nuova commedia italiana, quella generazionale di Luca Lucini e quella maggiormente impegnata di Giulio Manfredonia e Paolo Virzì. Tra i suoi successi, comunque, va citato il caso di *Romanzo criminale* (2005), progetto sviluppato direttamente dalla casa di

²⁰³ Cattleya spa controlla totalmente anche l'etichetta discografica Radiocattleya srl e Olympia Entertainment limited, ma resta una società votata alla produzione cinematografica (vi realizza il 98,95% del fatturato), in linea con gli obiettivi e l'approccio prettamente industriale e manageriale dei suoi tre promotori, che si dividono le cariche di presidente (Tozzi) e di amministratori delegati.

produzione che, dopo aver acquisito i diritti del libro di De Cataldo, lo ha proposto inizialmente a Marco Tullio Giordana per una co-produzione con la Rai.²⁰⁴ Accordo che è però fallito lasciando il progetto in *stand by* per diverso tempo, prima di essere rilanciato grazie anche all'interessamento della *major* statunitense Warner Bros. con cui si è deciso di affidare la regia a Michele Placido. Al film è quindi seguita la celebre e apprezzata serie televisiva firmata da Stefano Sollima e venduta con successo anche all'estero.²⁰⁵

Sebbene non ai livelli della Fandango, anche Cattleya in tempi recenti ha iniziato a ritagliarsi uno spazio d'azione che vede la produzione di film impegnati come uno dei suoi cavalli di battaglia, prodotti declinati non solo nelle forme del film per la sala ma anche per la televisione, mercato (quello delle *fiction* e delle serie tv) su cui la società sta ampiamente investendo, affidando la gestione e il coordinamento del comparto relativo alla produzione per il piccolo schermo a Maurizio Tini, già produttore televisivo indipendente.

4.2 Distribuzione e mercati.

Un film senza pubblico non esiste
Hélène Cardis, Pathé Film

Circa la tipica conformazione a clessidra del sistema cinematografico, italiano e non solo, è stato già ampiamente detto e scritto. Il corso degli eventi ha infatti determinato il crearsi di un *corpus* nutrito di operatori più o meno stabili nel settore produttivo e dell'esercizio, di contro al comparto della

²⁰⁴ Dichiara Riccardo Tozzi in un'intervista a *Cineuropa*: «[*Romanzo criminale*] è un film che ha avuto una vita piuttosto disordinata da un punto di vista commerciale, senza un regista fino alla fine. Il budget totale è stato di 8 milioni di euro con una co-produzione inglese (Aquarius Film), una francese (Babe Productions) e un minimo garantito a livello di vendite internazionali, e la partecipazione di Warner in co-produzione e distribuzione per un 40%. Warner lavora bene sul cinema italiano, e insisto su questo punto perché c'è sempre un dubbio sulla capacità delle major di co-produrre e distribuire film italiani» (cfr. www.cineuropa.org).

²⁰⁵ Dal film di Placido, il progetto diventa un serial tv di due stagioni, rispettivamente di dodici e dieci ore. Dichiara Maurizio Tini: «Il libro era talmente ricco di contenuti che già ci era stato difficile tagliare tanto minutaggio rispetto alla *director's cut*. Poi Sky ci ha proposto di lavorare ad un prodotto seriale, dandoci totale libertà di produzione ed è nato un prodotto già venduto all'estero, che Canal Plus ha fatto passare in prime time» (cfr. www.cinemaitaliano.info).

distribuzione cinematografica che conta invece un numero ridotto di società detentrici del potere contrattuale più alto all'interno dell'intera filiera.²⁰⁶ Le ragioni di tale situazione sono molteplici e non è qui il caso di ri-discuterle. Ci basti notare che anche per quanto riguarda i film di argomento politico pensati per la sala – leggermente diverso il discorso per i film a basso budget di cui diremo nel prossimo capitolo – la questione rimane pressoché identica, presentando sul piano della distribuzione un numero abbastanza ridotto di case che si prendono incarico di promuovere e commercializzare il prodotto sul mercato, o meglio sui diversi mercati, a partire da quello primario dei diritti *theatrical*, quindi su quelli secondari, che comprendono l'*home video*, i diritti televisivi (generalista, *pay-per-view*, *on demand*), il multimedia (compreso internet) ed altri diritti ancillari (*ship*, *hotel*, *airlines*, *merchandising*). Un comparto, quello dei mercati secondari, che da solo copre in media più dei 2/3 dei ricavi totali derivanti dallo sfruttamento di un film.²⁰⁷

Ciononostante, pur generando ricavi assai inferiori rispetto agli altri canali, la sala mantiene una sua indiscutibile prerogativa. Quale primo vagone della filiera distributiva è infatti determinante per la formazione del valore commerciale del film lungo tutto il suo ciclo di vita, perché il successo in sala costruisce la prima credenziale di una pellicola presso il pubblico e condiziona di conseguenza le sue possibilità di diffusione su tutti i successivi canali di

²⁰⁶ «La distribuzione è il comparto che gestisce materialmente il flusso di denaro frutto della spesa di consumo del pubblico che risale, attraverso successive e graduali ripartizioni, in capo a tutto il sistema della cinematografia, verso la testa della filiera. È soprattutto in ragione di questa posizione di collettore monetario che ha visto maturare alcuni assestamenti – pochi in verità e finora parziali – che lo hanno portato alla conformazione attuale» (www.cineconomy.com). Inoltre, va notato che in media sul box office complessivo del film, circa il 40% dei ricavi rimane al distributore, con un accordo con l'esercente che si modifica a vantaggio di quest'ultimo in funzione del numero di settimane che il film resta in cartellone (le percentuali si modificano a vantaggio dell'esercizio, passando alle quote 55% – 45%, 60% - 40%, 65% - 35%, 70% - 30%).

²⁰⁷ «Se si osserva il ciclo di vita di un film realizzato dalle principali Major [*statunitensi*] emerge che gran parte del valore si crea nell'area che abbiamo definito come di "estensione classica", dove il cosiddetto "botteghino" pesa "solo" il 15% e la cessione dei diritti di visione su altri mezzi per il restante 85% [*escludendo per altro i ricavi derivanti dalla cessione dei diritti di sfruttamento del merchandising, ndr*]» (G. IASEVOLI, *Il marketing dei diritti televisivi: strategie di license stretching*, Atti del IX Congresso Internazionale Marketing Trends in Europe, Venezia, 2010).

sfruttamento. Come si può notare nella tabella che segue, nella maggioranza dei casi la società di distribuzione “tradizionale” prende incarico, tramite altra società collegata, anche del comparto della produzione e distribuzione dei materiali *home video*, ed è ovviamente detentricice dei diritti di sfruttamento per il mercato televisivo e per il cosiddetto *licensing* del *merchandising*.

TABELLA n. 5: La distribuzione.²⁰⁸

Film	Theatrical	Home video	Mercato televisivo - Italia
Barbarossa (2009)	01 Distribution Data di uscita: 09/10/2009	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 17/02/2010 Prezzo di listino: 19,90 euro	N.P.
Fortapasc (2009)	01 Distribution Data di uscita: 20/03/2009	[DVD] 01 Distribution Home Video Data uscita: 23/09/2009 Prezzo di listino: 23,99 euro	Dicembre 2009 – Maggio 2010 Sky Prima Fila – 7 passaggi Sky Cinema 1 – 14 passaggi Premium Cinema – 11 passaggi
Vincere (2009)	01 Distribution Data di uscita: 22/05/2009	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 21/10/2009 Prezzo di listino: 20,99 euro	Marzo - Luglio 2010 Sky Prima Fila – 33 passaggi Sky Cinema 1 – 2 passaggi
Gomorra (2008)	01 Distribution Data di uscita: 16/05/2008	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 03/12/2008 Prezzo di listino: 23,99 euro oppure 29,90 euro (Edizione Speciale 2 DVD) In edicola: 23/10/2009 con La Repubblica - L'Espresso (Autoritratto Italiano)	Febbraio 2009 – Giugno 2010 Sky Prima Fila – 19 passaggi Sky Cinema HD – 10 passaggi Sky Cinema 1 – 15 passaggi Sky Cinema Mania – 20 passaggi Sky Cinema Hits – 4 passaggi Sky Cinema Italia – 4 passaggi

²⁰⁸ I dati sono ordinati secondo la casa di distribuzione *theatrical*, quindi in ordine di anno di uscita, quindi in ordine alfabetico. I dati, qualora non diversamente specificato, sono raccolti dal sito www.cinemaitaliano.info. Integrazioni, prevalentemente tramite indagine sul web, sono state effettuate per quanto riguarda il comparto dell'*home video* (diritti concessi nel tempo a più società) e relativi canali di commercializzazione (diverso è chi produce e distribuisce il prodotto DVD da chi effettivamente lo vende sul mercato, tra cui le videoteche, la GDO, l'elettronica di consumo, catene specializzate nell'*home video*, catene di gruppi editoriali focalizzate su *entertainment* come la Feltrinelli, Mondadori, Fnac, Ricordi, librerie, Internet, negozi di giocattoli, edicole); per quanto riguarda i passaggi televisivi qui riportati, è bene segnalare che si tratta di una collezione necessariamente lacunosa, rifacendosi quasi esclusivamente alle informazioni riportate sul sito www.cinemaitaliano.info, relative però ai soli film prodotti dal 2000 ad oggi. Per i film prodotti in precedenza è stato alquanto difficile rintracciare indicazioni a riguardo.

Masseria delle allodole, La (2007)	01 Distribution Data di uscita: 23/03/2007	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 04/12/2007 Prezzo di listino: 23,90 euro	<i>Giugno 2008 – Luglio 2010</i> Sky Cinema Mania – 21 passaggi Sky Cinema Hits – 3 passaggi Rai Storia - 1 passaggio
Uomo di vetro, L' (2007)	01 Distribution Data di uscita: 15/06/2007	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 02/04/2008 Prezzo di listino: 23,90 euro	<i>Giugno 2008 – Settembre 2009</i> Sky Cinema 1 – 12 passaggi Sky Cinema Mania – 21 passaggi Rai 1 – 15 marzo 2009 ore 1.40
Quando sei nato non puoi più nasconderti (2005)	01 Distribution Data di uscita: 13/05/2005	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 16/11/2005 Prezzo di listino: 23,90 euro	<i>Febbraio 2007 – Marzo 2010</i> Sky Cinema 3 – 5 passaggi Sky Cinema 16:9 - 5 passaggi Sky Cinema Mania – 5 passaggi Rai Sat Premium – 7 passaggi Rai 1 – 28 luglio 2008, ore 21.20
Buongiorno, notte (2003)	01 Distribution Data di uscita: 05/09/2003	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 11/01/2006 Prezzo di listino: 23,90 euro In edicola: 28/09/2005 con Ciak e Panorama (Italiani d'Autore) a 9,90 euro + rivista	<i>Giugno 2006 – Giugno 2010</i> RAI 3 – 7 giugno 2006, ore 21:00 RAI 2 – 31 agosto 2007, ore 02:30 Rai Sat Cinema – 11 passaggi Rete 4 – 15 marzo 2008, ore 02:55 Rai Movie – 3 passaggi (ore: 02:05 / 04:45 / 00:30)
Meglio gioventù, La (2003)	01 Distribution Data di uscita: 20/06/2003	[DVD] Warner Home Video Data di uscita: 18/11/2003 Prezzo di listino: 39,90 euro In edicola: 20/04/2006 - 10/05/2006 con Gente n. 17-20, parti I-IV a 8,90 euro (cdu) 25/01/2008 - 08/02/2008 con La Repubblica e L'Espresso a 7,10 euro + rivista, parti I-IV a 7,10 euro + rivista	<i>Settembre 2005 – Aprile 2010</i> Rai International – 15 settembre 2005, ore 20:40 RAI 3 - 4 puntate con cadenza settimanale dal 17 maggio 2006, ore 21:00 Rai Sat Cinema – 19 passaggi
Trasformista II	01 Distribution Data di uscita: 22/11/2002	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 12/03/2008 Prezzo di listino: 5,90 euro	Rai Movie - 13 marzo 2010 RAI 3 - 7 febbraio 2011, ore 21
Vajont - La diga del disonore (2001)	01 Distribution Data di uscita: 19/10/2001	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 15/09/2004 Prezzo di listino: 23,90 euro	Rai International - 5 febbraio 2005, ore 21:00 RAI 1 - 9 novembre 2005, ore 21:00
Siciliana ribelle, La (2008)	Istituto Luce Data di uscita: 27/02/2009	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 29/06/2010 Prezzo di listino: 14,99 euro	<i>Novembre 2009 – Luglio 2010</i> Sky Prima Fila – 14 passaggi Premium Emotion – 4 passaggi Sky Cinema Mania – 8 passaggi Mediaset Mya – 2 passaggi Sky Cinema Italia – 10 passaggi Premium Cinema – 2 passaggi

Ragioni dell'aragosta Le (2007)	Istituto Luce Data di uscita: 07/09/2007	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 05/12/2007 Prezzo di listino: 14,99 euro oppure 19,99 euro [Edizione speciale con 2 DVD]	<i>Luglio 2008 – Luglio 2009</i> Sky Cinema Mania – 18 passaggi Sky Cinema Hits – 8 passaggi
Private (2004)	Istituto Luce Data di uscita: 14/01/2005	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 06/07/2005 Prezzo di listino: 22,99 euro [DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 26/08/2009 Prezzo di listino: 14,90 euro	 RAI 3 - 3 agosto 2008, ore 23:30
Fuggiasco, Il (2003)	Istituto Luce Data di uscita: 14/11/2003	[DVD] Universal Pictures Video Data di uscita: 22/09/2005 Prezzo di listino: 14,90 euro	<i>Luglio 2006 – Marzo 2010</i> Rai 1 – 19 luglio 2006, ore 23:20 Rai Sat Cinema – 10 passaggi
Piazza delle cinque lune (2003)	Istituto Luce Data di uscita: 09/05/2003	[DVD] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 05/11/2003 Prezzo di listino: 14,90 euro	<i>Giugno 2007 - Marzo 2008</i> Canale 5: 9 giugno 2008, ore 23:30 / 11 agosto 2007, ore 23.50 Iris: 16 marzo 2008, ore 21:00
Placido Rizzotto (2000)	Istituto Luce Data di uscita: 30/09/2000	[DVD - VHS] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 25/03/2009 Prezzo di listino: 14,90 euro In edicola: 17/12/2007 con Fabbri Editore (Cinema e Misteri d'Italia) a 9,90 euro	<i>Febbraio 2007 – Giugno 2010</i> Rai Sat Cinema – 17 passaggi RAI 1 – 24 aprile 2008, ore 03:15 Rai Movie – 3 passaggi
Eroe borghese, Un (1995)	Istituto Luce Data di uscita: 1995	[VHS] Universal Pictures Data di uscita: 1995 Prezzo di listino: 10,49 euro Distribuito in VHS anche da L'Unità Video e Mondadori Video	<i>Luglio 2009 – Dicembre 2010</i> Premium Emotion – 2 passaggi, ore 13:20, ore 0:55 Rete 4 - 13 novembre 2008, ore 02:25 La 7 - luglio 2009, ore 21:10 Canale 5 - 12 aprile 2010, ore 02:45
Fascisti su Marte (2006)	Fandango distribuzione Data di uscita: 27/10/2006	[DVD] Fandango Home Video Data di uscita: 2006 Prezzo di listino: 19,99 euro	<i>Settembre 2007 – Settembre 2009</i> Sky Cinema Mania – 17passaggi Sky Cinema 1 – 3 passaggi Sky Cinema 2– 4 passaggi Rai 3 – 9 agosto 2009, ore 23.30 Rai 3 – 6 settembre 2009, ore 23.05
Lavorare con lentezza (2003)	Fandango distribuzione Data di uscita: 01/10/2004	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 20/04/2005 Prezzo di listino: 12,00 euro	<i>Giugno 2008 – Luglio 2010</i> Rete 4 – 27 giugno 2008, ore 02:55 Sky Cinema Mania – 8 passaggi Sky Cinema Italia – 15 passaggi Iris – 2 passaggi

Segreti di Stato (2003)	Fandango distribuzione Data di uscita: 05/09/2003	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 10/02/2004 Prezzo di listino: 14,99 euro In edicola: 26/11/2007 con Fabbri Editore (Cinema e Misteri d'Italia) a 9,90 euro [DVD] Fandango Home Video Data di uscita: 2003 Prezzo di listino: 12,99 euro	<i>Febbraio 2007 – Febbraio 2008</i> Cult TV – 25 passaggi
Partigiano Johnny, II (2000)	Fandango distribuzione Data di uscita: 17/11/2000	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 20/09/2005 Prezzo di listino: 14,99 euro [2 DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 07/03/2006 Prezzo di listino: 19,99 euro [DVD] Fandango Home Video Data di uscita: 2000 Prezzo di listino: 12,99 euro	<i>Aprile 2006 – Giugno 2010</i> Rete 4 – 25 aprile 2006, ore 23:20 / 1 giugno 2009, ore 23:20 / 29 giugno 2010 Cult Tv – 13 passaggi Iris – 25 aprile 2010, ore 21:00
Prima linea, La (2009)	Lucky red Data di uscita: 20/11/2009	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 06/04/2010 Prezzo di listino: 16,90 euro	N.P.
Divo, II (2008)	Lucky red distribuzione Data di uscita: 28/05/2008	[2 DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 05/11/2008 Prezzo di listino: 16,90 euro oppure 19,90 euro In edicola: 30/10/2009 con La Repubblica - L'Espresso (Autoritratto Italiano)	<i>Febbraio 2009 - Maggio 2010</i> Sky Prima Fila – 14 passaggi Sky Prima Fila – 26 passaggi Sky Cinema 1 – 17 passaggi Sky Cinema HD – 5 passaggi Sky Cinema Mania – 13 passaggi Sky Cinema Hits – 2 passaggi Sky Cinema Italia – 6 passaggi
Viva Zapatero! (2005)	Lucky red Data di uscita: 16/09/2005	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 06/12/2005 Prezzo di listino: 9,90 euro In edicola: 07/04/2006 con Repubblica – L'Espresso (La Cineteca) a 9,90 euro + rivista	<i>Febbraio 2007 – Ottobre 2007</i> Sky Cinema 1 – 6 passaggi Sky Cinema 2 – 5 passaggi Sky Cinema 3 – 4 passaggi Sky Cinema 16:9 – 10 passaggi Sky Cinema Mania – 14 passaggi
Angela (2002)	Lucky red Data di uscita: 30/10/2002	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 01/06/2003 Prezzo di listino: 22,90 euro	<i>Settembre 2005 - Novembre 2008</i> RAI 3 – 1 passaggio, ore 23:20 Rai 4 - 1 passaggio, ore 10.55

Tano da morire (1997)	Lucky red Data di uscita: 29/08/1997	[VHS] Lucky Red Home Video Data di uscita: 1996 [DVD] 20th Century Fox Home Entertainment Data di uscita: 28/11/2007 Prezzo di listino 16,90 euro	N.P.
Caro diario (1993)	Lucky red Data di uscita: 12/11/1993	Panarecord VHS e DVD Data di uscita: 1994 [DVD] Warner Home Video Data di uscita: 23/09/2008 Prezzo di listino: 14,93 euro In edicola: Uscito con il Corriere della Sera, collana di VHS "Il grande cinema"	N.P.
Grande sogno, II (2009)	Medusa distribuzione Data di uscita: 11/09/2009	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 27/01/2010 Prezzo di listino: 16,90 euro	N.P.
Dolce e l'amaro, II (2007)	Medusa distribuzione Data di uscita: 05/09/2007	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 09/01/2008 Prezzo di listino: 12,90 euro	<i>Aprile 2008 – Agosto 2009</i> Sky Prima Fila – 1 passaggio Sky Cinema HD – 6 passaggi Sky Cinema 1 – 20 passaggi Sky Cinema Mania – 16 passaggi Sky Cinema Hits – 15 passaggi
The Dreamers - I Sognatori (2003)	Medusa distribuzione Data di uscita: 10/10/2003	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 07/04/2004 Prezzo di listino: 12 euro [2 DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 07/04/2004 Prezzo di listino: 14,90 euro	<i>Febbraio 2007 – Luglio 2010</i> Rete 4 – 3 passaggi (ore 23:05, 23:35 e 23:45) Iris - 3 passaggi (ore 21, 20:55 3 23:05) Mediaset Mya – 4 passaggi Premium Cinema – 12 passaggi Premium Emotion – 7 passaggi
Cento passi, I (2000)	Medusa distribuzione Data di uscita: 01/09/2000	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 01/04/2001 Prezzo di listino: 12,00 euro In edicola: 06/09/2007 con Fabbri Editore (Cinema e Misteri d'Italia) a 9,90 euro	<i>Gennaio – Giugno 2010</i> Rai Sat Cinema – 9 passaggi RAI 1 – 29 gennaio 2010, ore 03:15 Rai Movie – 3 passaggi
Pianese Nunzio, 14 anni a maggio (1996)	Medusa distribuzione Data di uscita: 5/09/1996	[VHS] Medusa Video Data di uscita: 19/07/1996 [DVD] General Video Data di uscita: 07/2009 Prezzo di listino: 16,90 euro	N.P.

Testimone a rischio (1997)	Medusa distribuzione Data di uscita: 1997	[VHS e DVD] Medusa Video Data di uscita: 1997	<i>Novembre 2010</i> Mediaset Steel – 1 passaggio.
Segreto di Stato - Forze oscure (1995)	Mediaset Data di uscita: 24/03/1995	[VHS] Medusa Video Data di uscita: 29/12/1999	N.P
Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni (2003)	L'antia cinema & audiovisivi Data di uscita: 28/03/2003	[DVD] Sony Pictures Home Entertainment Data di uscita: 11/12/2007 Prezzo di listino: 16,49 euro	<i>Gennaio – Giugno 2010</i> Rai Sat Cinema – 7 passaggi Rai Movie – 3 passaggi (03:55 / 00:50 / 02:20)
Alla rivoluzione sulla due cavalli (2001)	L'antia cinema & audiovisivi Data di uscita: 12/10/2001	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 15/06/2005 Prezzo di listino: 22,90 euro	RAI International - 21 maggio 2005, ore 21:15 RaiSat Cinema - 2 passaggi
Riconciliati (2000)	L'antia cinema & audiovisivi Data di uscita: 15/03/2002	Non risulta in vendita.	N.P.
Fine pena mai (2008)	Mikado film Data di uscita: 29/02/2008	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 08/07/2008 Prezzo di listino: 14,99	<i>Settembre 2010 - Novembre 2010</i> Sky Cinema 1 – 14 passaggi
Luce del sole, Alla (2004)	Mikado film Data di uscita: 21/01/2005	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 14/09/2005 Prezzo di listino: 22,99 euro In edicola: 15/09/2006 con L'Espresso - Repubblica (La Cineteca) a 15.90 euro	<i>Gennaio 2007 – Agosto 2008</i> RAI 1 – 14 gennaio 2007, ore 21.25 / 13 febbraio 2007, ore 21.10 / 25 agosto 2008, ore 21.20 Rai Sat Premium – 5 passaggi
Vento di terra (2004)	Mikado film Data di uscita: 17/09/2004	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 15/03/2005 Prezzo di listino: 14,99 euro	<i>Maggio 2007 – Gennaio 2009</i> Cult TV – 28 passaggi RAI 3 – 1 luglio 2007, ore 23:30
Caimano, Il (2006)	Sacher distribuzione Data di uscita: 24/03/2006	[DVD] Warner Home Video Data di uscita: 10/12/2008 Venduto solo in cofanetto 12 DVD: Listino: 134,90 euro [2 DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 17/10/2006 Prezzo di listino: 22,99 euro oppure 14,99 (unico DVD) DVD] Dolmen Home Video (società Mikado) Data di uscita: 2006 Prezzo di listino: 14,90 euro	<i>Aprile 2007 – Giugno 2010</i> Sky Cinema Mania – 16 passaggi Sky Cinema 1 – 9 passaggi Sky Cinema 2 – 10 passaggi Sky Cinema 16:9 – 5 passaggi Sky Cinema Hits – 7 passaggi Sky Cinema Italia – 4 passaggi

		<p>In edicola: [2 DVD + libro] Giangiaco Feltrinelli Editore Data di uscita: 2006 Collana "Le Nuvole" Prezzo di listino: 23,90 euro</p> <p>21/09/2007 con L'Espresso e Repubblica (Sguardo d'Autore) a 9,90 euro - La vita attraverso l'occhio del cinema.</p>	
Tornando a casa (2001)	Sacher distribuzione Data di uscita: 07/09/2001	N.P.	N.P.
Aprile (1998)	Tandem Data di uscita: 27 /03/1998	<p>[DVD] Warner Home Video Data di uscita: 10/12/2008 Venduto solo in cofanetto 12 DVD: Listino: 134,90 euro</p> <p>[VHS] Buena Vista Home Entertainment Data di uscita: 1998</p>	N.P.
Mio fratello è figlio unico (2007)	Warner Bros Italia Data di uscita: 20/04/2007	<p>[DVD] Warner Home Video Data di uscita: 25/09/2007 Prezzo di listino: 19,90 euro</p> <p>In edicola: 13/11/2000 con La Repubblica - L'Espresso (Autoritratto Italiano)</p> <p>15/02/2008 con Panorama (Prima Visione) a 13,00 euro + rivista</p>	<p><i>Gennaio 2008 – Marzo 2010</i></p> <p>Mediaset Extra 1, Costo di 4€- 4 passaggi Mediaset Extra 2, Costo di 4€- 21 passaggi Mediaset Mya – 39 passaggi Premium Cinema – 2 passaggi Premium Emotion – 9 passaggi Mediaset Joi – 1 passaggio</p>
Romanzo criminale (2005)	Warner Bros Italia Data di uscita: 30/09/2005	<p>[DVD] Warner Home Video Data di uscita: 15/02/2006 Prezzo di listino: 19,90 euro</p> <p>[DVD + Libro di Giancarlo De Cataldo] Giulio Einaudi Editore Data di uscita: 28/11/2006 Prezzo di listino: 24,80 euro</p> <p>[2 DVD] Warner Home Video Data di uscita: 07/11/2007 Prezzo di listino: 24,90 euro</p> <p>In edicola: 17/11/2006 con Panorama a 11,90 euro + rivista 01/05/2008 con Focus a 9,90 euro</p>	<p><i>Febbraio 2007 – Aprile 2008</i></p> <p>Sky Cinema Mania – 10 passaggi Sky Cinema 16:9 – 13 passaggi Sky Cinema 1 – 9 passaggi Sky Cinema 2 – 9 passaggi Sky Cinema 3 – 5 passaggi FX – 28 gennaio 2008, ore 14:00 Canale 5 – 22 aprile 2008, ore 21:10 / 23 aprile, ore 21.10</p>

Pasolini, un delitto italiano (1995)	Cecchi Gori Group Data di uscita: 03/09/1995	[DVD] Cecchi Gori Home Video, Data di uscita: 27/01/2005 Prezzo di listino: 14,99 euro	Iris - 7 luglio 2009 ore 00:10
Piccoli maestri, I (1998)	Cecchi Gori Group Data di uscita: 10/09/1998	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 03/12/2002 Prezzo di listino: 14,99 euro	N.P.
Banchieri di Dio - Il caso Calvi, I (2001)	Columbia Tristar Films Italia Data di uscita: 08/03/2002	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 28/11/2007 Prezzo di listino: 17,99 euro In edicola: 27/09/2007 con Fabbri Editore (Cinema e Misteri d'Italia) a 9,90 euro	N.P.
Giovanni Falcone (1993)	Columbia Tri Star Film Italia Data di uscita: 28/10/1993	[DVD] Sony Pictures Home Entertainment Data di uscita: 18/06/2010 Prezzo di listino: 10,99 euro [VHS] Cdi Home Video	LA 7 - 2 Luglio 2008 ore 21:10
Palermo-Milano solo andata (1995)	20th Century Fox Data di uscita: 26/01/1996	[DVD] 20th Century Fox Home Entertainment Data di uscita: 1996 Prezzo di listino: 12,98 euro	Canale 5 - 30 luglio 2009, ore 21:10 Canale 5 - 30 maggio 2010, ore 23:50
Milano Palermo - Il ritorno (2007)	Buena Vista International Italia Data di uscita: 23/11/2007	[DVD] Medusa Home Entertainment Data di uscita: 02/07/2008 Prezzo di listino: 14,90 euro	Luglio - Agosto 2009 Premium Cinema - 11 passaggi
Luna rossa (2001)	Sharada Distribuzione Data di uscita: 12/10/2001	[DVD] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 06/09/2006 Prezzo di listino: 12,90 euro	Febbraio 2007 - Dicembre 2010 RaiSat Cinema World - 13 passaggi; Rai Movie - 2 passaggi
Angeli di Borsellino - Scorta QS 21, Gli (2003)	Cdi Clemi International Data di uscita: 10/2003	[DVD] Cdi Home Video, Clemi Video Prezzo di listino: 12,90 euro	N.P.

Le imprese di distribuzione presenti nel settore sono 14, a fronte del numero assai più elevato riscontrato in ambito produttivo. Tra queste, ad avere ruolo prioritario è ancora una volta lo Stato, con la società 01 Distribution (proprietà di Rai Cinema) e l'Istituto Luce (ora Cinecittà Luce), che insieme distribuiscono circa il 40% dei film in esame (18 sul totale, di cui 11 a carico della 01

Distribution).²⁰⁹ Quindi troviamo la già citata Fandango, che dal 2000 inizia anche l'attività di distribuzione, sia in sala che nell'*home video*, e ancora la Lucky Red di Andrea Occhipinti, la Sacher distribuzione di Nanni Moretti (nata nel 1997 come Tandem, società fondata inizialmente con Barbagallo, Roberto Cicutto e Luigi Musini della Mikado), Medusa – Gruppo Mesiaset, la Mikado²¹⁰ (dal 2010 nelle mani del manager Franco Tatò e consorte, Sonia Raule) e la Lantia cinema & audiovisivi.²¹¹ Decisamente meno incisiva rispetto ad altri generi cinematografici, la presenza delle *major* d'oltreoceano, che si limitano a qualche pellicola, ma di notevole successo, come il caso del colosso della Warner Bros. che entra in *partnership* con Cattleya per la distribuzione di due lungometraggi: *Romanzo criminale* e *Mio fratello è figlio unico*.²¹²

²⁰⁹ La 01 Distribution opera come distributore puro occupandosi della sola distribuzione dei diritti cinematografici attraverso un mandato senza rappresentanza. Il costo dei diritti ed il costo di distribuzione (*Print&Advertising*) fanno capo direttamente all'azionista, mentre la società percepisce una commissione a fronte dell'intermediazione. Inoltre, la società opera anche in *service* per conto terzi e a partire dal settembre 2004 svolge tale attività direttamente avvalendosi di una propria rete distributiva. Prima di tale data, l'attività distributiva è stata delegata ad operatori di mercato dotati di una propria rete di vendita (DNC, Columbia, Eagle e Warner).

²¹⁰ Costituita nel 1984 da Roberto Cicutto e Luigi Musini, la Mikado si è imposta come una delle principali società di distribuzione di film italiani e stranieri di qualità. Mikado ha distribuito con successo film come *Blue* di Derek Barman, *Il Mahabharata* di Peter Brook e *Il decalogo* di Kieslovski. Ha distribuito pellicole di Ermanno Olmi, Manoel de Oliveira, Claude Chabrol, Mario Martone, Wim Wenders, Roberto Faenza, Patrice Chereau, Silvio Soldini. Accanto alla distribuzioni, la Mikado ha svolto un ruolo centrale anche nella produzione cinematografica. Ha partecipato con De Agostini e Lumière&co nella società Albachiarà. La Mikado film ha partecipato al primo film nato nell'ambito dell'accordo di coproduzione tra Italia e Sudafrica *Hotel Rwanda* (2004) di Terry Gorge. Roberto Cicutto e Luigi Musini, fondatori della società, hanno inoltre prodotto con il marchio Cinemaundici le ultime due opere di Ermanno Olmi: *Il mestiere delle armi* e *Cantando dietro i paraventi*. Recentemente, la società ha prodotto anche il film-denuncia di Michael Moore, *Capitalism: a love story* (2009). La società Mikado è stata acquisita nel 2002 dal Gruppo De Agostini Communications Srl, che nel 2007 acquisisce anche Magnolia e Marathon Group, società di produzione televisiva attive rispettivamente in Italia e Francia; e nel 2008 la Zodiak Television, società di produzione televisiva attiva nel nord e nell'est Europa. Nel 2010, a seguito dell'accordo raggiunto fra De Agostini Communications S.p.A., la gestione della società è passata nelle mani di Franco Tatò, manager di lungo corso prossimo ai 78 (Olivetti, Fininvest, Mondadori, Enel), insieme alla moglie Sonia Raule, Lucia Morselli, Marco Caputo e Nicola Drago.

²¹¹ Società fondata da Benne Attene e Paola Ermini, ha prodotto e distribuito in prevalenza film d'autore, tra cui nel 2003 *Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni* di Ferdinando Vicentini Orgnani, *Fortezza Bastiani* di Michele Mellara e Alessandro Rossi, *Riconciliati* di Rosaria Polizzi; nel 2001 *Alla rivoluzione sulla due cavalli* di Maurizio Sciarra, *Dimenticati* di Piero Livì e *Vipera* di Sergio Citti.

²¹² Dichiarata in un'intervista Simona Benzakein, vice-presidente delle produzioni europee della Warner Bros. Italia: «In cinque anni, la Warner ha co-prodotto sette lungometraggi di produttori indipendenti italiani. Ma non ci accontentiamo di mettere i soldi, siamo legati alle decisioni artistiche perché lavoriamo con i produttori dall'inizio, dallo stadio dello sviluppo della

Come per qualsiasi produzione, dopo il passaggio nelle sale nazionali tutti i film ottengono una distribuzione sul mercato *home video*, i cui prezzi di listino indicati (in realtà più alti rispetto all'effettivo costo al consumatore, agevolato sempre da una sorta di sconto di circa il 10% in funzione del rivenditore) oscillano tra i 10 e i 20 euro, con punte fino ai 24-30 euro per i prodotti più recenti (che salgono addirittura a 40 euro per *La meglio gioventù* distribuita dalla Warner, edita però in cofanetto con 2 Dvd, oppure a 135 euro per *l'opera omnia* di Nanni Moretti, in cofanetto con 12 Dvd, sempre distribuiti dalla Warner). Discorso a sé il mercato televisivo, di cui è data in tabella una fotografia abbastanza approssimativa – come spiegato in nota – ma comunque utile per comprendere le principali dinamiche di distribuzione sul mercato nazionale (diversi prodotti ottengono anche una distribuzione sui mercati televisivi esteri, soprattutto laddove il prodotto non ha avuto accesso alla sala).

Prima finestra ad aprirsi come di consueto è quella delle *pay-tv*, rappresentata principalmente dalla piattaforma satellitare Sky nelle sue diverse declinazioni (Sky Prima Fila, Sky Cinema HD, Sky Cinema 1, Sky Cinema Hits) e, con l'avvento del digitale terrestre, dalla piattaforma Mediaset Premium (attiva dal 2005). Per quanto riguarda la *free-tv*, diversi prodotti approdano prima su satellite (Rai Sat) o digitale terrestre (Rai Storia e Rai Movie o Iris e Cielo per le tv commerciali), quindi sulle reti storiche. Da notare l'orario, che è principalmente notturno (a ottenere la prima serata sulle reti Rai o Mediaset sono poco più di una decina di film sul totale) a confermare il divorzio tra cinema e *free-tv* già rilevato da tempo.²¹³

Infine, quasi tutti i film presi in considerazione ottengono anche una distribuzione sul mercato estero (da intendersi nel circuito delle sale e non già all'interno di festival o rassegne). Per una visione di insieme si riporta nella

sceneggiatura fino al casting. [...] Noi lavoriamo strettamente, come si vede, con la distribuzione, che stabilisce delle stime di uscita che pesano sulla nostra decisione di entrare o meno in co-produzione» [dall'articolo *Cattleya-Warner: un'alleanza vincente*, di Fabien Lemercier, pubblicato il 17 marzo 2006 sul portale Cineuropa, www.cineuropa.org].

²¹³ Cfr. F. CASSETTI – S. SALVEMINI, *E' tutto un altro film*, op. cit.

seguinte tabella il totale di biglietti venduti in sala tra estero (principalmente il mercato europeo) e Italia, come riportato dall'Osservatorio Europeo sull'Audiovisivo (European Audiovisual Observatory), da cui si evince il grado di circolazione dei diversi prodotti.

TABELLA n. 6: Numero di biglietti venduti (Italia – UE).²¹⁴

Film	Regista	Data	Biglietti venduti Italia - UE
Barbarossa	Martinelli, Renzo	2009	134.311 [Anno 2009] Mercati: Italia
Fortapasc	Risi, Marco	2009	134.277 [Anno 2009] Mercati: Italia
Grande sogno, II	Placido, Michele	2009	1.842 [Anno 2009] Mercati: Svizzera [Agora Film].
Prima linea, La	De Maria, Renato	2009	179.659 [Anno 2009] Mercati: Italia, Svizzera [Frenetic Films].
Vincere	Bellocchio, Marco	2009	570.985 [Anno 2009] Mercati: Italia, Francia [Ad Vitam].
Divo, II	Sorrentino, Paolo	2008	1.125.349 [Anni 2008 - 2009] Mercati: Italia, Belgio [ABC Distribution], Svizzera [Filmcoopi Zürich], Germania [Delphi Filmverleih], Danimarca, Spagna [Wanda Vision], Francia [StudioCanal], Gran Bretagna [Artificial Eye], Grecia [Odeon], Ungheria [Best Hollywood], Olanda, Polonia [Against Gravity], Portogallo [Alambique, Destilaria de Ideias Unipessoal], Svezia [Folkets Bio]
Fine pena mai	Fluid Video Crew	2008	21.105 [Anni 2008-2009] Mercati: Italia.
Gomorra	Garrone, Matteo	2008	3.397.848 [Anni 2008 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Polyfilm Verleih], Belgio

²¹⁴ I dati riportano il numero di biglietti venduti in sala sommando mercato italiano ed estero, dove per estero si intendono i 36 stati membri facenti parte l'Osservatorio Europeo sull'Audiovisivo (European Audiovisual Observatory), tra cui: Albania, Austria, Belgio, Bulgaria, Svizzera, Cipro, Repubblica Ceca, Germania, Danimarca, Estonia, Spagna, Finlandia, Francia, Gran Bretagna, Grecia, Croazia, Ungheria, Irlanda, Islanda, Italia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Lettonia, Macedonia, Malta, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Portogallo, Romania, Russia, Svezia, Slovenia, Slovacchia, Turchia. Dati relativi alla penetrazione del prodotto in mercati extra europei sono stati indicati, qualora presenti, di seguito al dato europeo. Fonte: www.lumiere.obs.coe.int.

			<p>[ABC Distribution], Svizzera [Filmcoopi Zürich], Repubblica Ceca [ACFK], Germania [Prokino Filmverleih], Danimarca [Camera Film], Estonia [Tallinn-film], Spagna [Alta Classics], Finlandia [Cinema Mondo], Francia [Le Pacte], Gran Bretagna [Optimum Releasing], Grecia [Filmtreint (Filmtrade)], Ungheria [Suez Film], Olanda, Norvegia [Fidalgo], Polonia [Syrena Films], Portogallo [Prisvideo Edicoes], Romania [IF-Independenta Film], Svezia [Nonstop Entertainment], Slovenia [Cinemaniam Group], Slovacchia [ASFK]. Turchia [Ozen Film]</p> <p>209.166 [Anno 2009] Mercato Statunitense [IFC Films]</p>
Siciliana ribelle, La	Amenta, Marco	2008	<p>96.537 [Anno 2009] Mercati: Italia, Francia [Rezo Film], Belgio [ABC Distribution], Olanda</p>
Dolce e l'amaro, II	Porporati, Andrea	2007	<p>Dato non pervenuto. Diritti per la distribuzione all'estero: Adriana Chiesa Enterprises. Distribuito in Belgio dal 20 luglio 2008, nei Paesi Bassi dal 25 settembre 2008. [Fonte: www.imdb.it]</p>
Masseria delle allodole, La	Taviani, Paolo e Vittorio	2007	<p>244.187 [Anni 2007 - 2008] Mercati: Italia, Belgio [Van Kris], Svizzera [JMH Distributions], Spagna [Sagrera TV], Francia [UGC Distribution]</p>
Milano Palermo - Il ritorno	Fragasso, Claudio	2007	<p>671.839 [Anni 2007- 2008] Mercati: Italia</p>
Mio fratello è figlio unico	Luchetti, Daniele	2007	<p>1.536.244 [Anni 2007 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Filmladen], Belgio [ABC Distribution], Svizzera [Agora Films], Germania [Kool Filmdistribution], Danimarca [Camera Film], Spagna [Vertigo Films], Francia [StudioCanal], Gran Bretagna [Revolver Films], Grecia [Rosebud], Ungheria [Cirko]</p>
Ragioni dell'aragosta, Le	Guzzanti, Sabina	2007	<p>Dato non pervenuto. Diritti per la distribuzione all'estero restano alla Fandango.</p>
Uomo di vetro, L'	Incerti, Stefano	2007	<p>Dato non pervenuto. Diritti per la distribuzione all'estero acquisiti dalla tedesca Betafilm.</p>
Caimano, II	Moretti, Nanni	2006	<p>1.520.013 [Anni 2006 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Polyfilm Verleih], Belgio [Santa Fe/Paradiso], Bulgaria [Pro Films], Svizzera [Frenetic Films], Germania [Alamode Filmverleih], Danimarca [Camera Film], Finlandia [Cinema Mondo], Francia [Bac Films], Gran Bretagna [Optimum Releasing], Grecia [Rosebud], Lussemburgo [Paradiso Entertainment (LU)], Olanda [Paradiso Entertainment (NL)],</p>

			Norvegia [CCV], Portogallo [Atalanta Filmes], Svezia [Triangelfilm/Scanbox]
Fascisti su Marte	Guzzanti, Corrado Skofic, Igor	2006	152.112 [Anni 2006 - 2007] Mercati: Italia Diritti per l'estero alla Fandango.
Quando sei nato non puoi più nasconderti	Giordana, Marco Tullio	2005	303.325 [Anni 2005 - 2009] Mercati: Italia, Belgio [Cineart], Spagna [Sagrera TV], Francia [StudioCanal], Lussemburgo.
Romanzo criminale	Placido, Michele	2005	1.231.228 [Anni 2005 - 2008] Mercati: Italia, Belgio [Cineart], Bulgaria [Alexandra], Svizzera [Pathé Films], Spagna [Sagrera TV], Francia [Warner Bros], Gran Bretagna [Icon Film Dist.], Ungheria [Mokep], Lussemburgo [Cineart], Olanda [A-Film Distribution]
Viva Zapatero!	Guzzanti, Sabina	2005	428.734 [Anni 2005 - 2008] Mercati: Italia, Austria [Polyfilm Verleih], Belgio [Cineart], Bulgaria [Marigold Films], Svizzera [Frenetic Films], Spagna [Golem Distribucion], Finlandia [Cinema Mondo], Francia [Haut et Court], Gran Bretagna [Dogwoof Pictures], Lussemburgo [Cineart], Olanda [A-Film Distribution]
Luce del sole, Alla	Faenza, Roberto	2004	301.517 [Anni 2005 - 2009] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: The works.
Private	Costanzo, Saverio	2004	94.311 [Anno 2004 - 2008] Mercati: Italia, Belgio [ABC Distribution], Svizzera [Frenetic Films], Germania [Ventura Film], Spagna [Golem Distribucion], Francia, Gran Bretagna [Metrodome], Olanda [Cinemien], Norvegia [Arthaus], Svezia [Folkets Bio]
Vento di terra	Marra, Vincenzo	2004	27.616 [Anno 2004 - 2007] Mercati: Italia, Austria [Stadtkino Filmverleih], Belgio [Cineart], Spagna [Wanda Vision/Nirvana Films], Francia [Les Films du Paradoxe]
Angeli di Borsellino - Scorta QS 21, Gli	Cesareo, Rocco	2003	21.265 [Anni 2003 - 2004] Mercati: Italia
Buongiorno notte	Bellocchio, Marco	2003	818.776 [Anno 2003 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Stadtkino Filmverleih], Belgio [Les Films de l'Elysee], Bulgaria [Van Kris], Svizzera [Agora Films], Repubblica Ceca [NFA], Germania [Kairos Filmverleih], Danimarca [Sunrise Film Distribution], Spagna [Vertigo Films], Francia [Océan Films], Gran Bretagna [Artificial Eye],Irlanda [Artificial Eye Film Company], Lussemburgo, Olanda [Contact Film Cinematheek], Polonia [Gutek Film],

			Portogallo [Atalanta Filmes], Romania [IF-Independenta Film], Svezia [Folkets Bio], Slovenia [A.G. Market], Turchia [Belge Film].
Fuggiasco, Il	Manni, Andrea	2003	34.223 [Anni 2003 - 2004] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Adriana Chiesa Enterprises
Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni	Vicentini Orgnani, Ferdinando	2003	45.346 [Anni 2003 - 2007] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Rai Trade.
Lavorare con lentezza	Chiesa, Guido	2003	196.747 [Anni 2004 - 2008] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Fandango
Meglio gioventù, La	Giordana, Marco Tullio	2003	1.211.259 [Anno 2003 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Polyfilm Verleih], Belgio, Svizzera, Germania [Ventura Film], Spagna [Sociedad Kino Vision], Francia, Gran Bretagna, Lussemburgo, Olanda [Filmmuseum Distributie], Portogallo [Atalanta Filmes]. 23.206 Mercati: Quebec [Anno 2004]
The Dreamers - I Sognatori	Bertolucci, Bernardo	2003	1.746.873 [Anni 2003 - 2009] Mercati: Italia, Austria [Costantin Film], Belgio [Cineart], Bulgaria [New Films], Svizzera [Elite Film], Repubblica Ceca [Hollywood], Germania [Concorde Filmverleih], Danimarca, Spagna [Laurenfilm], Finlandia [Finnkino], Francia, Gran Bretagna, Grecia [Odeon], Ungheria, Lussemburgo, Olanda [A-Film Distribution], Norvegia, Polonia [Monolith], Portogallo [LNK Audiovisuais], Romania [New Films Intl], Svezia, Slovenia, Slovacchia [Continental Film], Turchia [Umut Sanat], Canada, USA.
Piazza delle cinque lune	Martinelli, Renzo	2003	82.601 [Anni 2003 - 2004] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Arclight Films PTY
Segreti di Stato	Benvenuti, Paolo	2003	Non distribuito all'estero.
Angela	Torre, Roberta	2002	78.914 [Anni 2002 - 2005] Mercati: Italia, Belgio, Francia [MK2 Diffusion], Gran Bretagna, Lussemburgo, Turchia [Ozen Film]
Trasformista, Il	Barbareschi, Luca	2002	12.461 [Anni 2002] Mercati: Italia

Alla rivoluzione sulla due cavalli	Sciarra, Maurizio	2001	71.060 [Anni 2001 - 2002] Mercati: Italia, Spagna, Francia
Banchieri di Dio - Il caso Calvi, I	Ferrara, Giuseppe	2001	65.473 [Anni 2002 - 2004] Mercati: Italia, Spagna
Luna rossa	Capuano, Antonio	2001	15.811 [Anni 2001 - 2007] Mercati: Italia, Francia
Tornando a casa	Marra, Vincenzo	2001	27.756 [Anni 2001 - 2005] Mercati: Italia, Francia [Les Films du Paradoxe]
Vajont - La diga del disonore	Martinelli, Renzo	2001	634.347 [Anni 2001 - 2003] Mercati: Italia, Belgio, Francia
Cento passi, I	Giordana, Marco Tullio	2000	648.911 [Anno 2000 - 2008] Mercati: Italia, Austria [Filmladen], Belgio, Svizzera, Germania [Schwarz-Weiss Filmverleih], Francia, Lussemburgo. 975 [Anno 2002 - 2003] Mercati: Quebec
Partigiano Johnny, II	Chiesa, Guido	2000	94.959 [Anno 2000 - 2009] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Fandango
Placido Rizzotto	Scimeca, Pasquale	2000	74.505 [Anno 2000 - 2008] Mercati: Italia Diritti per la distribuzione all'estero: Adriana Chiesa Enterprises
Riconciliati	Polizzi, Rosalia	2000	1.225 [Anno 2002] Mercati: Italia
Aprile	Moretti, Nanni	1998	913.190 [Anni 1998 - 2008] Mercati: Italia, Austria, Belgi, Svizzera, Cipro, Germania, Spagna, Francia, Gran Bretagna, Grecia, Olanda, Norvegia, Polonia, Portogallo [Atalanta Filmes].
Piccoli maestri, I	Luchetti, Daniele	1998	160.924 [Anno 1998 - 2002] Mercati: Italia
Tano da morire	Torre, Roberta	1997	192.362 [Anni 1996 - 2000] Mercati: Italia, Francia
Testimone a rischio	Pozzessere, Pasquale	1997	65.879 [Anno 1997] Mercati: Italia
Pianese Nunzio, 14 anni a maggio	Capuano, Antonio	1996	45.579 [Anni 1996-1997] Mercato: Italia

Eroe borghese, Un	Placido, Michele	1995	1.153 [Anno 1996] Mercati: Italia, Francia.
Palermo-Milano solo andata	Fragasso, Claudio	1995	30.345 [Anno 1996 - 1999] Mercati: Italia, Belgio, Bulgaria, Spagna, Francia
Pasolini, un delitto italiano	Giordana, Marco Tullio	1995	25.090 [Anno 1996 - 1999] Mercati: Italia, Belgio, Svizzera, Francia, Olanda, Svezia.
Segreto di Stato - Forze oscure	Ferrara, Giuseppe	1995	Non distribuito all'estero.
Caro diario	Moretti, Nanni	1993	Dato non pervenuto. Nel 1994 il film è distribuito nelle sale di: Francia, Germania, Stati Uniti, Spagna, Gran Bretagna. Nel 1995 in: Portogallo, Paesi Bassi, Australia, Svezia, Danimarca, Argentina. Nel 1999 in Taiwan e nel 2002 nella Corea del Sud. [Fonte: www.imdb.it]
Giovanni Falcone	Ferrara, Giuseppe	1993	Non distribuito all'estero.

Superano abbondantemente il milione di biglietti venduti il campione di incassi *Gomorra*, che raggiunge quota 3.397.848, a cui si devono aggiungere i 209.166 del solo mercato statunitense, insieme a *The dreamers*, opera del più internazionale tra i registi italiani, Bernardo Bertolucci, seguiti da *Mio fratello è figlio unico* di Luchetti e *Il caimano* di Moretti, quindi da *Romanzo criminale*, *La meglio gioventù* e *Il divo*, a conferma del risultato positivo riscontrato anche sul mercato nostrano. In sostanza, i dati dello “sbigliettamento” europeo confermano quelli relativi al *box office* italiano, con due sole differenze: *Il caimano* e *The dreamers* che si scambiano di posizione a svantaggio del primo, ma soprattutto con l’eccezione del film di Giordana che inaspettatamente trova proprio all’estero il suo pubblico più numeroso (in Italia i risultati al botteghino rientrano nella media, con un totale di 1.224.431 euro che gli guadagnano il 22esimo posto in classifica tra i film presi in esame).²¹⁵ L’ottimo risultato internazionale si deve probabilmente anche alla vittoria al Festival di Cannes

²¹⁵ Da notare inoltre che i dati relativi ai biglietti venduti riportati in tabella non conteggiano quelli del mercato statunitense, dove il film è stato distribuito dalla Miramax Films nel 2005, ottenendo circa 200mila euro di incasso (274.024 dollari). Fonte: www.imdb.it.

nella sezione *Un certain regard*,²¹⁶ al punto che il film verrà poi inserito al 24esimo posto all'interno della classifica dei 100 migliori film del decennio 2000-2009 dalla Los Angeles Film Critics Association (Lafca), organizzazione dei critici cinematografici professionisti di Los Angeles.²¹⁷

Ad ogni modo, come gli operatori del settore ben sanno, ogni successo di pubblico non è solo merito della bontà del progetto in sé, che certo è la sostanza ma che da sola non basterebbe, né la notorietà di determinati registi e attori o l'effetto *rebound* dei premi festivalieri. A determinare il buono o cattivo esito commerciale di un film concorre anche, se non soprattutto, un'accurata strategia distributiva, che tra i suoi principali compiti, oltre alla stampa e diffusione delle copie, ha quello di promuovere il film sui diversi mercati attraverso campagne di *advertising, publicity e promotion*.

4.2.1 Strategie di marketing.

Com'è noto, l'incidenza di una buona campagna *marketing* sui risultati economici di un film è decisamente alta. Questo per qualsiasi tipo di prodotto, sia esso smaccatamente commerciale o piuttosto una pellicola d'autore. Basti pensare, a titolo esemplificativo, che per promuovere agli Oscar *La vita è bella* di Roberto Benigni, che poi vinse il premio nel 1999, la casa di distribuzione americana Miramax investì 15 milioni di dollari, cioè il doppio di quanto Cecchi Gori aveva speso per l'intera produzione del film. E' per questo motivo che prima ancora che il film raggiunga la post-produzione, il direttore *marketing* della società di distribuzione, insieme ai colleghi della produzione (qualora presenti), stabiliscono la sua strategia di lancio, redigendo il cosiddetto

²¹⁶ La vittoria alla Croisette di fatto traghettò il film in sala, mercato non previsto essendo *La meglio gioventù* un progetto nato come miniserie televisiva. L'accettazione al Festival di Cannes del film spinse però la Rai a consentire prima un'uscita nel circuito cinematografico, cosicché il film esce diviso in due parti in 30 sale cinematografiche in tutta Italia con una insolita programmazione di due film da 3 ore l'uno, per poi venire trasmesso dopo qualche anno in televisione, in quattro puntate.

²¹⁷ Nella medesima classifica compare anche *Il Divo* di Sorrentino al 47esimo posto.

documento di P&A (*Print & Advertising Budget*), in cui viene definito il budget relativo ai costi da sostenere per pubblicità, promozione e stampa delle copie da distribuire nelle sale. Come politica della *saturation booking* insegna, essendo il mercato estremamente competitivo, quanto più elevato è il numero di copie e di città in cui si sceglie di proiettare il film, quanto più alta è la probabilità che raggiunga un'ampia fascia di pubblico.²¹⁸ Di conseguenza, molte copie significano molte più *chances* di rientrare dei capitali investiti. Quindi, anche per i film analizzati, ad ottenere un buon riscontro al botteghino sono stati soprattutto quei prodotti distribuiti in un numero di copie tra le 400 e le 500, cifre abbastanza alte considerato che generalmente le più commerciali delle commedie dei Vanzina o di Neri Parenti escono in un numero di sale tra le 700 e le 800 (solo i colossi americani riempiono interamente il territorio nazionale, come nel caso di *Avatar*, distribuito in più di 900 copie). Per citare qualche numero, *Mio fratello è figlio unico* esce con 500 copie, *Gomorra* con 400, *Il caimano* con 380, *The dreamers* con 350, *Il divo* con 340, *Romanzo criminale* con 300. *Buongiorno notte* di Bellocchio, invece, che pure si iscrive nel circuito del cinema d'autore più affermato, esce in "sole" 170 copie, ma riesce comunque a incassare tanto quanto il film di un meno noto Fragasso, *Milano-Palermo: il ritorno*, che viene distribuito dalla Buena Vista in quasi il doppio delle copie, circa 300 (il *box office* è rispettivamente di 3.299.671 e 3.976.000 euro).

Oltre alla capacità di penetrazione nelle sale, tutti i film presi in esame hanno comunque potuto contare sul consueto pacchetto promozionale che prevede flani, manifesti e *trailer* da far circolare su tutti i canali media (televisione, radio, riviste, giornali, internet), con l'aggiunta in qualche caso di

²¹⁸ Il mercato della sala cinematografica è sempre più veloce e "brucia" molto rapidamente i film, che hanno perciò drasticamente ridotto il loro ciclo di sviluppo. Se si considerano le *performance* dei primi 150 film dell'anno 2007 (i dati si riferiscono ad una statistica della rivista *Box Office* relativa al periodo 1 gennaio-22 ottobre 2007), in media, il primo giorno di programmazione è pari al 6,36% dell'incasso totale, il primo weekend è pari al 35,61% e la prima settimana supera il 50% del totale. E come da prassi, i primi 10 film sono stati distribuiti in 684 sale, un numero molto alto che sicuramente incide sul veloce consumo delle pellicole.

azioni meno convenzionali come campagne di *guerrilla marketing*²¹⁹ e battage scandalistici sollevati molto più facilmente che per altri prodotti, proprio per il contenuto politico delle pellicole. Lo scopo è sempre lo stesso, ovvero quello di far parlare del film, attirare attenzione, creare lo spettacolo attorno allo spettacolo così da radunare la quota più alta possibile di pubblico.

E' il caso di *Romanzo criminale*, sicuramente il più commercializzabile tra i film presi in esame in quanto erede del genere dei *crime movies* americani. Il film è tratto dall'omonimo *best-seller* scritto dal giudice Giancarlo De Cataldo per Einaudi e ispirato alla vera storia della banda della Magliana.²²⁰ L'accordo tra la casa di produzione Cattleya e la Warner Bros., che ne ha curato la distribuzione, ha permesso al film di godere di una buona copertura in termini di uscite nelle sale cinematografiche nonché di un'ottima campagna promozionale, fondata in primo luogo sull'eccezionalità del cast artistico.²²¹ Il successo della pellicola ha quindi spinto il colosso della tv satellitare Sky ad accettare la proposta di Riccardo Tozzi di sviluppare dal medesimo progetto anche una serie televisiva, diretta da Sergio Sollima e considerata a tutt'oggi una delle poche serie italiane di culto in grado di unire pubblico e qualità. Per lanciare la serie televisiva, gli addetti al *marketing* di Sky Cinema hanno scelto non solo di rifarsi al film, già campione di incassi, ma addirittura di dar vita a un'azione di *guerrilla marketing*, posizionando davanti al "colosseo quadrato" dell'Eur, a un

²¹⁹ La definizione *guerrilla marketing* indica una forma di promozione pubblicitaria non convenzionale e a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti aggressivi che fanno leva sull'immaginario e sui meccanismi psicologici degli utenti finali.

²²⁰ Ovviamente, nel caso di adattamenti da romanzi già celebri, l'effetto ritorno in termini di vendite per il comparto editoria è comunque elevato, motivo per cui la sinergia tra i due settori è sempre molto alta. Infatti, il libro di Cataldo ha venduto quasi 200.000 copie e con l'uscita del film in sala, nel 2005, oltre 100.000 copie si sono aggiunte. Dichiarò Laura Piccarolo, Responsabile Ufficio Diritti dell'Einaudi: «E' difficile separare il risultato del "prima" dal "dopo", perché il libro continuava ad andare bene; ma un legame certamente c'è, dato che nel settembre-novembre la Einaudi ne ha stampate 120.000 copie: impatto immediato» (*Einaudi e il Cinema, una lunga Storia*, pubblicato sul sito www.cinemaevideo.it).

²²¹ Incaricato da Riccardo Tozzi a trovare «il meglio che il cinema italiano ha da offrire al momento», Michele Placido ha radunato un cast di attori effettivamente significativo, da Stefano Accorsi nei panni del commissario Scialoia, a Kim Rossi Stuart nella parte del Freddo, fino a Pier Francesco Favino - il Libanese, Claudio Santamaria - il Dandi, Riccardo Scamarcio - il Nero e le due protagoniste femminili, la francese Anne Mougllalis e Jasmine Trinca.

mese dalla *première* televisiva della serie, quattro busti raffiguranti altrettanti boss della nota banda criminale. Un blitz ripreso anche in videocamera e immediatamente caricato sul portale di *youtube*. L'azione ha quindi suscitato l'attenzione non solo dei passanti, ma dell'intera stampa nazionale, soprattutto a seguito dell'intervento del sindaco di Roma, Gianni Alemanno, che non ha gradito l'iniziativa e ha quindi fatto rimuovere i busti.²²² Un'azione che avuto l'ovvia conseguenza di far parlare abbondantemente di film e serie a ridosso dell'uscita del prodotto sul mercato televisivo.

Prima ancora della serie tv, comunque, già il film di Michele Placido era riuscito a far (s)parlare di sé, suscitando non poca attenzione da parte dei media e del mondo della politica a seguito di una serie di polemiche che hanno visto coinvolti esponenti sia di destra che di sinistra. Pietra dello scandalo una frase inserita nel film e non presente nel libro che definirebbe Carenza, il faccendiere legato ai servizi deviati che collabora con la banda della Magliana, «militante del movimento studentesco del '68 e trafficante di armi in Sudafrica». Due battute che scatenano l'attacco del *Manifesto* tramite il suo critico Roberto Silvestri, il quale denuncia l'inappropriatezza di una simile allusione che sottintende un possibile collegamento tra movimento studentesco e banda della Magliana.²²³ Al di là del contenuto delle polemiche (che lasciano comunque il tempo che trovano) il battage offre il gancio a Riccardo Tozzi per un'ulteriore azione promozionale: intervistato sul tema, si dice estraneo a qualsiasi strumentalizzazione politica del film, ma accenna a una serie di scene girate dal regista e tagliate per il mercato della sala proprio perché considerate “eccessivamente provocatorie”. In una di esse si farebbe infatti esplicito

²²² Dopo una serie di segnalazioni dei residenti alle forze dell'ordine e il commento del sindaco Gianni Alemanno che l'ha definita anche lui «un'iniziativa di cattivo gusto», le 4 statue sono state rimosse, nonostante l'autorizzazione concessa dall'Eur Spa. In realtà, l'iniziativa prevedeva anche un seguito. Le statue sarebbero state distrutte e cartelli con la scritta “Il crimine non paga” sarebbero stati appesi sulle macerie, mentre un'altra scritta avrebbe annunciato l'imminente trasmissione della fiction su Sky cinema a novembre.

²²³ Cfr. V. PICCOLILLO, *Banda della Magliana e '68 agitano la sinistra. Il film di Placido, scontro su una frase. Il Manifesto: assurdo. Lucarelli difende la scelta, Corriere della Sera*, 3 ottobre 2005.

riferimento a Silvio Berlusconi e ai “cavalli” di Vittorio Mangano, nell’altra al ritrovamento e alla segnalazione al Sismi del cadavere di Aldo Moro da parte di uno dei componenti della banda della Magliana. Ma, rassicura Tozzi, il pubblico avrebbe ovviamente potuto vedere i passaggi censurati nella versione integrale rilasciata per l’*home video*. Un ottimo modo, insomma, per creare ulteriore curiosità e promuovere le vendite del Dvd in uscita.

4.2.2 Modelli di censura «conveniente».

Nel genere del cinema politico, le censure o più spesso le auto-censure sono all’ordine del giorno: film che creano scalpore ancor prima di essere girati, che vengono contestati per l’approccio a tematiche politicamente sensibili con toni eccessivamente provocatori o semplicemente perché sono opera di personaggi pubblici già invisibili alle sfere di potere istituzionale. A riguardo anche la contemporaneità, come già avvenne in passato (celeberrima la polemica dell’allora sottosegretario allo spettacolo Giulio Andreotti contro il movimento neorealista, accusato di veicolare una pessima immagine dell’Italia all’estero), conta i suoi numerosi casi di “tentate” censure, buone il più delle volte a riempire le pagine dei quotidiani e, così facendo, a creare un considerevole *rumor* attorno al film. Voluti o non voluti, resta il fatto che nella maggioranza dei casi gli scandali nati attorno a determinati film creano più vantaggi che svantaggi ai fini distributivi. Come già ebbe a dire Oscar Wilde a suo tempo: «bene o male, purché se ne parli». E attorno al cinema politico c’è sempre chi è pronto a parlare, sia nel bene che – soprattutto – nel male. Come nel caso di Sandro Bondi che, durante il suo incarico alla guida del Ministero per i Beni e le Attività culturali, è più volte intervenuto pubblicamente per esprimere la sua disapprovazione nei confronti di progetti considerati “sconvenienti”, in quanto politicamente opinabili e al contempo sovvenzionati da fondi pubblici. Tra questi, il recente caso del film di Renato De Maria, *La prima linea* (2009),

ispirato al libro *Miccia corta* del terrorista Sergio Segio e incentrato sulle vicende del noto gruppo armato degli anni Settanta, accusato di essere un'apologia del terrorismo prima ancora che le riprese fossero concluse. Il progetto filmico, per il quale erano già stati approvati dal Mibac circa un milione e mezzo di sovvenzioni, ha quindi sollevato un'aspra polemica spingendo il produttore Andrea Occhipinti (supportato finanziariamente nell'impresa anche dai fratelli Dardenne) a rifiutare pubblicamente il contributo, facendo sì che il film risultasse, come scrive Carola Proto sul sito di *Coming Soon*:

[...] un'operazione ancora più "contro": contro le storie concilianti, i ritrattini borghesi in due camere e cucina, le commedie con pretese sociologiche e, in generale, tutti quei prodotti cinematografici che non ci dicono che fra gli anni '60 di *Sapore di Mare* e gli anni '80 degli yuppies, ci sono stati gli Anni di Piombo.²²⁴

Il vero film politico, in sostanza, è già politico (meglio, politicizzato, talvolta strumentalmente) prima ancora di venire realizzato. Questo avviene, ad esempio, per *Il caimano* di Nanni Moretti, annunciato con grande clamore mediatico come il film "anti-berlusconiano" per antonomasia che avrebbe finalmente denunciato le nefandezze e le collusioni mafiose del Cavaliere, salvo poi – come ovvio che fosse – tradire le aspettative di un pubblico dal dente eccessivamente avvelenato. Stesso discorso per Sabina Guzzanti, il cui primo film *Viva Zapatero!* si presenta in se stesso quale atto politico, gesto di rivolta alla censura subita sul piccolo schermo. E in effetti, di vera e propria censura al cinema è difficile parlare. Si tratta piuttosto di forme di dissenso, più o meno eclatanti, più o meno veementi, ma che sempre hanno l'effetto di riempire le pagine dei giornali. Certo, il rapporto con la stampa è sempre e comunque un rapporto ambiguo, pericoloso. Un'arma a doppio taglio che si può dimostrare letale per la produzione stessa. E' l'annosa questione della critica

²²⁴ http://www.comingsoon.it/News_Articoli/Recensioni/Page/?Key=1080.

cinematografica e della sua effettiva influenza sull'opinione pubblica. Se da un lato si è ormai unanimemente concordi nel considerare la critica – specie quella giornalistica – non più in grado di indirizzare i gusti del pubblico, che è piuttosto influenzato dal passaparola di *blog* e *social network*, è anche vero che recensioni particolarmente *tranchant* in determinati contesti possono creare dei danni al film. Resta il fatto, comunque, che lo scandalo, qualsiasi esso sia, è sempre in grado di generare *audience*, per dirla in gergo televisivo. E la stampa, da questo punto di vista, non è che l'ennesima cassa di risonanza. Come sottolinea giustamente Felice Laudadio, direttore della Casa del Cinema di Roma:

Bisogna mettere in conto che oggi i lettori dei quotidiani sono a malapena 5 milioni, e quelli che seguono la critica sono soprattutto i lettori di alcuni quotidiani di sinistra tipo *Unità*, *Il Manifesto* e *Liberazione*. Giornali con una tiratura di 30/50mila copie. Anche se l'attenzione alla critica aumenta in occasione dei festival, e soprattutto quando c'è un film italiano. Ma si parla comunque di 15 o 25 righe su una colonnina laterale. A meno che intorno a quel film non spunti fuori un possibile scandaletto, allora se il capo redattore ne coglie una certa potenzialità mediatica gli dà anche la prima pagina.²²⁵

E lo scandalo, che si tratti di un nudo di Moretti o di un tentato bavaglio alla libertà di espressione artistica, non è detto che sia per forza un male.

4.2.3 Il circuito dei festival.

Circuito privilegiato – se non unico circuito per alcune produzioni, come vedremo nel prossimo capitolo – è quello dei festival cinematografici. Trattandosi pur sempre di cinema d'autore, come già evidenziato, non stupisce

²²⁵ P. CINELLI, *Promozione e marketing del cinema italiano*, *Prmissima Trade*, Anno 4, n. 1, Febbraio 2008, p. 6. Aggiunge quindi Laudadio: «Pensate alla scena di sesso di Nanni Moretti con Isabella Ferrari di *Caos calmo* che è diventata un caso... Lo scandalo diventa tanto più importante per il giornale, quanto possa innescare la polemica televisiva. Non è il giornale a determinare l'informazione, ma determina solo l'eventuale accensione dei riflettori della tv».

la considerevole mole di rassegne, più o meno blasonate, a cui partecipano quasi tutte le pellicole prese in esame, ottenendo in buona parte premi di una certa rilevanza. Si tratta di una prassi assodata e che riguarda ogni produzione cinematografica che voglia qualificarsi nei confronti non solo della critica, ma anche del pubblico. Ottenere la partecipazione a festival quali Venezia, Berlino, Cannes, Locarno è infatti non solo un’ottima vetrina per il mercato sia nazionale che internazionale, ma anche – specie nel caso di vittoria – una credenziale spendibile successivamente nel campo dei finanziamenti pubblici. Ricordiamo, infatti, che nell’assegnazione dei contributi ministeriali alle imprese di produzione, uno dei parametri di valutazione consiste per l’appunto nella qualità dei film prodotti negli ultimi 5 anni e tale qualità è misurata proprio attraverso la partecipazione a festival e al conseguimento di premi (rispettivamente 15 e 25 punti, sui 100 totali).²²⁶

TABELLA n.7: Premi e partecipazioni a festival e rassegne.²²⁷

Film	Regista	Data	Premi e partecipazioni a festival e rassegne
Barbarossa	Martinelli, Renzo	2009	4 Partecipazioni a festival e rassegne.
Fortapasc	Risi, Marco	2009	60 Partecipazioni a festival e rassegne. 15 Premi vinti, 22 Nomination ricevute, tra cui: Globi d’Oro (2009): - Premio Migliore Regista
Grande sogno, II	Placido, Michele	2009	30 Partecipazioni a festival e rassegne. 5 Premi vinti, 5 Nomination ricevute.

²²⁶ Nello specifico, viene valutata la partecipazione o la vittoria alle principali cinque, ovvero “miglior film”, “miglior regia”, “miglior sceneggiatura originale”, “miglior opera prima” e “miglior produttore” ai festival di Venezia, Cannes, Berlino, Locarno, Montreal, Sundance film festival, ovvero premi vinti nelle medesime categorie, per Academy Awards (Oscar), David di Donatello, Nastri d’Argento, Golden Globes.

²²⁷ Nell’elenco sono stati evidenziati i premi ottenuti nell’ambito di festival rilevanti per l’assegnazione dei finanziamenti pubblici (Venezia, Cannes, Berlino, Locarno, Montreal, Sundance film festival, Oscar, David di Donatello, Nastri d’Argento, Golden Globes) e relativi alle principali cinque (“miglior film”, “miglior regia”, “miglior sceneggiatura originale”, “miglior opera prima” e “miglior produttore” o categorie affini), con qualche eccezione laddove il premio o la rassegna sono stati ritenuti di particolare interesse.

Prima linea, La	De Maria, Renato	2009	23 Partecipazioni a festival e rassegne. 4 Premi vinti, 2 Nominations ricevute.
Vincere	Bellocchio, Marco	2009	92 Partecipazioni a festival e rassegne. 36 Premi vinti, 41 Nominations ricevute, tra cui: David di Donatello (2010): - Premio Migliore Regia
Divo, Il	Sorrentino, Paolo	2008	108 Partecipazioni a festival e rassegne 50 Premi vinti, 61 Nominations ricevute, tra cui: Globi d'Oro (2009): - Premio Migliore Sceneggiatura Nastri d'Argento (2009): - Premio Migliore Produttore - Premio Migliore Sceneggiatura - Premio Regista - Premio Migliore Film Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2008): - Premio "SIAE" alla Creatività 2008 Festival International du Film de Cannes (2008): - Prix du Jury - Prix Vulcain
Fine pena mai	Fluid Video Crew	2008	20 Partecipazioni a festival e rassegne. 1 Premio vinto.
Gomorra	Garrone, Matteo	2008	114 Partecipazioni a festival e rassegne. 50 Premi vinti, 56 Nominations ricevute, tra cui: Globi d'Oro (2009): - Premio Migliore Film Nastri d'Argento (2009): - Nastro d'Argento dell'Anno David di Donatello (2009): Premio Migliore Film Premio Migliore Produttore Premio Migliore Regista Premio Migliore Sceneggiatura Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2008): - Premio "SIAE" alla Creatività 2008 Festival International du Film de Cannes (2008): - Gran Prix du Jury
Siciliana ribelle, La	Amenta, Marco	2008	53 Partecipazioni a festival e rassegne 18 Premi vinti, 6 Nominations ricevute.

Dolce e l'amaro, II	Porporati, Andrea	2007	22 Partecipazioni a festival e rassegne 5 Premi vinti, 1 Nomination ricevuta.
Masseria delle allodole, La	Taviani, Paolo e Vittorio	2007	46 Partecipazioni a festival e rassegne. 4 Premi vinti, 7 Nomination ricevute.
Milano Palermo - Il ritorno	Fragasso, Claudio	2007	6 Partecipazioni a festival e rassegne 1 Premio vinto, 2 Nomination ricevute.
Mio fratello è figlio unico	Luchetti, Daniele	2007	87 Partecipazioni a festival e rassegne 28 Premi vinti, 31 Nomination ricevute, tra cui: Nastri d'Argento (2008): - Premio Migliore Sceneggiatura Globi d'Oro (2007): - Premio Migliore Film David di Donatello (2007): - Premio Migliore Sceneggiatura
Ragioni dell'aragosta, Le	Guzzanti, Sabina	2007	8 Partecipazioni a festival e rassegne 2 Premi vinti, 2 Nomination ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2007): - Premio "Brian" Film più Laico
Uomo di vetro, L'	Incerti, Stefano	2007	19 Partecipazioni a festival e rassegne. 8 Premi vinti, 2 Nomination ricevute.
Caimano, II	Moretti, Nanni	2006	47 Partecipazioni a festival e rassegne. 20 Premi vinti, 26 Nomination ricevute, tra cui: Nastri d'Argento (2007): - Premio Migliore Produttore David di Donatello (2006): - Premio Migliore Regista Festival International du Film de Cannes (2006): - Premio Città di Roma
Fascisti su Marte	Guzzanti, Corrado Skofic, Igor	2006	11 Partecipazioni a festival e rassegne. 4 Nomination ricevute.
Quando sei nato non puoi più nasconderti	Giordana, Marco Tullio	2005	44 Partecipazioni a festival e rassegne. 8 Premi vinti, 8 Nomination ricevute, tra cui : Nastri d'Argento (2006): - Premio Migliore Produttore Globi d'Oro (2005): - Premio Migliore Film Festival International du Film de Cannes (2005): - Premio François Chalais
Romanzo criminale	Placido, Michele	2005	53 Partecipazioni a festival e rassegne. 47 Premi vinti, 32 Nomination ricevute, tra cui: Nastri d'Argento (2006): - Premio Migliore Produttore

			- Premio Migliore Regia David di Donatello (2006): - Premio Migliore Sceneggiatura
Viva Zapatero!	Guzzanti, Sabina	2005	24 Partecipazioni a festival e rassegne. 6 Premi vinti, 8 Nominations ricevute, tra cui: Nastri d'Argento (2006): - Premio Migliore Documentario
Luce del sole, Alla	Faenza, Roberto	2004	29 Partecipazioni a festival e rassegne. 16 Premi vinti, 9 Nominations ricevute.
Private	Costanzo, Saverio	2004	48 Partecipazioni a festival e rassegne. 20 Premi vinti, 8 Nominations ricevute.
Vento di terra	Marra, Vincenzo	2004	46 Partecipazioni a festival e rassegne. 11 Premi vinti, 2 Nominations ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2004): - Premio FIPRESCI - Premio Pasinetti - Premio Venezia Orizzonti
Angeli di Borsellino - Scorta QS 21, Gli	Cesareo, Rocco	2003	Dato non pervenuto.
Buongiorno notte	Bellocchio, Marco	2003	51 Partecipazioni a festival e rassegne. 10 Premi vinti, 16 Nominations ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2003): - Premio "CinemAvvenire" Migliore Film - Premio Piccolo Leone d'Oro
Fuggiasco, Il	Manni, Andrea	2003	20 Partecipazioni a festival e rassegne. 15 Premi vinti, 1 Nomination ricevuta, tra cui: Globi d'Oro (2004): - Premio Migliore Opera Prima
Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni	Vicentini Orgnani, Ferdinando	2003	18 Partecipazioni a festival e rassegne. 2 Premi vinti, 3 Nominations ricevute.
Lavorare con lentezza	Chiesa, Guido	2003	18 Partecipazioni a festival e rassegne. 8 Premi vinti, 10 Nominations ricevute.
Meglio gioventù, La	Giordana, Marco Tullio	2003	45 Partecipazioni a festival e rassegne. 36 Premi vinti, 23 Nominations ricevute, tra cui: Globi d'Oro (2004): - Premio Migliore Regia - Premio Migliore Sceneggiatura Nastri d'Argento (2004): - Premio Migliore Produttore - Premio Migliore Regia - Premio Migliore Sceneggiatura David di Donatello (2004): - Premio Miglior Sceneggiatura - Premio Migliore Film - Premio Migliore Produttore

			- Premio Migliore Regia Festival International du Film de Cannes (2003): - Premio Certain Regard Altadis Award
Piazza delle cinque lune	Martinelli, Renzo	2003	5 Partecipazioni a festival e rassegne. 1 Nomination ricevuta.
Segreti di Stato	Benvenuti, Paolo	2003	15 Partecipazioni a festival e rassegne. 3 Premi vinti, 1 Nomination ricevuta.
The Dreamers - I Sognatori	Bertolucci, Bernardo	2003	22 Partecipazioni a festival e rassegne. 1 Premio vinto, 8 Nomination ricevute.
Angela	Torre, Roberta	2002	34 Partecipazioni a festival e rassegne. 8 Premi vinti, 8 Nomination ricevute.
Alla rivoluzione sulla due cavalli	Sciarra, Maurizio	2001	11 Partecipazioni a festival e rassegne. 4 Premi vinti, 2 Nomination ricevute, tra cui: Festival di Locarno (2001): - Premio "Pardo D'Oro" Migliore Film
Banchieri di Dio - Il caso Calvi, I	Ferrara, Giuseppe	2001	2 Partecipazioni a festival e rassegne. Nessun premio vinto.
Luna rossa	Capuano, Antonio	2001	13 Partecipazioni a festival e rassegne. 2 Premi vinti, 7 Nomination ricevute.
Tornando a casa	Marra, Vincenzo	2001	35 Partecipazioni a festival e rassegne. 16 Premi vinti, 2 Nomination ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2001): - Premio "CinemAvvenire" Migliore Film - Premio "Cult Network" - Premio "Italian Cinema Clubs" - Premio FEDIC - Premio Isvema
Vajont - La diga del disonore	Martinelli, Renzo	2001	5 Partecipazioni a festival e rassegne. 6 Premi vinti, 4 Nomination ricevute.
Cento passi, I	Giordana, Marco Tullio	2000	27 Partecipazioni a festival e rassegne. 16 Premi vinti, 2 Nomination ricevute, tra cui: David di Donatello (2001): - Premio Miglior Sceneggiatura Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2000): - Premio "CinemAvvenire" Migliore Film - Premio Miglior Sceneggiatura
Partigiano Johnny, II	Chiesa, Guido	2000	8 Partecipazioni a festival e rassegne. 4 Premi vinti, 2 Nomination ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2000): - Premio Cinema Ragazzi

Placido Rizzotto	Scimeca, Pasquale	2000	20 Partecipazioni a festival e rassegne. 7 Premi vinti, 4 Nominations ricevute, tra cui: Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (2000): - Premio Fedic
Riconciliati	Polizzi, Rosalia	2000	3 Partecipazioni a festival e rassegne. Nessun premio vinto.
Aprile	Moretti, Nanni	1998	David di Donatello (1998) - Nomination Miglior Film
Piccoli maestri, I	Luchetti, Daniele	1998	Presentato al Festival di Venezia 1998.
Tano da morire	Torre, Roberta	1997	Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (1997) - Premio De Laurentiis per l'opera prima Nastri d'Argento (1998) - Miglior regista esordiente
Testimone a rischio	Pozzessere, Pasquale	1997	David di Donatello (1997) - Premio Miglior Attore Protagonista - Nomination Miglior Produttore
Pianese Nunzio, 14 anni a maggio	Capuano, Antonio	1996	Mostra d'Arte Cinematografica di Venezia (1996) - Premio Pasinetti Migliore attore
Eroe borghese, Un	Placido, Michele	1995	David di Donatello (1995) - Premio Miglior Produttore
Palermo-Milano solo andata	Fragasso, Claudio	1995	David di Donatello (1996): - Premio Miglior Produttore
Pasolini, un delitto italiano	Giordana, Marco Tullio	1995	Presentato al Festival di Venezia 1996.
Segreto di Stato - Forze oscure	Ferrara, Giuseppe	1995	Dato non pervenuto.
Caro diario	Moretti, Nanni	1993	David di Donatello (1994) - Premio Migliore Regia - Premio Miglior Film
Giovanni Falcone	Ferrara, Giuseppe	1993	Dato non pervenuto.

Ancora una volta, a fare incetta di premi con un totale di 50 aggiudicazioni e rispettivamente 114 e 108 partecipazioni tra rassegne, concorsi e festival nazionali e stranieri, sono *Gomorra* e *Il divo*, che firmano la doppietta italiana a Cannes nel 2008 con il Premio della Giuria e il Gran Premio Speciale della Giuria, oltre a conquistare tra le altre cose anche la quartina di miglior film, regia, sceneggiatura e produttore l'uno ai David di Donatello, l'altro ai Nastri d'Argento per l'anno 2009. Un risultato, questo, in parte dovuto anche ai successi raccolti all'estero, capaci – come nel caso delle rassegne più importanti

quali Cannes – di determinare un circolo virtuoso e un effetto a cascata nell’assegnazione dei premi successivi, ma dovuto anche al trionfo di pubblico, a sua volta influenzato dalla fama ottenuta. A differenza di quanto si potrebbe ritenere, infatti, molto spesso le pellicole di cinema politico innescano fenomeni in controtendenza rispetto alla più consueta prassi del film premiato dalla critica ma ignorato dal pubblico. Nella decina dei film che hanno ottenuto i maggiori incassi ritroviamo pellicole che sono riuscite a ottenere un considerevole numero di partecipazioni a festival e concorsi, aggiudicandosi nella maggior parte dei casi uno tra i premi più ambiti. Per citare qualche esempio, oltre ai film di Garrone e Sorrentino, anche Moretti riesce a conquistare con il suo discusso *Caimano* il Nastro d’Argento come migliore produttore nel 2007 e il David di Donatello alla regia nel 2006 (doppiando così il risultato già ottenuto in passato con *Caro diario*, con cui fu premiato con due David, uno per la miglior regia, l’altro per il miglior film). Oltre al cineasta romano, tra i registi che più di ogni altro ha saputo conciliare al meglio i favori di critica e pubblico troviamo sicuramente Marco Tullio Giordana con i suoi *Cento passi* e *La meglio gioventù* (miglior sceneggiatura a Venezia, *Un certain regard* a Cannes) a dispetto di quanti, tra cui un accanito Fantoni Minella, lo considerano regista inconsistente e pretenzioso, in termini politici, e figura la meno interessante in termini cinematografici.²²⁸

Stesso discorso per Michele Placido, spesso minimizzato dalla critica nelle sue vesti di regista pur essendosi dedicato a tematiche socio-politiche fin dal suo esordio dietro la macchina da presa (avvenuto nel 1990 con *Pummarò*, film incentrato sul problema degli extra-comunitari). Solo con *Romanzo criminale*

²²⁸ Parlando de *I cento passi*, Fantoni Minella lo descrive infatti con queste parole: «Si tratta di un’opera di ricostruzione epocale che insiste sul principio di identificazione del pubblico con il suo eroe, nel rispetto di tutte le regole narrative, ma tuttavia con scarsa penetrazione psicologica e politica». E ancora, a proposito de *La meglio gioventù*: «Ciò che realmente emerge in questo nostalgico “com’eravamo” è il semplice e per altro legittimo desiderio di raccontare storie, le quali, invariabilmente, potrebbero essere collocate ovunque e senza specifici riferimenti storici che qui, appunto, risultano alquanto pretenziosi» (M. FANTONI MINELLA, *Non riconciliati. Politica e società nel cinema italiano dal neorealismo ad oggi*, op. cit., p. 278-279).

ottiene nel 2006 due Nastri d'Argento per la migliore regia e migliore produttore e il David di Donatello per la migliore sceneggiatura (già conquistato nel 1995 per la produzione con *Un eroe borghese*).

Confermano invece la più frequente prassi del film premiato dalla critica ma dimenticato dal pubblico i casi di Maurizio Sciarra, Pasquale Scimeca e Vincenzo Marra. Il primo, vincitore del Pardo d'Oro al festival di Locarno nel 2001 con il suo *Alla rivoluzione sulla due cavalli*, non riesce però a capitalizzare tale successo sul mercato, ottenendo al botteghino la ridotta cifra di 369.544 euro. Stesso discorso per Marra e Scimeca, cineasti sicuramente rivolti a un pubblico elitario e di nicchia e per questo molto spesso penalizzati (diversi loro film arrivano alla sala, se arrivano, in un numero assai ridotto di copie), premiati entrambi a Venezia dalla Federazione italiana dei Cineclub (Premio Fedic) con *Tornando a casa* e *Placido Rizzotto*, ma poi incapaci di trovare un pubblico adeguato alle aspettative.

4.3 Sinergie dell'industria culturale: il *merchandising* impegnato.

Si è soliti considerare il *merchandising* cinematografico come un fenomeno recente, sviluppatosi insieme alle politiche di commercializzazione dei grandi *blockbuster* dell'industria dell'*entertainment* statunitense, che da sempre ha come primo obiettivo quello della massimizzazione dei profitti. In realtà, se per *merchandising* intendiamo l'utilizzazione di un *brand* o dell'immagine di un prodotto noto per venderne un altro, si converrà che tale pratica non è poi così nuova (è con l'inaugurazione del primo parco Disneyland nel 1955 e la creazione del cosiddetto "impero del topo" che si sviluppa il fenomeno nella portata che conosciamo).²²⁹ Ad ogni modo, qualcuno riterrà che si tratta di una

²²⁹ Il bilancio ufficiale della Walt Disney Company, per il solo anno 2009, evidenzia come i soli parchi tematici hanno generato un giro d'affari di quasi 11 miliardi di dollari, ai quali si aggiungono ulteriori 2,4 miliardi che comprendono i generici *consumer products*, sostanzialmente il *merchandising* puro, ovvero articoli quali peluche, bambole, materiale scolastico, cappellini, magliette, tazze, penne, pupazzi, giocattoli, ecc.

pratica legata esclusivamente al cinema di puro intrattenimento, e nello specifico al cinema d'animazione, ovviamente avvantaggiato per il *target* a cui si riferisce, ovvero quello infantile, su cui si riversano ciclicamente valanghe di pupazzi, pupazzetti e gadget di ogni tipo in funzione del *cartoon* in voga in quel momento. A ben vedere, però, seppure con introiti ovviamente risibili al confronto, anche il più impegnato genere politico annovera sul suo mercato una serie di prodotti affiliati, generi che rientrano sempre nella sfera del consumo culturale e vanno sostanzialmente dal romanzo al CD della colonna sonora, al cofanetto con libro e Dvd per chi è appassionato di collezionismo, alla locandina, fino alla *t-shirt* con l'effigie del divo e logo/titolo del film.

Si tratta di prodotti che trovano commercializzazione quasi esclusivamente *on line* o nelle librerie e talvolta in edicola, in allegato ad altri articoli del settore (soprattutto quotidiani come *L'Unità*, *Repubblica* o *Il Corriere della Sera*, o riviste come *L'Espresso*). Ovviamente, questo non accade per tutti i prodotti analizzati, ma per una parte di essi, tendenzialmente quei film che per il loro specifico contenuto agevolano una politica commerciale di questo tipo. Emblematico, a riguardo, *Romanzo criminale* che proprio per la sua natura di prodotto a metà strada tra il genere politico e il *crime*, e soprattutto per il *trend* positivo (e retroattivo) che la successiva serie televisiva ha saputo innescare imponendosi come fenomeno *cult*, ha potuto contare su una più ampia serie di possibilità promozionali. Non si dimentichi, infatti, che obiettivo del *merchandising* non è solo quello di vendere altri prodotti legati al marchio d'origine, ma anche quello di promuoverne ulteriormente l'immagine e la diffusione. In quest'ottica vengono prodotte le magliette riportanti il logo del titolo del film, a cui si può scegliere di aggiungere il nome di uno dei protagonisti della storia come Il Freddo, Il Nero, Libano, Il Dandy, vendute su *e-bay* al prezzo di 14,24 euro. In quest'ottica è stato sviluppato anche il videogioco legato alla serie tv, *RC the game*, un gioco di ruolo *on line* a cui era possibile partecipare gratuitamente (il portale non è più attivo) vestendo i panni

di uno dei malavitosi della Magliana che deve imporsi nel settore conquistando i mercati del commercio di armi e droga (a dispetto di tutte le polemiche sull'apologia del male).²³⁰

Si tratta però di un caso isolato, e nella maggior parte dei film analizzati colonna sonora e libri sono di gran lunga i più diffusi come prodotti collegati, come è possibile notare nella tabella riportata in seguito. Rispetto alla colonna sonora, citiamo il caso del *Grande sogno* di Michele Placido, per la quale la produzione ha stretto una collaborazione con la cantante italiana Giorgia, autrice dell'omonimo *main theme* della pellicola, secondo una prassi ormai consolidata per cui personaggi di punta dell'industria discografica vengono chiamati a firmare il brano portante del film, in una duplice sinergia che avvantaggia non solo il prodotto film, ma lo stesso musicista.²³¹

TABELLA n.8: Merchandising e prodotti collegati.²³²

Film	Merchandising e prodotti collegati
Grande sogno, II (2009)	[Colonna sonora] Distribuita on line sul portale iTunes Prezzo: 4,95 euro
Prima linea, La (2009)	[Colonna sonora] Produzione: Cam Jazz Data di uscita: 21/04/2010 Prezzo: 16,90 euro [Libro] <i>Miccia Corta</i> , di Sergio Segio, DeriveApprodi, 2005. Prezzo di copertina: 25 euro

²³⁰ Il gioco, realizzato per Elements Studio su commissione Media Network e accessibile dal sito www.rcthegame.it, è stato attivo nel periodo di lancio della prima stagione della serie televisiva ed è stato successivamente rimosso dalla rete.

²³¹ Per citare un altro esempio, la collaborazione della cantautrice Carmen Consoli che firma il brano *L'ultimo bacio* dell'omonimo film di Gabriele Muccino, in un'utile sinergia per la cantante stessa che grazie alla popolarità della pellicola ha visto incrementare anche la vendita dei suoi dischi.

²³² Sono stati esclusi dall'elenco quei film precedentemente presi in esame di cui non è stato possibile rintracciare informazioni circa eventuali prodotti affiliati. I prezzi sono relativi all'uscita del prodotto sul mercato. Vengono altresì riportati i libri da cui sono eventualmente tratte le opere, senza che ciò implichi necessariamente un rapporto di carattere commerciale tra i due prodotti (ovvero, non in tutti i casi il produttore del film ha dovuto pagare i diritti per l'adattamento del libro).

Divo, II (2008)	[Colonna sonora] Produzione: Universal Strategic Data di uscita: 06/06/2008 Prezzo: 13,20 euro
Gomorra (2008)	[Colonna sonora] Produzione: Radio Fandango Data di uscita: 12/12/2008 Prezzo: 16,57 euro [Libro] <i>Gomorra. Viaggio nell'Impero economico e nel sogno di dominio della Camorra</i> , di Roberto Saviano, Mondadori, collana Strade Blu, 2006 Prezzo di copertina: 15,50 euro
Masseria delle allodole, La (2007)	[Colonna sonora] Produzione: Cam O.S.T. Distribuzione: Sony BMG Data di uscita: 23/03/2007 Prezzo di listino: 12,96 euro
Milano Palermo - Il ritorno (2007)	[Colonna sonora] Produzione: Warner Chappell Music Italia Data di uscita: 09/11/2007 Prezzo di listino: 10,90 euro
Mio fratello è figlio unico (2007)	[Colonna sonora] Produzione: RCA Data di uscita: 20/04/2007 Prezzo: 10,90 euro
Ragioni dell'aragosta, Le (2007)	[Colonna sonora] Produzione: Cam O.S.T. e Radio Fandango Distribuzione: Radiofandango Data di Uscita: 11/09/2007 Prezzo: 10,90 euro
Uomo di vetro, L' (2007)	[Libro] <i>L'Uomo di Vetro</i> , di Salvatore Parlagreco, Bompiani Editore, collana Saggi Tascabili, 1998
Caimano, II (2006)	[Colonna sonora] Produzione: Lucky Planets Distribuzione: Emergency Music Data di Uscita: 18/04/2006 Prezzo di listino: 17,50 euro [Libro + DVD] <i>Il Caimano. DVD. Con libro</i> , di Nanni Moretti, Feltrinelli, collana Le Nuvole, 2006. (Nel libro scritti di N. Moretti, F. Piccolo, N. Pontremoli) Prezzo di copertina: 23,90 euro.
Fascisti su Marte (2006)	[Libro + DVD] <i>Il Caso Scafroglia</i> , di Corrado Guzzanti, BUR Biblioteca Universale Rizzoli, collana Senzafiltro, 2006 Allegati 2 DVD sulla trasmissione TV (RAI 3) di Guzzanti Corrado "Il Caso Scafroglia". Prezzo di copertina: 24,90 euro [Libro + DVD] <i>Fascisti su Marte</i> , di Corrado Guzzanti, BUR Biblioteca Universale Rizzoli, collana Senzafiltro, 2006 Prezzo di copertina: 17,90 euro

<p>Quando sei nato non puoi più nasconderti (2005)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: RCA Italiana Data di Uscita: 03/05/2005 Prezzo di listino: 15,90 euro</p> <p>[Libro] <i>Quando sei nato non puoi più nasconderti. Un film di Marco Tullio Giordana</i>, di Angelo Turetta, Il Ponte Vecchio, collana Cliciak, 2005 (Foto di scena) Prezzo di copertina: 13 euro</p> <p>[Libro] <i>Quando sei nato non puoi più nasconderti</i>, di Marco Tullio Giordana, Stefano Rulli, Sandro Petraglia, Marsilio, collana Nuovo Cinema Italia, 2005 (Sceneggiatura) Prezzo di copertina: 13,50 euro</p>
<p>Romanzo criminale (2005)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: RCA Distribuzione: Sony BMG Data di Uscita: 30/09/2005 Prezzo di listino: 21,30 euro</p> <p>[Libro] <i>Romanzo Criminale</i>, di Giancarlo De Cataldo, Einaudi, collana Einaudi tascabili. Stile libero big, 2002 Prezzo di copertina: 16 euro</p> <p>[DVD + Libro di De Cataldo] Data di uscita: 28/11/2006 Prezzo di listino: 24,80 euro</p> <p>[T-Shirt] In vendita on line su ebay Prezzo di listino: 14,24 euro</p>
<p>Viva Zapatero! (2005)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Cam O.S.T. Distribuzione: Sony BMG Data di Uscita: 08/12/2005 Prezzo di listino: 12,96 euro</p> <p>[Libro + DVD] <i>Viva Zapatero!</i>, di Luca Bandirali, BUR Biblioteca Universale Rizzoli, collana Senzafiltro, 2005. Prezzo di copertina: 19,50 euro</p>
<p>Luce del sole, Alla (2004)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Cam O.S.T. Distribuzione: Sony BMG Data di Uscita: 08/02/2005 Prezzo di listino: 16,90 euro</p> <p>[Libro] <i>Alla Luce del Sole</i>, di Roberto Faenza, Gremese, collana Un film di..., 2005 Distribuito da Messaggerie Libri Prezzo di copertina: 15 euro</p>

<p>Private (2004)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Emergency Music Data di Uscita: 09/03/2005 Prezzo di listino: 16,90 euro</p> <p>[Libro] <i>Private</i>, di Saverio Costanzo, Marsilio, collana Nuovo Cinema Italia, 2004 Prezzo di copertina: 10 euro</p>
<p>Buongiorno notte (2003)</p>	<p>[Libro] <i>Buongiorno, Notte</i>, di Marco Bellocchio, Marsilio, collana Cinema Italia, 2003 Prezzo di copertina: 10 euro</p> <p>[Libro] <i>Il prigioniero</i>, di Anna Laura Braghetti, Feltrinelli, collana Universale Economica, 2003 (tratto da) Prezzo di copertina: 7,50 euro</p>
<p>Dreamers, The – I sognatori (2003)</p>	<p>[Colonna sonora] Etichetta: Universal Classic Distribuzione: Universal Data di Uscita: 11/05/2004 Prezzo di listino: 19,40 euro</p> <p>[Libro] <i>The Dreamers</i>, di Gilbert Adair, Rizzoli, collana Scala Stranieri, 2003 (tratto da) Titolo originale: "The Holy Innocents". Prezzo di copertina: 14 euro</p> <p>[Libro] <i>Sognando. The Dreamers. Con la Sceneggiatura del film</i>, di Bernardo Bertolucci, Gilbert Adair, Séverine Brigeot, Ubulibri, collana I Libri Quadrati, 2003 Prezzo di copertina: 29 euro</p>
<p>Fuggiasco, Il (2003)</p>	<p>[Libro] <i>Il Fuggiasco</i>, di Massimo Carlotto, E/O, collana Tascabili E/O, 1996 Prezzo di copertina: 8 euro</p>
<p>Ilaria Alpi - Il più crudele dei giorni (2003)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Cam O.S.T. Distribuzione: Sony BMG Data di Uscita: 25/03/2003 Prezzo di listino: 12,96 euro</p> <p>[Libro] <i>Ilaria Alpi. Il Più Crudele dei Giorni</i>, di Ferdinando Vicentini Orgnani, Marcello Fois, Frassinelli, collana Narrativa, 2003 (Volume illustrato, con sceneggiatura) Prezzo di copertina: 11,50 euro</p> <p>[Libro] <i>L'Esecuzione</i>, di Giorgio Alpi, Luciana Alpi, Mariangela Gritta Grainer, Maurizio Torrealta, Kaos Edizioni, collana Libertaria, 1999 (tratto da) Prezzo di copertina: 14,46</p>

	<p>[Libro] Ilaria Alpi. Un Omicidio al Crocevia dei Traffici, di Barbara; Carazzolo, Alberto Chiara, Luciano Scaletari, Baldini Castoldi Dalai, collana I Saggi, 2002 (tratto da) Prezzo di copertina: 13 euro</p>
<p>Lavorare con lentezza (2003)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Radio Fandango Distribuzione: Wea Data di Uscita: 10/08/2004 Prezzo di listino: 24,49 euro</p>
<p>Meglio gioventù, La (2003)</p>	<p>[Libro] <i>La Meglio Gioventù</i>, di Sandro Petraglia, Stefano Rulli, RAI-ERI, 2004 Prezzo di copertina: 13 euro</p> <p>[Libro] La Meglio Gioventù, di Angelo Turetta, Il Ponte Vecchio, 2003 Prezzo di copertina: 13 euro</p>
<p>Segreti di Stato (2003)</p>	<p>[Libro] <i>Segreti di Stato, dai documenti al film</i>, di Paola Baroni, Paolo Benvenuti, Fandango, collana Documenti, 2003 Prezzo di copertina: 16,50 euro</p>
<p>Alla rivoluzione sulla due cavalli (2001)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Universal Strategic Distribuzione: Universal Data di Uscita: 27/10/2001 Prezzo di listino: 20,50 euro</p> <p>[Libro] <i>Alla Rivoluzione sulla Due Cavalli</i>, di Marco Ferrari, Sellerio di Giorgianni, collana La Memoria, 1995 (Tratto da) Prezzo di copertina: 6,20 euro</p>
<p>Banchieri di Dio - Il caso Calvi, I (2001)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Virgin Records Distribuzione: Virgin Italia Music Data di Uscita: 08/03/2002 Prezzo di listino: 14,90 euro</p> <p>[Libro] <i>I banchieri di Dio. Il Caso Calvi</i>, di Mario Almerighi, Editori Riuniti, collana Primo Piano, 2002 (Prefazione di Marco Travaglio e una postfazione del regista Giuseppe Ferrara) Prezzo di copertina: 12 euro</p>
<p>Luna rossa (2001)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Nun Entertainment Autore: Lelio De Tullio Prezzo di listino: 24,90 euro</p>
<p>Vajont - La diga del disonore (2001)</p>	<p>[Colonna sonora] Produzione: Sugarmusic Lusitana Lda Distribuzione: Universal Data di Uscita: 16/10/2001 Prezzo di listino: 13,90 euro</p> <p>[Libro] <i>Vajont. Ottobre 1963</i>, di Bruno Pittarello, Cierre Edizioni, collana Varie, 2004 Prezzo di copertina: 18 euro</p>

	[Libro + VHS] <i>Vajont 9 ottobre '63</i> , di Marco Paolini, Einaudi, collana Einaudi tascabili Stile libero Video, 2002 Prezzo di copertina: 19 euro
Cento passi, I (2000)	[Libro] <i>I cento passi. Un film di Marco Tullio Giordana</i> , di Angelo Turetta, Il Ponte Vecchio, collana Clicciak, 2005 (Foto di scena) Prezzo di copertina: 13 euro [Libro] <i>I cento passi</i> , di Marco Tullio Giordana, Feltrinelli, collana Universale Economica, 2001 Prezzo di copertina: 6,20 euro
Partigiano Johnny, II (2000)	[Colonna sonora] Produzione: Radio Fandango Distribuzione: Edel Italia Data di Uscita: 14/10/2005 Prezzo di listino: 10 euro [Libro] <i>Il Partigiano Johnny</i> , Einaudi, collana Supercoralli, 1968, a cura di L.Mondo
Placido Rizzotto (2000)	[Colonna sonora] Produzione: Compagnia Nuove Indye (CNI) Distribuzione: CNI Data di Uscita: 27/11/2000 Prezzo di listino: 16,52 euro
Aprile (1998)	[Colonna sonora] Produzione: Virgin Records Distribuzione: Virgin Italia Music Data di uscita: 1998 [T-shirt] Si può acquistare on line al sito: http://ec.eurecom.fr/~giorcell/Nanni/Films/aprile.html
Tano da morire (1997)	[Colonna sonora] Produzione: Sugar Autore: Nino d'Angelo Data di uscita: 1997
Testimone a rischio (1997)	[Libro] Pietro Calderoni , <i>L'avventura di un uomo tranquillo</i> , Rizzoli, Milano, 1995. (Tratto da) Prezzo di copertina: 14,46 euro
Palermo-Milano solo andata (1995)	[Colonna sonora] Produzione: Warner Chappell Data di uscite: 10/09/2004
Caro diario (1993)	[Colonna sonora] Produzione: Lucky Planets Data di uscita: 30/10/2009 Prezzo di listino: 10,90 euro

Tra tutte le sinergie, la più importante resta comunque quella con l'industria libraria, soprattutto quando il film si basa sull'adattamento di un libro già in commercio e già conosciuto e apprezzato dal pubblico. Il caso di *Gomorra* è

uno tra questi. Nato attorno all'enorme eco sollevata dal romanzo-inchiesta di Roberto Saviano, *best-seller* che ha venduto oltre 1 milione e 200 mila copie solo in Italia ed è stato tradotto in 33 nazioni, eredita fin da subito l'attenzione mediatica riservata al libro, con tutte le ovvie implicazioni collegate al tema. Le aspettative sono alte e la bravura di Garrone, che si dimostra abbondantemente all'altezza del compito, consiste non solo nel realizzare un'efficace sintesi dei contenuti del romanzo, ma soprattutto nel ricollegare stilisticamente il film alla tradizione neorealista (la scelta del dialetto locale e di attori non professionisti, per citare gli aspetti più evidenti), nobilitando ulteriormente l'operazione cinematografica agli occhi di una critica e di un pubblico già sollecitati dal libro di Saviano.

Attorno al film, al romanzo e al suo autore si crea un vero e proprio fenomeno culturale che dura tuttora (lo testimonia l'inclusione televisiva di Roberto Saviano nel circuito moralista-contestatorio che ruota attorno ai poli Santoro – Fazio),²³³ così che libro e film congiuntamente assurgono a icone della lotta all'illegalità e al decadimento culturale della malavita organizzata. Ma come per tutti i fenomeni culturali, il suo sviluppo e la sua proliferazione diventano sostanzialmente incontrollabili, dando vita a prodotti che vengono sì commercializzati, ma senza più alcun rapporto con i reali detentori dei diritti di sfruttamento, in una sorta di vero e proprio corto-circuito simbolico. Il logo dei coltelli rosa su sfondo nero che caratterizza la copertina del libro (ripreso nella grafica anche dalla locandina del film di Garrone) si ritrova infatti stampato su t-shirt *unofficial* vendute da ignoti sul portale di *e-bay* a 13,99 euro. O ancora, caso più eclatante, a due settimane dalla *release* ufficiale del Dvd, già circolava in terra campana una versione piratata del film e contraffatta dalla camorra stessa, in cui i sottotitoli in italiano che servono alla comprensione del dialetto

²³³ Ci si riferisce in particolare alle apparizioni televisive di Roberto Saviano nel programma *Che tempo che fa* condotto da Fabio Fazio il sabato e la domenica sera su Rai 3, e in particolare al programma *Vieni via con me* in onda sempre su Rai 3 per quattro serate a partire dall'8 novembre 2010.

stretto in cui è recitato buona parte della pellicola nella sua versione originale, scompaiono nella versione illegale “made in Forcella”, sorta di atto di riappropriazione a dimostrazione che la criminalità organizzata campana resta comunque parte integrante e per nulla passiva dello stesso processo di denuncia avviato da Saviano.²³⁴

Su tale processo, e conseguente proliferazione di prodotti collegati, citiamo anche il florilegio di produzioni filmiche incentrate sul tema della camorra: dalle più accreditate come il *Fortapasc* di Marco Risi che, benché sviluppato prima del clamore sollevato dal libro di Saviano e dal film di Garrone, si iscrive inevitabilmente all’interno della loro stessa scia, a quelle meno note come il film del 48enne napoletano Enzo Acri, *Un camorrista perbene*, uscito nel marzo 2010 e promosso localmente in maniera capillare con locandine pubblicitarie sulle vetrine di quasi tutti i negozi dei quartieri popolari del napoletano, fino a produzioni decisamente più improvvisate e amatoriali, come quella di Gennaro Damiani, napoletano 25enne meglio noto come “Genny Fenny”, che ha annunciato dalle pagine sul suo profilo *facebook* la realizzazione di quel che lui stesso ha definito l’anti-Gomorra, ovvero *Sodoma: la scissione di Napoli*, film che vorrebbe raccontare la faida di Scampia dal punto di vista del popolo, progetto sul quale, però, al momento non è dato sapere altro.²³⁵

²³⁴ A riguardo ricordiamo anche la polemica scatenatasi attorno alla notizia dell’arresto di tre attori del film di Garrone (Salvatore Fabbrocino, Bernardo Terracciano e Giovanni Venosa) che nella finzione come nella realtà erano affiliati alla camorra e che ha fatto gridare allo scandalo (mediatico) per bocca del senatore Maurizio Gasparri: «Ho appreso che nei giorni scorsi un terzo interprete del film è stato arrestato perché camorrista. Non vorrei che anche una minima quota dei diritti d’autore che si incassano sul libro e sul film siano andati a remunerare dei delinquenti. Saviano si è occupato di questo? Chi ha scelto gli attori di quel bellissimo film? E’ vero che bisognava descrivere una realtà estrema, ma era proprio necessario assumere dei delinquenti?» (Tratto dall’articolo *Gasparri: Saviano “ripari” per i suoi errori*, pubblicato il 7 gennaio 2009 sul quotidiano on line Inviato Speciale - www.inviatospeciale.com).

²³⁵ Dal sito di *facebook* si legge che del cast farebbero parte Claudio Moschino (del reality mediaset Campioni), Natasha Magri, Antonio Alfano e Francesco Longo, mentre hanno dato forfait Fabrizio Corona, Gabriel Garko e Gennaro Silvestro della *Squadra*.

4.4 Esempi di *product placement* mancato.

Come si è avuto modo di evidenziare finora, anche un genere come quello politico condivide le stesse dinamiche produttive, distributive e di sfruttamento commerciale di tutto il cinema italiano contemporaneo, con ovvi distinguo che riguardano i modi in cui determinati prodotti vengono proposti al pubblico (specifiche campagne promozionali per uno specifico *target*), senza con ciò intaccarne la sostanza, che consiste per l'appunto nel fatto che questi prodotti sono pensati e sviluppati proprio per arrivare a un pubblico che è innanzitutto un pubblico pagante. Resta però un problema, come si è tentato di sottolineare in precedenza, ovvero l'implicita accettazione da parte di chi opera all'interno di questo genere di una sorta di ambigua omertà, per cui questi, che sono sì prodotti pensati per creare cultura ma anche per creare utili, devono in realtà astenersi il più possibile dal rendere evidente il loro *status* di prodotti. Mantenere cioè un profilo basso per quanto riguarda il loro rapporto con il mercato, il che implica di conseguenza una certa difficoltà ad avere a che fare con strumenti commerciali come il già citato mercato del *merchandising* (che resta limitato a prodotti generalmente considerati di consumo culturale qualificato, come la letteratura e la musica) e soprattutto con la pratica del *product placement*, che consiste nella collocazione all'interno del film di un marchio a fini promozionali dietro corrispettivo economico.²³⁶ Ciò deriva da un'antica e anche abbastanza comprensibile antipatia da parte del corpo intellettuale, e quindi da parte di molti registi e critici cinematografici "vecchia maniera", verso tutte quelle forme spurie che mescolano arte e denari. Un rifiuto moralistico verso qualsiasi forma artistica che trae in qualche modo profitto dal

²³⁶ Strumento di pubblicità indiretta che consiste nel collocare all'interno di determinate scene cinematografiche (e più in generale all'interno di testi teatrali, musicali, letterarie e programmi televisivi) uno specifico prodotto di cui è esposto chiaramente il marchio a fronte di un pagamento da parte dell'azienda pubblicizzata. Tale pratica è stata legalizzata e normata in Italia a partire dal 2004 con il Decreto Ministeriale n.235, quindi Decreto Legislativo 28/2004 meglio noto come Decreto Urbani.

suo offrirsi alle strategie di comunicazione aziendale, quindi dal suo fungere deliberatamente quale mezzo di pubblicità, occulta o meno che sia. Questo in base alla nota regola per cui:

[..] il medium in cui è collocato uno stimolo trasferisce sullo stimolo stesso parte delle proprie caratteristiche, [quindi] l'inserimento in un film di genere attira sul prodotto e sul brand alcune caratteristiche del genere. Ecco perché alcuni placement hanno fatto un certo scalpore per via del loro inserimento in film d'autore: non è abituale, né facilmente accettabile per il pubblico degli appassionati, l'associazione tra una pratica commerciale e un film di elevato contenuto artistico.²³⁷

Da ciò la difficoltà con cui uno strumento di finanziamento alla produzione come il *product placement* è andato diffondendosi in Italia, divenendo legale in ambito cinematografico solo nel 2004 dopo più di 12 anni di ostracismo (e un intero passato di utilizzo selvaggio e sregolato) con clamoroso ritardo rispetto all'esperienza estera, statunitense e britannica *in primis*.²³⁸ E sempre da ciò il motivo per cui tale strumento è tuttora guardato con molta diffidenza dagli operatori del settore, rimanendo relegato quasi esclusivamente a prodotti marcatamente commerciali. Questo, ovviamente, anche per ragioni strettamente connaturate alle dinamiche stesse del *product placement*. Trattandosi di un investimento privato da parte di un'azienda che mira a rinforzare la visibilità e

²³⁷ D. DALLI - G. GISTRI - D. BORELLO, *Marche alla ribalta. Il product placement cinematografico in Italia e la sua gestione manageriale*, Egea, Milano, 2008, p. 37.

²³⁸ La collocazione e promozione di marche commerciali all'interno dei film è pratica antica come l'industria cinematografica stessa (è citata in ogni manuale sul tema, l'inquadratura autopromozionale della fabbrica Lumière nel loro *L'uscita degli operai dalla fabbrica Lumière*, 1895). In Italia la presenza di marchi nelle pellicole aumenta inesorabilmente dal secondo dopoguerra in poi, nella maggior parte dei casi per motivi di espressione artistica quale critica alla società dei consumi (l'onnipresente pubblicità che deforma le menti e corrompe la morale), ma in alcuni casi l'utilizzo di *brand* noti e riconoscibili avviene anche sulla base di accordi commerciali tra produzione e azienda (mai ufficialmente esplicitati), unici casi effettivamente ascrivibili alla pratica del *product placement*, che implica per l'appunto un corrispettivo economico tra azienda pubblicizzata e produzione cinematografica. Questo fu particolarmente evidente per quanto riguarda l'industria del tabacco e portò prima alla censura di ogni forma di pubblicità per il comparto stesso, quindi alla messa al bando per legge nel 1992 di ogni forma di pubblicità occulta, tale in quanto non espressamente inquadrata nelle forme della pubblicità tradizionale, che deve essere trasparente e soprattutto immediatamente decodificabile dallo spettatore in quanto messaggio pubblicitario. (cfr. G. CORTI, *Occulta sarà tua sorella! Pubblicità, product placement, persuasione: dalla psicologia subliminale ai nuovi media*, Castelvecchi, Roma, 2004).

la percezione affettiva del proprio marchio (da cui, di conseguenza, un rafforzamento delle vendite), risulta prioritario per l'azienda stessa raggiungere ampie fette di mercato, quindi affidarsi a un prodotto cinematografico in grado di raggiungere grossi numeri al *box office*, cosa che nel mercato italiano riescono a fare solo i vari Moccia, Vanzina, Pieraccioni, Aldo, Giovanni e Giacomo e, di recente, il neo-fenomeno Checco Zalone.²³⁹ Eppure, come abbiamo visto in precedenza (cfr. cap. 3.1), sul piano dei numeri subito dopo la commedia a ottenere buoni risultati al botteghino sono proprio i prodotti di genere socio-politico, generalmente pellicole d'autore che possono contare su un pubblico molto appetibile per chi si occupa di investimenti pubblicitari.²⁴⁰ Alla riduzione dei numeri, insomma, si compensa con una migliore efficacia comunicativa e la capacità di intercettare un pubblico ben definito. Infatti, nonostante il retaggio ideologico che molto ha ostacolato tale pratica in Italia, all'estero si sono avuti casi di ottime collaborazioni tra artisti internazionalmente riconosciuti come tali e aziende private. Un esempio su tutti: Stanley Kubrik, che ottenne finanziamenti da diverse aziende impegnate nella produzione di tecnologia per realizzare il suo *2001: Odissea nello spazio* (1968) in cambio di visibilità del loro marchio; o Woody Allen, che negli anni Ottanta produsse diversi film grazie anche a un contratto con la marca di sigarette

²³⁹ Nel modello di valutazione del *product placement* elaborato da Dalli, Gistri e Borello determinante è il fattore legato alla diffusione dell'opera cinematografica, valutato *ex ante* sulle potenzialità del mix artistico (autore, sceneggiatore e cast), sulla forza della casa di produzione e soprattutto sulla forza promozionale della casa di distribuzione, mentre è valutato *ex post* sull'effettivo incasso in sala ottenuto, che considera un *range* dal milione di euro (pellicole d'autore come *N, Io e Napoleone* di Paolo Virzì, nell'esempio riportato) ai 25 milioni di euro (sempre nell'esempio, *Manuale d'amore 2* di Veronesi, con oltre 22 milioni di euro incassati).

²⁴⁰ «Il *product placement* consente una sorta di segmentazione a priori del pubblico da raggiungere: certi generi filmici, con determinati cast artistici consentono di identificare con buona precisione quale tipo di pubblico attireranno, in modo che l'azienda possa verificarne la coincidenza con il proprio target di riferimento e decidere se investire in quella pellicola o meno. Generalmente, sono target difficilmente raggiungibili con altri mezzi in maniera credibile ed efficace e che rappresentano pubblici più avanzati, leader di opinione, dotati di buona cultura, anticipatori di tendenze e modelli di consumo. Per questo, quindi, molto interessanti per un potenziale inserzionista» (D. DALLI - G. GISTRÌ - D. BORELLO, *Marche alla ribalta*, op. cit., p. 71).

Brown & Williamson.²⁴¹ Vero è che dal 2004 ad oggi, ovvero dalla riabilitazione per legge della pratica del *product placement*, anche il cinema italiano vede l'inserimento di marche in cambio di finanziamenti in pellicole d'autore, primo fra tutti Ermanno Olmi, che ricorre a un contratto con la BMW nella produzione del film *Cento Chiodi* (2007), in cui il logo della casa automobilistica è ben visibile all'interno delle riprese, e colloca ulteriori marchi tra cui Autogrill, Poste Italiane, Dell Computers.²⁴² Ma si tratta ancora di casi ridotti nei numeri e la cui incidenza economica in termini percentuali sul totale dei costi di produzione del film è decisamente bassa (aspetto, questo, condiviso anche dalle più gettonate commedie, in cui i finanziamenti derivanti da pratiche di *product placement* non superano il 25-30% dei costi complessivi).²⁴³ Molto più diffusa in questi casi, come per altro è sempre avvenuto, la prassi del *bartering* ovvero del "baratto", vale a dire la cessione di un prodotto in cambio di un altro prodotto, che nel cinema significa l'uso gratuito della merce quali attrezzature per la realizzazione delle scenografie, capi di abbigliamento per i costumi, oggetti di scena e via discorrendo, in cambio della visibilità del

²⁴¹ L'episodio è illustrato nel dettaglio, quale provocazione sul tema delle potenziali sinergie tra cinema d'autore e *product placement*, da Marina Marzotto, amministratore delegato di Propaganda Gem Italia: «Vorrei accennare a una certa ipocrisia del settore. Dopo tre anni esiste ancora una certa resistenza al p.p. da parte dei talent. Ci sono però dei talent assolutamente al di sopra di ogni sospetto, che hanno usato il p.p. in modo molto efficace: vi ricordo l'esempio di *2001: Odissea nello spazio*, con un bellissimo placement di Parker Pen, Hilton Hotels e Pan Am che si sviluppano in otto minuti di narrativa. Kubrick certamente non si è mai scandalizzato di fronte alla necessità di introdurre nei suoi film numerosi placement. Nella sequenza del film si vede la navetta spaziale marchiata Pan Am, una bellissima hostess a bordo indossa scarpette ed uniforme recanti il marchio Pan Am, si avvicina al passeggero che dorme e dolcemente gli infila la penna stilografica Parker nel taschino - la stessa è oggetto di close-up - mentre fluttua nell'assenza di gravità. La navicella arriva alla stazione spaziale e il protagonista scende all'Hilton Hotel, si vedono vari loghi e personalizzazioni e si sentono messaggi audio contenenti il benvenuto all'Hotel» (ANICA, *Product Placement*, I quaderni dell'anica, 2008, consultabile on line all'indirizzo: www.anica.it/pubblicazioni/quaderno1.pdf)

²⁴² Diversamente da quanto accade con i *product placement* effettuati dietro corrispettivo e disciplinati dalla Legge Urbani, i titoli di coda riportano i ringraziamenti alla casa automobilistica e non la menzione della marca come sponsor del film.

²⁴³ Dichiara Marco Chimenz, socio fondatore e manager Cattleya: «[*La copertura che si riesce a ottenere attraverso il product placement*] varia molto a seconda del film. Si va da percentuali inferiori al 5 per cento per i film d'autore più complessi, fino anche al 25-30% per film con target più giovanili, più appetibili per le aziende e appartenenti a generi che si prestano anche meglio all'inserimento di alcuni prodotti» (D. DALLI - G. GISTRI - D. BORELLO, *Marche alla ribalta*, op. cit., p. 181).

prodotto, in assenza di transazioni di denaro. Fenomeno, questo, instauratosi “naturalmente” da quando la marca è divenuta fattore principale nella creazione di valore commerciale per l’azienda, ma soprattutto elemento di identificazione socio-culturale imprescindibile, in quanto:

Not only has popular culture become increasingly commercialized, but commercial products often become cultural artefacts whose meaning is dissociated from their original commercial intent.²⁴⁴

Nel caso del cinema politico, però, che possiamo appunto considerare un sotto-genere del cinema d’autore, le problematiche si accentuano, e non solo per motivi legati alla riluttanza del cast artistico solitamente collegato a questo tipo di produzioni. In generale, infatti, sono le aziende stesse a trovare particolarmente rischioso mettersi in relazione, non solo fisica ma soprattutto simbolica, a tematiche spinose come quelle il più delle volte affrontate all’interno di questi film. E questo nonostante la diffusa consapevolezza, come più volte sottolineato da Bourdieu, che la dimensione negativa delle preferenze (il disgusto), quindi qualsiasi azione che implichi uno schierarsi “contro”, è nei fatti addirittura più importante dal punto di vista segnaletico di quella positiva (il gusto) per identificare e identificarsi.²⁴⁵ Quindi, dal punto di vista di un’azienda, prassi determinante nel rendere il proprio prodotto uno *status symbol*, obiettivo tra i più ambiti per chi si occupa di *marketing*. Le conseguenze in termini di danno all’immagine per un’azienda che appoggi un film a sfondo politico, nel caso di possibili polemiche pubbliche, potrebbero infatti essere troppo onerose, non giustificando un simile investimento.

²⁴⁴ M.R. SOLOMON – B.G. ENGLIS, *Reality engineering: blurring the boundaries between commercial signification and popular culture*, Journal of Current Issues and Research in Advertising, 1994, 2, p. 14.

²⁴⁵ Cfr. il già citato P. BOURDIEU, *La distinzione: critica sociale del gusto*, op. cit.

Come spiega Marco Chimenz, socio fondatore e manager Cattleya:

Nel caso del film di Luchetti *Mio fratello è figlio unico*, tutti gli interlocutori a cui ci siamo rivolti, sebbene entusiasti della sceneggiatura, ammettevano che era complicato l’inserimento del prodotto e non soltanto perché si trattava di un film in costume. Infatti, per questo film alla fine non è stato fatto nessun *placement*.²⁴⁶

Nonostante ciò, si contano comunque esperienze positive di *product placement* anche nel campo del cinema politico, con collaborazioni a loro modo “coraggiose” da parte di determinate aziende. Citiamo il caso di *Romanzo criminale* che, come si è già detto, ha suscitato non poche polemiche per i riferimenti politici inseriti nel film, ma che nonostante questo ha ottenuto l’appoggio finanziario del marchio di abbigliamento intimo Lovable, per altro inserito all’interno di un film ambientato negli anni Settanta, quindi con la fornitura dell’intimo storico e di alcuni materiali pubblicitari dell’epoca.²⁴⁷ O ancora Marco Tullio Giordana che collabora con il marchio Lacoste, di cui offre diverse inquadrature di magliette con coccodrillo nel film *Quando sei nato non puoi più nasconderti* (pellicola finanziata in p.p. anche dall’azienda Orologi Tag Heuer e sponsorizzata da Acqua minerale San Benedetto, Mercedes Benz, Porche Italia) o il sequel di Fragasso, *Milano – Palermo: il ritorno*, tra tutti i film presi in esame sicuramente quello più “di genere” (il racconto è tipicamente quello del poliziesco, l’estetica e il linguaggio da *fiction* televisiva italiana, per altro non delle migliori), in cui partecipano a titolo di *product placement*, quindi espressamente citati come tali a norma di legge nei titoli di

²⁴⁶ ANICA, *Product Placement*, I quaderni dell’anica, 2008.

²⁴⁷ Lovable ha partecipato alla ricostruzione non solo di un ambiente, ma dell’immaginario più profondo del periodo, nel quale la pubblicità del reggiseno del cuore fu protagonista. La collaborazione con Cattleya è quindi più definibile come *brand-placement* più che *product placement* e il conseguente recupero della memoria storica di Lovable contribuisce a rafforzare il valore del marchio.

coda, ben 17 marchi, a cui si aggiungono ulteriori sponsor che appoggiano la produzione con forme di scambio-merce.²⁴⁸

Nel complesso, dal 2004 ad oggi i film di genere politico che hanno potuto contare su forme di finanziamento derivanti dal *product placement* sono ancora pochi. E di certo non aiutano a stemperare i timori di aziende non ancora aduse allo strumento esperienze negative come il fallito *placement* della ditta Ciobar nel film di Antonello Grimaldi, *Caos Calmo* (2007). Causa del mancato accordo, il rifiuto a girare la scena in cui sarebbe apparsa la marca da parte dell'attore protagonista Nanni Moretti, in una delle sue rare performance attoriali in un film non suo.²⁴⁹ Tutto ciò ad accordi già presi tra il titolare della casa di produzione Fandango e la ditta Cameo, produttrice della celebre cioccolata, che ha quindi rifiutato di pagare il corrispettivo preventivato, facendo sfumare a Domenico Procacci un finanziamento di 150.000 euro.²⁵⁰ Il fatto di per sé non stupisce, ed anzi avrebbe piuttosto sorpreso il contrario, considerata la nota avversione di Nanni Moretti per ogni forma di pubblicità – occulta o meno che sia – all'interno di qualsiasi tipo di film, come dichiarò espressamente nel 1978 per tramite del suo alter-ego Michele Apicella in *Ecce Bombo*.²⁵¹ Da ciò la sua opposizione a fungere consapevolmente da *testimonial* per una marca dietro pagamento, pur anche di una “innocua” cioccolata. Scelta che sarebbe assolutamente comprensibile e condivisibile, considerato il fatto che una sua “connivenza” sul tema, seppure a distanza di quasi trent'anni dalle intransigenze di gioventù e nella piena liceità dei mezzi, lo avrebbe comunque

²⁴⁸ I marchi in questione sono: F.lli La Bufala, Symbols Four Stroke, Zappalà, Enel, 3, Grimaldi lites, Breil Milano, Vidivici, Dustbin, Slash, RTL, BRF, City, Lancia, Fiat, Alfaromeo, Ford

²⁴⁹ Ma che di fatto, pur non firmandone la regia, lo è poi diventato per le polemiche che ne sono conseguite e il pruriginoso “scandalo” di un suo nudo in una scena di sesso particolarmente accesa con Isabella Ferrari che fece particolarmente scalpore al Vaticano.

²⁵⁰ Cifra ridotta rispetto al costo complessivo del film, certo, ma che avrebbe potuto concorrere al saldo del mutuo di 1.500.000 euro concesso al film dal MiBac e garantito dallo Stato. L'episodio è citato in modo dettagliato nel libro di Dalli, Gistri e Borello.

²⁵¹ Ci riferiamo alla scena in cui Nanni Moretti critica il comportamento di alcuni attori e registi del cinema italiano che «si intascano i soldi» per fare pubblicità, scagliandosi in particolar modo contro Nino Manfredi, considerato «il più sfacciato di tutti», reo di promuovere smaccatamente una determinata marca di sigarette.

esposto a critiche e polemiche più o meno faziose. Rifiuto comprensibile, quindi, se non fosse che l'intero film di Grimaldi si svolga poi in gran parte all'interno o nei pressi di una BMW, di cui Moretti mette in luce ogni più piccolo dettaglio nelle lunghe ore di attesa che il suo personaggio trascorre davanti alla scuola della figlia. Fatto determinato per motivi artistici (l'auto compare anche nel libro di Veronesi, da cui è tratto il film, seppure in quel caso si tratti di un'Audi), ma che inevitabilmente raccoglie gli interessi molto più prosaici del direttore *marketing* dell'azienda teutonica. Nient'altro che un caso tra gli altri di scambio-merce e co-promozione tra produzione e casa automobilistica, ma che ovviamente diventa ghiotta occasione per i rotocalchi scandalistici e per il tg satirico *Striscia la Notizia* per scagliarsi sulle inevitabili contraddizioni del regista-attore Moretti, a cui viene consegnato il celebre "tapiro". Sotto questa luce la scelta di Moretti di negarsi come promotore indiretto della Cameo, rifiutandone il corrispettivo economico, risulta molto meno comprensibile e più vicina a un vezzo ideologico che ha più a che fare con il suo personaggio pubblico che non con effettive esigenze artistiche, a danno dell'industria cinematografica a cui una dose per quanto piccola di risorse private non guasterebbe.

D'altronde, come già si è tentato di sottolineare nel secondo capitolo (cfr. 2.3.2), fin dal suo primo lungometraggio Nanni Moretti è diventato un *testimonial* involontario per tutta quella serie di oggetti glorificati o pubblicamente vituperati che da sempre riempiono i suoi film. Le sue forme espressive così marcate, volutamente iconoclaste, lo stile esageratamente provocatorio che ne ha decretato il successo, innescano fenomeni di culto nel pubblico, come dimostra la proliferazione di alcune frasi celebri tratte dai suoi film («Chi parla male, pensa male e vive male», «Le merendine di quand'ero bambino non torneranno più!», «Te lo meriti Alberto Sordi!»).²⁵² Come per tutti i fenomeni di culto, Moretti dà vita a una cerchia di fan che, un po' per

²⁵² Le prime due citazioni tratte da *Palombella rossa*, 1989; la terza da *Ecce bombo*, 1978.

emulazione e un po' per sincera affinità, sono portati ad appassionarsi e condividere le stesse manie e idiosincrasie del personaggio-Moretti. Un meccanismo che segue perfettamente le stesse dinamiche su cui tentano di intervenire gli strateghi del *product placement*, ma nel caso di Moretti senza alcun ritorno economico di sorta. Eppure, quale migliore campagna promozionale per la Sacher Torte dei film di Moretti, in cui il dolce viene incoronato come la bontà assoluta? E per restare nell'ambito delle marche, che dire dell'enorme vasetto di crema al cioccolato che consola le notti insonni del protagonista di *Bianca* (1984)? Il nome della marca non compare, ma il richiamo al *brand* Nutella, la crema al cioccolato italiana per antonomasia, è immediato. Gli esempi sono molti e si va dalla Vespa di *Caro diario* (1993) all'innumerevole quantità di scarpe di vari tipi e marche che il regista ama possedere e mostrare. Insomma, anche l'intransigente Moretti, più o meno consapevolmente, più o meno intenzionalmente, è sempre stato fin dai suoi primi film un *testimonial* pubblicitario, tanto più forte e credibile quanto più la sua persona si è consolidata quale *opinion leader* per un determinato pubblico. Benché i suoi film abbiano sempre fatto benissimo a meno di introiti aggiuntivi derivanti da eventuali accordi promozionali con aziende, viene comunque da chiedersi se sia effettivamente giustificata tanta avversità verso uno strumento che, usato con le dovute cautele, potrebbe comunque portare giovamento al cinema nel suo complesso. Va da sé che non sarà certo il *product placement* la panacea per tutti i mali della cinematografia italiana, né può essere considerato uno strumento adatto per qualsiasi tipo di film, a prescindere dalle tematiche e dagli artisti coinvolti. Ogni testo ha le sue caratteristiche e come tale deve essere valutato, ma la possibilità per il comparto produttivo di muoversi finalmente senza preconcetti, più che una speranza si configura ormai sempre di più come una vera e propria necessità.

V. PRODOTTI «LOW BUDGET».

*Il successo non è niente.
Il successo è l'altra faccia della persecuzione.
E poi il successo è sempre una cosa brutta per un uomo.*
Pier Paolo Pasolini

Finora abbiamo cercato di analizzare il cinema politico dei grandi nomi (Moretti, Placido, Bellocchio, Giordana), ovvero di quei cineasti per professione che effettivamente rappresentano il cinema in senso stretto, vale a dire quello che si vede in sala, che circola nei festival importanti, di cui si sente parlare in televisione e di cui si scrive sui giornali. Insomma il cinema, per l'appunto, "istituzionale". Eppure, con l'avvento del digitale, il cinema è diventato anche altro. E non è solo una questione che riguarda la trasformazione dell'esperienza cinematografica, del film che esce dal buio della proiezione collettiva e attraversa tutta la nuova filiera mediatica, né si tratta solo delle nuove forme della cultura convergente.²⁵³ Si tratta di un fenomeno che coinvolge ormai la natura stessa del prodotto-film. L'evoluzione tecnologica dei mezzi di ripresa e riproduzione digitale, infatti, ha spalancato le porte a tutta una serie di autori (registi più o meno improvvisati) che hanno finalmente avuto accesso al settore produttivo a fronte di costi estremamente ridotti (una videocamera digitale è ormai alla portata di chiunque, così come un computer e un programma di *video-editig*). Ma non solo. La diffusione della cosiddetta "banda larga", ovvero la possibilità di scambiare un quantitativo elevato di dati in poco tempo tramite la rete, ha permesso a quegli stessi prodotti di trovare anche un loro pubblico. Alla produzione «low budget», insomma, si è associata anche una distribuzione

²⁵³ Cfr. F. CASSETTI-M. FANCHI (a cura di), *Terre incognite. Lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film*, Roma, Carocci, 2006 e H. JENKINS, *Cultura convergente. Dove collidono i vecchi e i nuovi media*, Milano, Apogeo, 2007.

«low budget», con la possibilità in alcuni casi di ottenere persino qualche piccolo rientro economico.

Se da un lato, quindi, troviamo un numero relativamente ridotto di cineasti professionisti che operano nel solco dell'impegno ottenendo un adeguato riconoscimento in termini di attenzione pubblica e di relativi guadagni, dall'altro lato troviamo invece una miriade di produzioni sotterranee che lavorano con mezzi economici ridottissimi, facendo dell'impegno e della denuncia sociale il loro principale se non unico obiettivo. Si tratta di operazioni il più delle volte estemporanee (qualcuno le definirebbe "aspecifiche", che utilizzano cioè il mezzo cinematografico appunto come mezzo, ovvero come veicolo di informazione, a prescindere dalle caratteristiche specifiche del suo linguaggio), realizzate da personalità che non lavorano abitualmente in ambito cinematografico (sono in buona parte giornalisti, attivisti, teatranti o registi alle prime armi).

Il numero di simili produzioni, si è detto, è elevato, motivo per cui ci si è trovati di fronte alla necessità di compiere delle scremature, ponendo dei distinguo per ridurre lo spazio utile al di sotto di quella categoria-ombrello che è per l'appunto il cinema politico. Tra le varie difficoltà, prima fra tutte vi è stata quella determinata dalla scelta di aprire l'analisi anche al mondo dei documentari, produzioni intrinsecamente politiche per loro stessa natura e abituate da sempre ad operare in regimi di ristrettezze economiche. A riguardo, quindi, si è cercato di mantenere una certa coerenza rispetto al discorso che ci interessava analizzare, prendendo in considerazione solo quei prodotti che avessero per argomento un tema politico in senso stretto, vale a dire che affrontassero questioni legate ai partiti o alle azioni del Governo (esiti di votazioni democratiche, analisi di singoli partiti, ecc...) o si concentrassero su esponenti del mondo politico contemporaneo o del recente passato. Restano quindi esclusi tutti quei film che analizzano (o meglio, documentano) questioni sociali come il disagio giovanile o la precarietà sul lavoro (Mimmo Calopresti,

La fabbrica dei tedeschi, 2008; Monica Repetto, *Thyssenkrupp Blues*, 2009), l'immigrazione clandestina (Domenico Distilo, *Inatteso*, 2005), o la situazione delle donne (Alina Marrazzi, *Vogliamo anche le rose*, 2007), fatta eccezione per il film di Ascanio Celestini, *Parole sante* (2007), documentario sulla condizione dei lavoratori precari di un *call-center*, citato in questo contesto più che altro per il valore rappresentativo dal regista, esponente-simbolo di lotta politica, e per l'opera prima di Matteo Garrone, *Terra di mezzo* (1997), riportato per meglio inquadrare il percorso artistico del regista giunto all'oggi ai vertici della cinematografia italiana. Per quanto riguarda i film di *fiction*, invece, il discorso resta pressoché invariato rispetto alle modalità di selezione già indicate nel precedente capitolo, di cui è stata mantenuta anche la griglia di presentazione dei dati per facilitare il lavoro di raffronto.

Prima di entrare nel dettaglio di ogni singola produzione, vale la pena sottolineare un ulteriore aspetto. Dei film presi in analisi, infatti, è indicativo che ben nove facciano in qualche modo riferimento al presidente del Consiglio, Silvio Berlusconi. A differenza di quanto avviene per il cinema ad alto budget, più soggetto alle dinamiche di censura e auto-censura di registi e produttori (dichiaratamente anti-berlusconiani e con il premier quale personaggio centrale per la narrazione del film possiamo citare solamente *Il caimano* di Moretti e, ampliando un poco l'argomento, anche il primo lungometraggio di Sabina Guzzanti, *Viva Zapatero!*), questo tipo di progetti possono permettersi di affrontare con piglio polemico argomenti di stretta attualità politica, con posizioni dichiaratamente contestatarie, per il fatto stesso di rivolgersi ad un pubblico che non è quello della sala, ma piuttosto quello "secondario" (ma non certo nei numeri) di internet e della stampa cosiddetta di sinistra (si tratta, infatti, di film che vengono distribuiti se non addirittura prodotti da case editrici vicine a partiti e movimenti di opposizione).

Non solo abbiamo a che fare con documentari o video-inchieste come posso essere i film di Cremagnani, Deaglio, Oliva o di Piero Ricca (loro *Gli*

imbroglioni, *Uccidete la democrazia!*, *Alza la testa!* e *Quando c'era Silvio*), ma anche vere e proprie *fiction*, alcune sviluppate in toni al limite del grottesco come *Ho ammazzato Berlusconi*²⁵⁴ o *Shooting Silvio* (emblematico il riferimento in entrambi i titoli alla morte violenta di Berlusconi, che non è metaforicamente politica o mediatica, ma propriamente fisica, a interpretare un sentimento alquanto diffuso tra gli oppositori del premier che, più o meno consciamente, ne vorrebbero l'immediata sparizione, e non solo dal vertice del Governo).²⁵⁵ Ma vediamo adesso per ogni singolo film preso in esame gli incassi effettuati in sala, per quei prodotti che hanno effettivamente ottenuto una distribuzione sul mercato *theatrical*, a cui si associa anche il dato relativo ai biglietti venduti in Italia e in Europa, quindi gli eventuali finanziamenti pubblici ricevuti (decisamente minimi nei pochi casi segnalati) e costi di produzione.

²⁵⁴ Il film è tratto dal romanzo di Andrea Salieri, *L'omicidio Berlusconi*, Edizioni Clandestine, Marina di Massa, 2003, venduto in più di 50mila copie. Sulla narrativa berlusconicida si sono incentrati altri 3 autori: Raul Montanari con *La verità bugiarda* (Baldini Castoldi Dalai, 2005) che narra l'omicidio del Cavaliere in piazza Duomo a Milano; *Kill?* di Roberto Vacca (Marsilio, 2005) e *Chi ha ucciso Silvio Berlusconi* (Ponte alle Grazie, 2005) del giornalista Giuseppe Caruso.

²⁵⁵ Tra gli altri titoli anti-berlusconiani citiamo anche il film di Caterina Borelli, *Lilli e il Cavaliere: 10 giorni per battere Berlusconi*, che è in realtà un filmato di campagna elettorale della giornalista Lilli Gruber, girato in occasione delle elezioni europee del 2004, in cui la candidata viene seguita dalle telecamere insieme ai suoi collaboratori durante la preparazione dei comizi nelle varie città; il film collettivo *Checosamanca* e il già citato *Videocracy*. Anche Dino Risi, padre della commedia italiana, aveva in programma la realizzazione di un film su Berlusconi, *L'arrampicata*, di cui aveva scritto nel 2005 il soggetto, ma il progetto non vide mai la luce.

TABELLA n. 9: Incassi, contributi ministeriali e costi di produzione.²⁵⁶

Film.	Regia	Incasso sala (Italia)	Biglietti venduti²⁵⁷	Contributi ministeriali	Costi di prod.
Videocracy (2009)	Gandini, Erik	857.657 (agg. 01/11/2009)	164.851 [Anno 2009] Mercati: Italia, Svezia [Folkets Bio]	Non risulta.	150.000
Fatti della banda della Magliana (2004)	Costantini, Daniele	88.170 (agg. 19/06/2005)	16.534 [Anni 2005] Mercati: Italia	Non risulta.	500.000
Carlo Giuliano, Ragazzo (2002)	Comencini, Francesca	71.141 (agg. 06/2002) Fonte: www.imdb.it	23.291 [Anni 2002 - 2003] Mercati: Italia, Francia	Non risulta.	N.P.
Terra di mezzo (1997)	Garrone, Matteo	48.115 [93.163.000 lire] Fonte: Dizionario del cinema italiano. I film. Vol. 6 Dal 1990 al 2000. Gremese, Roma, 2000	6.940 [Anno 1997 - 2007] Mercati: Italia	206.583 [Premio di qualità, Anno 1999]	43.899 [85.000.00 0 lire]
In un altro paese (2006)	Turco, Marco	24.582 (agg. 26/03/2006)	5.813 [Anni 2006 - 2008] Mercati: Italia	Non risulta.	N.P.
Ho ammazzato Berlusconi (2007)	Giometto, Daniele - Rossi, Gian Luca	8.586 Primo w-end Italia Fonte: www.mymovies.it	16.222 [Anno 2008] Mercati: Italia	Non risulta.	600.000 Fonte: www.cine maitaliano. info

²⁵⁶ Ogni cifra indicata è intesa in euro. Qualora la cifra si riferisse ad anni precedenti all'introduzione dell'euro, l'indicazione è stata convertita dal dato in lire. La fonte degli incassi in sala sul mercato italiano è Cinetel, tramite il sito www.cinemaitaliano.info, quando non diversamente segnalato. La fonte relativa ai costi di produzione è il sito www.imdb.it, quando non diversamente segnalato. La fonte relativa ai contributi alla produzione è la Direzione Generale per il Cinema. A riguardo, occorre precisare che i finanziamenti riportati in tabella sono intesi appunto quali contributi alla produzione e premi di qualità (restano quindi esclusi ogni altro tipo di sostegno pubblico, come i contributi alla promozione, contributi sugli incassi, così come eventuali sostegni da parte di Film Commission, Regioni, Amministrazioni comunali o fondi europei come Eurimages, che i film in questione possano aver comunque ricevuto). I dati sono disposti in ordine decrescente rispetto agli incassi ottenuti in sala, quindi di numero di biglietti venduti, quindi di costi di produzione, quindi di finanziamenti ricevuti, quindi di anno di realizzazione in ordine alfabetico.

²⁵⁷ Fonte: www.obs.coe.int.

Fantasma di Corleone, II (2004)	Amenta, Marco	7.475 Primo w-end Italia Fonte: www.mymovies.it	7.589 [Anni 2006-2007] Mercati: Italia	Non risulta.	N.P.
Sol dell'avvenire, II (2008)	Pannone, Gianfranco	5.522 (agg. 02/2009) Fonte: www.mymovies.it	N.P..	250.000 [Opere prima e seconda]	N.P.
Parole sante (2007)	Celestini, Ascanio	3.242 (agg. 02/2008) Fonte: www.mymovies.it	1.971 [Anni 2007 - 2008] Mercati: Italia	Non risulta.	N.P.
Shooting Silvio (2007)	Carboni, Berardo	1.350 Primo w-end Italia Fonte www.mymovies.it (Più di 20mila spettatori) ²⁵⁸	5.650 [Anni 2006 - 2007] Mercati: Italia	Non risulta.	390.000 Fonte: www.cine.maitaliano.info
Mio paese, II (2006)	Vicari, Daniele	1.292 Primo w-end Italia Fonte: www.mymovies.it	1.672 [Anni 2006-2008] Mercati: Italia	Non risulta.	N.P.
Pater Familias (2002)	Patierno, Francesco	N.P.	8.996 [Anni 2003 - 2007] Mercati: Italia	500.000 [Premio di Qualità, assegnato nel 2005] Fonte: Osservatorio dello Spettacolo	400.000
Zero - Inchiesta sull'11 settembre (2008)	Fracassi, Franco - Trento, Francesco	N.P.	977 [Anno 2007-2008] Mercati: Italia	Non risulta.	N.P.
E io ti seguo (2004)	Fiume, Maurizio	N.P.	932 [Anni 2004 - 2007] Mercati: Italia	Non risulta.	300.000
Fare politica, II (2005)	La Paige, Hugues	Senza distribuzione in sala in Italia	75 [Anno 2008] Mercati: Spagna [Planeta Med]	Non risulta.	N.P.
		2009 - Quando combattono gli elefanti (S. Amendola) 2008 - Alza la testa! (Mariano – Ricca – Fabricio - Baraggino) 2008 – Biutiful Cauntri (Calabria –D’Ambrosio – Ruggiero) 2008 – Diario di uno scuro (D. Barletti) 2008 – Il mio paese 2.0 (D. Vicari)			

²⁵⁸ *Shooting Silvio* è stato inserito all’interno del cosiddetto pacchetto Anica, ovvero una raccolta di film italiani che in sala hanno raccolto almeno 20mila spettatori, limite minimo richiesto per poter essere poi venduto all’emittente satellitare Sky, che è obbligato per legge a trasmettere un certo quantitativo di prodotti italiani.

Senza distribuzione in sala	2008 – Lost in election (C. Bicocchi, L. Ristori) 2008 - NaziRock - Il contagio fascista tra i giovani italiani (C. Lazzaro) 2008 - Vota Provenzano (S. Fronio) 2007 - Cecosamanca (A.A.V.V.) 2007 – Gli imbroglioni (Cremagnani – Deaglio – Oliva) 2007 - Oltre la paura - Bruno contro la mafia (A. Coletta) 2006 - Camicie verdi - Bruciare il tricolore (C. Lazzaro) 2006 - Guido Rossa che sfidò le BR (G. Ferrara) 2006 - L'udienza è aperta (V. Marra) 2006 - Politica zero (Coppola – Giommi – Piccinini) 2006 - Sessantotto – L'utopia della realtà (F. Vicentini Orgnani) 2006 - Uccidete la democrazia! - Memorandum sulle elezioni di Aprile (E. Cremagnani – B. Deaglio – R. Oliva) 2005 – Nichi (Gianluca Arcopinto) 2005 - Quando c'era Silvio (Cremagnani – Deaglio – Oliva) 2004 - Le parole del carcere. Adriano Sofri racconta (L. Ricciardi) 2004 - Lilli e il Cavaliere: 10 giorni per battere Berlusconi (C. Borelli) 2004 - Fuori fuoco - Cinema, ribelli e rivoluzionari (F. Greco - M. Montinari) 2002 - Don Vitaliano (P. Pisanelli) 2001 - Latina Littoria - Una città (G. Pannone)
-----------------------------	---

Dei film selezionati, come si diceva, solo 14 riescono a raggiungere la sala, tra cui i titoli di Fracassi, Fiume e La Paige non ottengono in realtà una vera e propria distribuzione, ma piuttosto una circolazione tramite festival, rassegne e cineforum (a ciò è ascrivibile il numero di biglietti conteggiati dall'Osservatorio Europeo sull'Audiovisivo). Fatta eccezione per i film di Erik Gandini e Matteo Garrone, che conseguono un discreto risultato al botteghino, per tutte le altre produzioni il rapporto costi-incassi è decisamente sfavorevole. Il fatto di per sé non desta sorpresa, anche perché la stessa cosa vale per buona parte dei film realizzati con budget notevolmente più alti (cfr. tab. n.1). In questi casi, però, il creare profitto non è nemmeno nelle intenzioni di chi produce e realizza. Anzi, il sostanziale pauperismo dei mezzi (come dei risultati) rappresenta per molti di questi registi, più che un limite, un valore distintivo e in certo modo qualificante del proprio lavoro. La prova provata dell'essere esterni al circuito della fruizione commerciale, quindi indipendenti da qualsiasi dinamica di potere e unicamente interessati alla diffusione del messaggio (politico, culturale) senza

scopo di lucro alcuno. Si agisce (apparentemente) non per soldi, ma per informare, per sensibilizzare. Se poi i soldi arrivano, come nel caso di *Videocracy*, tanto meglio.

Rispetto a quest'ultimo film, tra l'altro, va sottolineato il fatto che non si tratta di una produzione italiana (sul piano dei finanziamenti è una realizzazione che vede coinvolte Svezia, Finlandia e Danimarca), ma è stato ugualmente preso in considerazione per la nazionalità del regista (Gandini è bergamasco espatriato in Svezia), per l'argomento trattato (un *pamphlet* sull'influenza dei messaggi della televisione commerciale sulla popolazione italiana, quindi sull'impero mediatico di Silvio Berlusconi) e per il richiamo di pubblico che ha ottenuto in Italia (guadagna al *box office* 857.657 euro, a fronte di una spesa dichiarata di 150mila euro, battendo un *colossal* come *Barbarossa* di Enzo Martinelli, che ottiene 835.469 euro, ma spende oltre 30milioni di euro).²⁵⁹ Unico tra i titoli in elenco a rappresentare un vero successo sotto il profilo commerciale (Garrone lo è in relazione all'investimento effettuato, che è molto ridotto), il film deve questo risultato anche all'attenzione che gli è stata riservata dai giornali per la sua partecipazione al Festival di Venezia nel 2009, e poi in seguito al rifiuto delle reti Mediaset e Rai a diffondere il *trailer* promozionale del film.²⁶⁰ Ma si

²⁵⁹ Tale risultato, in oltre, è stato ottenuto con una distribuzione relativamente ridotta, ovvero in sole 70 sale in tutto il territorio italiano. Va aggiunto, a riguardo, che il fenomeno "Berlusconi" ha ovviamente attirato le attenzioni anche di registi e produttori esteri, che hanno dato vita a svariati film sul tema. Tra questi, citiamo i casi più noti tra cui: *Citizen Berlusconi (il presidente e la stampa)*, documentario tv del 2003 realizzato dall'italiano Andrea Cairola con Susan Gray, andato in onda sul programma statunitense *Wide Angle*, quindi trasmesso in televisione in Francia, Germania e Svizzera. In Italia è circolato in sala tramite cineforum e rade proiezioni in sale d'essai, ma avuto una circolazione virale invece tramite internet; *ByeBye Berlusconi!* (2006), commedia satirico-grottesca del tedesco Jan Henrik Stahlberg, distribuito solo in Germania.

²⁶⁰ Racconta infatti Domenica Procacci, distributore della pellicola in Italia con Fandango, ad un giornalista della *Repubblica*: «"Come sempre abbiamo mandato i trailer all'AnicaAgis che gestisce gli spazi che la Rai dedica alla promozione del cinema. La risposta è stata che la Rai non avrebbe mai trasmesso i nostri spot perché secondo loro, parrà surreale, si tratta di un messaggio politico, non di un film" [...]. Netto rifiuto anche da parte di Mediaset, in questo caso con una comunicazione verbale da Publitalia. "Ci hanno detto che secondo loro film e trailer sono un attacco al sistema tv commerciale, quindi non ritenevano opportuno mandarlo in onda proprio sulle reti Mediaset"». (Articolo visibile on line al sito: www.repubblica.it/2009/08/sezioni/politica/rai-videocracy/rai-videocracy/rai-videocracy.html). Il rifiuto della Rai ha quindi alzato il volano agli esponenti dell'opposizione, tra cui Dario Franceschini del PD che ha

tratta, per l'appunto, di un'eccezione. Per i restanti film in elenco non c'è necessità di batter cassa, perché lo scopo è un altro. Fare del prodotto cinematografico uno strumento per smuovere le coscienze. E se questo avviene, basta da solo a ripagare ogni sforzo.

5.1 La produzione.

Come si è detto nel precedente capitolo, benché il mercato della sala non sia più quello che garantisce gli introiti maggiori, resta pur sempre il volano per tutti i guadagni successivi. Un film che salta a piè pari la distribuzione in sala, quindi, anche se risparmierà notevolmente su tutti i costi collegati, di fatto non potrà sperare in grandi ricavi. Tutt'al più potrà augurarsi di rientrare dei costi sostenuti, ma difficilmente qualcosa di più (con, ovviamente, le dovute eccezioni di cui sopra). Questo significa che la maggior parte dei film citati nella tabella precedente viene prodotta senza che ci sia alcuna intenzione di ottenere profitto. Ma perché produrre film che non guadagnano? E chi sono queste persone disposte a investire tempo, risorse ed energie (apparentemente) a fondo perduto? Come e dove raccolgono i finanziamenti utili al loro lavoro? Bisogna infatti sottolineare che questo tipo di produzioni raramente riescono ad ottenere finanziamenti ministeriali come avviene per le produzioni più "ricche" (il più delle volte, quando presenti, i contributi statali sono stanziati tramite *film commission*, che sono comprensibilmente cifre più ridotte). Confrontando i dati riportati in tabella si può notare che per quanto riguarda i contributi ministeriali, se si escludono i premi di qualità che sono assegnazioni successive, sono solo due le produzioni in grado di ottenere un appoggio dal Ministero, vale a dire Gianfranco Pannone per *Il sol dell'avvenire* (250mila euro) e Simone Amendola per *Quando combattono gli elefanti* (100mila euro). In tutti gli altri casi i fondi

dichiarato il proprio dissenso e inserito all'interno della homepage del proprio sito un *link* al *trailer* del film.

provengono da privati o da associazioni, enti e fondazioni che hanno ben chiaro di investire in operazioni che non garantiranno alcun rientro in termini economici. Nonostante questo, però, tali produzioni non accennano a diminuire ed, anzi, si può dire che negli ultimi anni siano addirittura incrementate. Ma vediamo nello specifico di quali società di tratta:

TABELLA n. 10: Società di produzione.

Film	Regia	Società italiane in coproduzione o collaborazione	Società estere in coproduzione o collaborazione
Videocracy (2009) Coproduzione Svezia – Finlandia – Danimarca	Gandini, Erik	---	- ATMO AB - ZENTROPA - ENTERTAINMENT SVT - BBC4 STORYVILLE (coll.) - DANISH BROADCASTING CORPORATION (coll.) - YLE COPRODUCTIONS (coll.)
Quando combattono gli elefanti - The working class no longer goes to haven (2009)	Amendola, Simone	- THE BOTTOM LINE	---
Zero - Inchiesta sull'11 settembre (2008)	Fracassi, Franco - Trento, Francesco	- TPF TELEMACO - MEGACHIP (coprod.) - XTEND ITALIA SPA (coprod.)	---
Vota Provenzano! (2008)	Fronio, Salvatore	- ELENA BERNARDI PRODUZIONI	---
Sol dell'avvenire, II (2008)	Pannone, Gianfranco	- BLUE FILM	---
NaziRock - Il contagio fascista tra i giovani italiani (2008)	Lazzaro, Claudio	- NOBU PRODUCTIONS	---

Mio paese 2.0, II (2008)	Vicari, Daniele	- THEBLOGTV - VIVO FILM (coprod.)	---
Lost in election (2008)	Biocchi, Clemente - Ristori, Lapo	- ASSOCIAZIONE CULTURALE LA ZONA - MEDiateca REGIONALE (coprod.)	---
Diario di uno scuro (2008)	Barletti, Davide	- FLUID VIDEO CREW - CITRULLO INTERNATIONAL (coprod.) - LA SARRAZ PICTURES S.R.L. (coprod.)	- FOX CHANNELS ITALY (coll.)
Biutiful Cauntri (2008)	Calabria, Esmeralda - D'Ambrosio, Andrea - Ruggiero, Peppe	- LUMIERE & CO.	---
Alza la testa! (2008)	Mariano, Elia- Ricca, Piero - Fabricio, Diego - Baraggino, Franz	- CHIARELETTERE	---
Shooting Silvio (2007)	Carboni, Berardo	- MORK E BERRY PRODUZIONI CINEMATOGRAFICHE - KUBLA KHAN (coprod.)	---
Parole sante (2007)	Celestini, Ascanio	- FANDANGO	---
Oltre la paura - Bruno contro la mafia (2007)	Coletta, Alberto	- EIE - INTERMEDIA (coprod.)	---
Imbroglioni, Gli (2007)	Cremagnani, Enrico - Deaglio, Beppe - Oliva, Ruben	<i>Autoprodotto</i>	---
Ho ammazzato Berlusconi (2007)	Giometto, Daniele - Rossi, Gian Luca	- COLLEPARDO FILM	---
Cecosamanca (2007)	AA.VV.	- ESKIMOSA - RAI CINEMA (coll.)	---
Udienza è aperta, L' (2006)	Marra, Vincenzo	<i>Autoprodotto</i> - RAI CINEMA (coll.)	---
Uccidete la democrazia! - Memorandum sulle elezioni di Aprile (2006)	Cremagnani, Beppe - Deaglio, Enrico - Oliva, Ruben	- LUBEN PRODUCTION	---

Sessantotto – L'utopia della realtà (2006)	Vicentini Orgnani, Ferdinando	- ISTITUTO LUCE	---
Politica zero (2006)	Coppola, Massimo - Giommi, Giovanna - Piccinini, Alberto	- MTV Italia	---
Mio paese, II (2006)	Vicari, Daniele	- VIVO FILM - RAI CINEMA (coll.)	---
In un altro paese (2006)	Turco, Marco	- DOCLAB - RAI TRE (coll.)	- FRANCE 2 CINÉMA (coll.) - ARTLINE FILMS (coll.) - BBC (coll.) - YLE TEEMA (coll.) - SVERIGES TELEVISION (coll.) - SBS TV AUSTRALIA (coll.)
Guido Rossa che sfidò le BR (2006)	Ferrara, Giuseppe	- PIANETA SPETTACOLO	---
Camicie verdi - Bruciare il tricolore (2006)	Lazzaro, Claudio	- NOBU PRODUCTIONS - PALOMAR (coprod.)	---
Fare politica, II (2005)	La Paige, Hugues	---	- LAPSUS - ARTE CINEMA - DÉRIVES - RTBF
Nichi (2005)	Arcopinto, Gianluca	- LA FABBRICHETTA	---
Quando c'era Silvio (2005)	Cremagnani, Enrico - Deaglio, Beppe - Oliva, Ruben	- LUBEN PRODUCTION	---
Parole del carcere. Adriano Sofri racconta, Le (2004)	Ricciardi, Luca	- VALTER CASINI EDIORE - AAMOD (coll.)	---
Lilli e il Cavaliere: 10 giorni per battere Berlusconi (2004)	Borelli, Caterina	- ANONYMOUS PRODUCTIONS	---
Fuori Fuoco - Cinema, Ribelli e Rivoluzionari (2004)	Greco, Federico - Montinari, Mazzino	- FLYING PADRE PRODUCTIONS	---

Fatti della banda della Magliana (2004)	Costantini, Daniele	- ISTITUTO LUCE - GOODTIME ENTERPRISE (coprod.)	---
Fantasma di Corleone, II (2004) Coproduzione Italia - Francia	Amenta, Marco	- EUROFILM - MEDITERRANEA FILM	- ARTE CINEMA (coprod.) - ARBEITSGEMEINSCHAFT DER (coll.) - RUNDFUNKANSTALTEN DEUTSCHLANDS (coll.)
E io ti seguo (2004)	Fiume, Maurizio	- ICAROWEBFILM	---
Pater Familias (2002)	Patierno, Francesco	- ALHAMBRA FACTORY - KUBLA KHAN (coprod.)	---
Don Vitaliano (2002)	Pisanelli, Paolo	- BIG SUR - FANDANGO (coprod.) - INDIGO FILM (coprod.)	---
Carlo Giuliano, Ragazzo (2002)	Comencini, Francesca	- LUNA ROSSA CINEMATOGRAFICA	---
Latina Littoria - Una città (2001) Coproduzione Italia - Francia	Pannone, Gianfranco	- FANDANGO	- TELE + (coll.) - LES FILMS D'ICI (coprod.) - HYSTERIA FILM (coprod.)
Terra di mezzo (1997)	Garrone, Matteo	- ARCHIMEDE	---

Tra le società coinvolte in questo tipo di produzioni ne ritroviamo alcune tutt'altro che avulse dal concetto di profitto e, come si è già avuto modo di analizzare, ben in grado di perseguire positive politiche imprenditoriali. Ci riferiamo nella fattispecie alla casa di produzione Fandango, che finanzia direttamente due documentari (*Latina Littoria* di Pannone e *Parole sante* di Celestini), co-produce il film di Pisanelli *Don Vitaliano* e distribuisce *Videocracy* di Erik Gandini e *In un altro paese* di Marco Turco. A questo punto verrebbe da chiedersi per quale motivo la Fandango, che conosce bene le

dinamiche del mercato cinematografico e sa come inserirsi in esso in modo efficace, decida di investire anche in un settore come quello della documentaristica, i cui prodotti sono tra i più difficili da commercializzare (la società ha finora prodotto e distribuito più di una quarantina di documentari, su un totale di 173 film). La risposta è banale e si può riassumere in una sola parola: qualità. Il documentario è di per se stesso un prodotto che si iscrive nel campo dell'impegno sociale, dal consumo elitario, adatto a persone intellettualmente attive e moralmente coinvolte, quindi è un prodotto, per l'appunto, di qualità. La scelta della Fandango di investire anche in questo tipo di produzioni, quindi, oltre ad essere sostanziata da motivi riconducibili agli interessi personali del fondatore della società (il pragmatismo di questa ricerca non deve portare a un eccesso di cinismo) il quale intende promuovere anche una cinematografia a suo avviso "utile", ovvero interessata al sociale, nonostante le difficoltà economiche che tale intento inevitabilmente comporta, è però anche un ottimo modo per qualificare ulteriormente l'immagine della *factory* Fandango, un modo per rafforzare il proprio marchio, trattandosi pur sempre di una casa che fa della qualità dei propri prodotti (anche e soprattutto a livello dei contenuti) un elemento fondante. Tutto ciò in perfetta linea con la politica editoriale del gruppo (cfr. 4.1.3).

Benché i prodotti in questione non riescano a raggiungere incassi di un certo interesse (sotto il profilo economico, s'intende), escluso il caso di *Videocracy* e di poche altre eccezioni che pure testimoniano di un rinnovato interesse del pubblico meno cinefilo verso un certo modo di documentare la realtà (il già citato esempio di Michael Moore ed epigoni), si tratta comunque di un capitale che non viene investito "a fondo perduto", ma piuttosto rientra nelle strategie di promozione del *brand*. Fandango è anche documentari (e documentari spesso innovativi per temi e linguaggi), quindi Fandango è qualità. Lo stesso si potrebbe dire per la Indigo Film, che è però presente solo in un caso (co-

produce il film di Pisanelli) e compare comunque al fianco della più influente casa di produzione di Procacci.

Per quanto riguarda gli altri nomi noti, invece, è da sottolineare la totale sparizione di Medusa, mentre troviamo la Rai, presente come Rai Cinema e Rai Tre, al fianco di quattro produzioni (*Il mio paese* di Daniele Vicari, *L'udienza è aperta* di Vincenzo Marra, il film collettivo *Cecosamanca* e *In un altro paese* di Marco Turco). Ovviamente, è presente anche l'Istituto Luce, istituzione pubblica che tra i suoi principali obiettivi ha anche quello di promuovere e supportare quei progetti cinematografici di difficile commercializzazione come i documentari: produce e distribuisce *Sessantotto – L'utopia della realtà* di Ferdinando Vicentini Orgnani e il film di Daniele Costantini *Fatti della banda della Magliana*, mentre distribuisce *Pater Familias* di Francesco Patierno.

Infine, troviamo ancora la *Archimede* di Matteo Garrone, società da lui stesso fondata proprio per la realizzazione del suo primo lungometraggio, *Terra di mezzo*, esempio di quella tipologia di produzioni legate all'attività di registi emergenti che però, invece di venire dismessa con l'affermarsi del suo fondatore come spesso accade, è tuttora attiva nella promozione di nuovi talenti, cosa che invece non avviene nella maggior parte delle altre società qui riportate, molto meno note e anche molto meno specializzate nell'ambito della produzione cinematografica.

TABELLA n. 11: Analisi delle case di produzione italiane.²⁶¹

Società	Proprietà	Anno	Note relative alla società di produzione o ai titolari della casa di produzione
Aamod - Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico (Roma)	Fondazione e Archivio	1979	Primo presidente: Cesare Zavattini fino al 1989. Attuale presidente: Mimmo Calopresti. Ha prodotto film di Ugo Gregoretti (<i>Apollon: una fabbrica occupata, Il Contratto</i>), di Guido Chiesa (<i>Il miracolo economico</i>), di Gianfranco Pannone (<i>Ombre del sud, Sirena operaia</i>), Mimmo Calopresti (<i>Pane pace libertà</i>).
Alhambra Factory (Roma)	Claudio Bonivento (responsabile) Luca Cambi, Francesco Patierno	1998	Luca Cambi (Roma, 1964) ha lavorato in qualità di produttore con la società di sua proprietà BLU FILM SNC realizzando spot pubblicitari e documentari industriali. Dal 1993 al 1998 lavora per le società FILM MASTER e LINKAGE. Nell'ottobre 1998 apre l'ALHAMBRA FACTORY, di cui è produttore per tutte le attività di produzione e distribuzione dal 1998 ad oggi. Francesco Patierno (Napoli, 1964) dopo un'esperienza come architetto e scenografo, dal 1990 si dedica alla regia e alla videografica, divenendo direttore creativo della ROMA ITALY COMMUNICATION. Dal 1993 collabora con la RAI. Claudio Bonivento (Faggeto Lario, 1950) lavora per alcuni anni alla NUMERO UNO, casa discografica di Lucio Battisti e Mogol. Entra a Telemontecarlo in qualità di Direttore Responsabile dei programmi. Nel 1977 inizia l'attività imprenditoriale in proprio realizzando produzioni teatrali, televisive e cinematografiche. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2003 - <i>Pater Familias</i> (Francesco Patierno)
Anonymous productions (Italia – Usa)	Caterina Borelli	1999	Società della regista e produttrice indipendente Caterina Borelli. Nel 1980 si è trasferita a New York, dove vive attualmente. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2004 - <i>Lilli e il Cavaliere: 10 giorni per Battere Berlusconi</i> (Caterina Borelli)
Big sur (Lecce)	Paolo Pisanelli	1998	Società di produzione del regista Paolo Pisanelli (laureato in architettura e specializzato in fotografia – CSC), di cui è tra i soci fondatori. Dal 2004 è responsabile del Laboratorio Cinema del Centro Diurno di via Montesanto a Roma. E' direttore artistico di Cinema del reale, festa di autori e opere audiovisive che si svolge ogni anno nel Salento.

²⁶¹ Dati e informazioni sono stati raccolti tramite una pluralità di fonti: siti internet ufficiali delle specifiche case di produzione, portali internet dedicati al cinema (www.mymovies.it, www.cinemaitaliano.info, ecc), wikipedia e i rapporti 2008 e 2009 redatti dalla Fondazione Ente per lo Spettacolo – Cineconomy.

			<p>BIG SUR dal 1998 ha realizzato campagne pubblicitarie, progetti grafici e di immagine coordinata, per enti, istituzioni, aziende, associazioni e case di produzione cinematografiche.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2002 - <i>Don Vitaliano</i> (Paolo Pisanelli)</p>
Blue film (Roma)	Alessandro Bonifazi Bruno Tribbioli	2001	<p>La linea editoriale di BLUE FILM mira alla realizzazione di opere di giovani autori indipendenti, privilegiando lo sviluppo di progetti con produzioni internazionali.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Il sol dell'avvenire</i> (Gianfranco Pannone)</p>
Chiarelettere (Milano)	Direttore e fondatore: Lorenzo Fazio	2007	<p>Editore multimediale indipendente fondato da Lorenzo Fazio, incentrata sulla produzione di libri di inchiesta. Produce e distribuisce in formato DVD prodotti audiovisivi affini al progetto editoriale della casa (video-inchieste, documentari, docufiction).</p> <p>Lorenzo Fazio, 52 anni di origini genovesi, è stato direttore della Bur e dirigente Einaudi, prima di fondare Chiarelettere.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2010 - <i>Ai confini del mondo</i>. (Giorgio Fornoni) 2010 - <i>La strada di Levi</i> (Davide Ferrario, Marco Belpoliti, Andrea Cortellessa) 2009 - <i>Miss Little China</i> (Riccardo Cremona, Vincenzo de Cecco, Raffaele Oriani, Riccardo Staglianò) 2009 - <i>Il Sol dell'Avvenire</i> (Giovanni Fasanella, Gianfranco Pannone) 2008 - <i>Alza la testa!</i> (Piero Ricca)</p>
Citrullo International (Roma)	Gerardo Panichini, Luciano Barcaroli, Carlo Hintermann, Daniele Villa	2001	<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Diario di uno Scuro</i> (Davide Barletti)</p>
Colleparado Film (Roma)	Caterina Rogani	2007	<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2007 - <i>Ho Ammazzato Berlusconi</i> (Daniele Giometto, Gianluca Rossi)</p>
Doclab (Roma)	Marco Visalberghi	1999	<p>Società specializzata nella produzione di documentari storici, scientifici e naturalistici per il mercato televisivo nazionale ed internazionale.</p> <p>Marco Visalberghi, regista e produttore, è da sempre impegnato nel sostegno e nella promozione del documentario italiano.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2005 - <i>In un altro Paese</i> (Marco Turco) 2001 - <i>Venezia la città che affonda</i> (Gianfranco Pannone, Marco Visalberghi)</p>

Eie - Intermedia (Torino)	Paolo Pallavidino	2007	Entrambe società fondate da Paolo Pallavidino. Producono e sviluppano film documentari e organizza eventi culturali legati al cinema del reale. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2007 - <i>Oltre la paura, Bruno contro la mafia</i> (Alberto Coletta)
Elena Bernardi Produzioni (Firenze)	Elena Bernardi	2008	Società di produzione di Elena Bernardi (Lonigo, 1966), produttrice attiva dal 1994 nella comunicazione con Istituti Finanziari, Banche, Istituzioni Culturali in Italia e all'estero. Dal 2006 intraprende la sua prima produzione documentaria. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2008 - <i>Vota Provenzano</i> (Salvatore Fronio)
Eskimosa (Milano)	Gruppo Feltrinelli Direttore: Carlo Cresto-Dina	2004	Società di produzione e distribuzione cinematografica del gruppo Feltrinelli. Carlo Cresto-Dina dal 1998 al 2003 ha lavorato con la casa di produzione Fandango, occupandosi del settore documentari e cortometraggi. Ha ideato e diretto le collane <i>Real Cinema</i> e <i>Le Nuvole</i> pubblicate da Giangiacomo Feltrinelli Editore. Ha fondato la casa di produzione bolognese TEMPESTA nel 2008. ESKIMOSA cura ed edita anche due collane di cinema (DVD + libro) pubblicate da Feltrinelli e distribuite in tutte le librerie italiane. <i>Feltrinelli Real Cinema</i> , è una collana di documentari e cinema politico. <i>Le Nuvole</i> è una collana di cinema d'autore. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2010 - <i>Noi credevamo</i> di Mario Martone 2008 - <i>L'Italia di mio padre – Armando e la politica</i> (Chiara Malta) 2007 - <i>La fune sull'acqua</i> (Domenico Distilo) 2006 - <i>Checosamanca</i> (Andrea D'Ambrosio, Enrico Cerasuolo, Andrea Segre, Francesco Cressati, Martina Parenti, Nicola Zucchi, Marco Berrini, Sergio Fergnachino, Chiara Bellosi, Alice Rohrwacher) 2006 - <i>Feltrinelli</i> (Alessandro Rossetto)
Eurofilm (Roma)	Simonetta Amenta Marco Amenta	2003	Società di produzione del regista Marco Amenta (Palermo, 1970). Nel 1995, crea la società francese ODISSEA, con la quale dirige e produce il film <i>Diario di una siciliana ribelle</i> . Con Ugo Pirro e Sergio Donati ha scritto la sceneggiatura di <i>C'era una volta in Sicilia</i> . Ha scritto e diretto la docu-fiction <i>Il fantasma di Corleone</i> , in coproduzione con la tv francese Arte. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2010 - <i>Nato sotto un altro cielo</i> (Roberto Magnini) 2008- <i>La siciliana ribelle</i> (Marco Amenta) 2004 - <i>Il fantasma di Corleone</i> (Marco Amenta)

Fluid Video Crew (Roma)	Davide Barletti, Lorenzo Conte, Edoardo Cicchetti, Mario Mariani	2008	<p>Collettivo audiovisivi indipendente.</p> <p>Davide Barletti (Lecce 1972), Edoardo Cicchetti (Roma 1972) e Lorenzo Conte (Roma 1974) insieme a Mattia Mariani, sono i fondatori della società.</p> <p>Nel 2003 con <i>Italian Sud-Est</i> il loro primo lungometraggio partecipano al Festival di Venezia e nello stesso anno il film esce in 35mm in tutte le sale cinematografiche nazionali. Nel 2008 esce il loro secondo lungometraggio per il cinema, distribuito dalla Mikado Film <i>Fine Pena Mai</i>.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Diario di uno Scuro</i> (Davide Barletti) 2008 - <i>Fine Pena Mai</i> (Davide Barletti, Lorenzo Conte) 2003 - <i>Italian Sud-Est</i> (Davide Barletti)</p>
Flying Padre Productions (Roma)	Federico Greco	2000	<p>Società di produzione del regista e critico Federico Greco (Roma, 1969).</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2004 - <i>Fuori Fuoco - Cinema, Ribelli e Rivoluzionari</i> (Federico Greco, Mazzino Montinari)</p>
Goodtime Enterprise (Roma)	Gabriella Buontempo (moglie del deputato Italo Bocchino), Massimo Martino, Silvana Spina	1990	<p>Casa di produzione in prevalenza di <i>fiction</i> e programmi televisivi.</p> <p>Per il cinema, ha prodotto:</p> <p>2007 - <i>Amore che vieni, amore che vai</i> (Daniele Costantini) 2004 - <i>Fatti della banda della Magliana</i> (Daniele Costantini) 2005 - <i>Un destino ridicolo</i> (Grimaldi Antonio Luigi) 1996 - <i>Baruffino buffone</i> (Vancini Florestano) 1995 - <i>La bruttina stagionata</i> (Di Francisca Anna)</p>
Kubla Khan (Roma)	Umberto Massa	1997	<p>Società di produzione cinematografica indipendente.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2006 - <i>Shooting Silvio</i> (Berardo Carboni) 2002 - <i>Pater Familias</i> (Francesco Patierno) 2000 - <i>Chiedimi se sono felice</i> (Massimo Venier, Aldo Baglio, Giovanni Storti, Giacomo Poretti) 2000 - <i>La capagira</i> (Alessandro Piva) 2000 - <i>Si fa presto a dire amore</i> (Enrico Brignano)</p>
La fabbrichetta (Roma)	Gianluca Arcopinto	2004	<p>Società del produttore Gianluca Arcopinto.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>Film prodotti:</p> <p>2010 - <i>Indesiderabili</i> di Chiara Cremaschi 2008 - <i>Sonetáula</i> di Salvatore Mereu 2005 - <i>Nichi</i> di Gianluca Arcopinto</p>
La Sarraz Pictures (Torino)	Alessandro Borrelli	2004	<p>Nel 1996 da Alessandro Borrelli, sceneggiatore e regista, fonda <i>La Sarraz Cinematografica</i>, fondata, con la quale produce tutti i suoi film. Nel 2004 si trasforma in LA SARRAZ PICTURES, con l'entrata di nuovi soci ed inizia a sviluppare nuovi</p>

			<p>soggetti per film documentari.</p> <p>Nel 2008 la società opera un aumento di capitale e inizia ad affiancare alla produzione documentaria, progetto doc@lasarraz , lo sviluppo di “opere prime per il cinema” con il progetto Discovering talents.</p> <p>A partire dal 2010 inizia il progetto di distribuzione cinematografica Cinema DOC</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2009 - <i>Giallo a Milano</i> (Sergio Basso) 2008 - <i>Diario di uno Scuro</i> (Davide Barletti)</p>
Luben Production (Milano)	Beppe Cremagnani, Enrico Deaglio, Luca Formenton	2005	<p>Casa di produzione di inchieste giornalistiche.</p> <p>Luca Formenton (Milano, 1953) è presidente del gruppo editoriale il Saggiatore, che comprende anche i marchi Marco Tropea, Net e Isbn Edizioni, e vicepresidente della Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, un’istituzione che, oltre al lavoro di salvaguardia del patrimonio editoriale italiano, si occupa di studi e ricerche sulla cultura editoriale. Nel 1996 ha fondato con Enrico Deaglio il settimanale «Diario». n precedenza, è stato vicepresidente della Arnoldo Mondadori Editore e insieme a Pietro Valsecchi con la società Taodue ha svolto l’attività di produttore cinematografico realizzando film di impegno civile come <i>Un eroe borghese</i> (1994) di Michele Placido e <i>Testimone a rischio</i> (1997) di Pasquale Pozzessere.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2006 - <i>Uccidete la Democrazia!</i> (Ruben H. Oliva) 2005 - <i>Quando c’era Silvio</i> (Ruben H. Oliva)</p>
Lumière & Co. (Milano)	Lionello Cerri	1994	<p>Lionello Cerri ha fondato nel 1979 l’Anteo di Milano insieme ad alcuni altri soci (ora Anteo Spaziocinema). Ha rilevato tutti i cinema di Monza e ora li gestisce. Dal 2000 al 2002 è AD di ALBACHIARA, società di produzione cinematografica creata da Lumiere&Co., Mikado e De Agostini. Dal 2002 è tornato alla sola Lumiere&Co.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2010 - <i>Cosa voglio di più</i> (Silvio Soldini) 2007 - <i>Biùtiful Cauntri</i> (Esmeralda Calabria, Andrea D’Ambrosio, Giuseppe Ruggiero) 2007- <i>Giorni e Nuvole</i> (Silvio Soldini) 2007- <i>Un piede in terra e l’altro in mare</i> (Silvio Soldini) 2006 - <i>Quale amore</i> (Maurizio Sciarra) 2004 - <i>Agata e la tempesta</i> (Silvio Soldini)</p>
Luna Rossa Cinematografica (Roma)	Mauro Berardi	2000	<p>Produttore impegnato nella produzione di pellicole di impegno civile, si è occupato anche della Fondazione “Cinema nel presente”, costituita con Stefania Brai, Citto Maselli, Gillo Pontecorvo, Ettore Scola, Mario Monicelli, Wilma Labate, Pasquale Scimeca e molti altri registi e documentaristi italiani. Ha prodotto anche <i>Non ci resta che piangere</i> (1984) di Benigni e Troisi; <i>Il caso Moro</i> (1986) di Giuseppe Ferrara; <i>Il piccolo diavolo</i> (1988) di Roberto Benigni; <i>Cavalli si nasce</i></p>

			(1989) e <i>Non chiamarmi Omar</i> (1992) di Sergio Staino. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 - <i>Le rose del deserto</i> (Mario Monicelli) 2002 - <i>Carlo Giuliani, ragazzo</i> (Francesca Comencini)
Megachip – Democrazia nella comunicazione (Roma)	Associazione Presidente: Giulietto Chiesa (sciolta nel 2010 e confluita nel laboratorio “Alternativa”)	2002	Associazione che aveva come scopo una mobilitazione permanente sul tema della comunicazione, considerata come elemento cruciale per il destino della democrazia. Il presidente dell’associazione è stato Giulietto Chiesa, giornalista ed ex-deputato al Parlamento europeo. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2007 - <i>Zero, Inchiesta sull’11 Settembre</i> (F. Fracassi - F. Trento)
Mork e Berry Produzioni Cinematografiche (Foggia)	Berardo Carboni	N.P.	Società del regista Berardo Carboni. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2007 – <i>Shooting Silvio</i> (B. Carboni)
Nobu Productions	Claudio Lazzaro	N.P.	Società del regista Claudio Lazzaro. Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2008 - <i>NaziRock - Il contagio fascista tra i giovani italiani</i> (Claudio Lazzaro) 2006 - <i>Camicie verdi. Bruciare il tricolore</i> (Claudio Lazzaro)
Palomar (Roma)	Carlo Degli Esposti	1986	La PALOMAR è una società di produzione televisiva e cinematografica fondata da Carlo Degli Esposti (sue le serie tv <i>Perlasca</i> , <i>Gino Bartali</i> , <i>Giovanni Falcone</i> e <i>Montalbano</i>). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2006 - <i>Camicie verdi. Bruciare il tricolore</i> (Claudio Lazzaro) 2001 - <i>Pier Paolo Pasolini e la Ragione di un sogno</i> (Laura Betti)
The Bottom Line (Roma)	Sergio Pelone	1999	Sergio Pelone è co-produttore di diversi film di Marco Bellocchio (<i>L’ora di religione</i> , <i>Buongiorno, notte</i> , <i>Il regista di matrimoni</i>) e di Simone Amendola (Roma, 1975). Tra i film prodotti o coprodotti dalla società: 2010 - <i>Gorbaciov - il cassiere col vizio del gioco</i> (Stefano Incerti) 2009 - <i>Quando combattono gli elefanti</i> (Simone Amendola)
Tpf Telemaco (Roma)	Franco Fracassi	N.P.	Franco Fracassi è un giornalista d’inchiesta che ha iniziato la professione di reporter a fine anni ’80. Ha scritto libri d’inchiesta sull’internazionale nera (<i>Quarto Reich</i>), sull’assassinio in Somalia dei giornalisti Rai Iaria Alpi e Miran Hrovatin (<i>Iaria Alpi</i>), sul saccheggio della Russia da parte del potere del presidente Boris Eltsin e della mafia (<i>Russiagate</i>) e sulla bomba nucleare iraniana (<i>La bomba di Allah</i>).

			<p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2010 - <i>Le dame e il Cavaliere</i> (F. Fracassi) 2010 - <i>Sangue e cemento</i> (Gruppo Zero) 2008 - <i>Zero - inchiesta sull'11 settembre</i> (F. Fracassi - F. Trento)</p>
Valter Casini Editore (Roma)	Valer Casini	2001	<p>Nel primo periodo di attività (2001-2007) l'attività della casa editrice è stata caratterizzata soprattutto dalla pubblicazione di DVD e di molte opere della letteratura francese contemporanea. Dal 2007 la direzione della casa editrice è passata a Joe Casini, il quale ha spostato l'attenzione della casa editrice maggiormente su mainstream e narrativa di genere.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2004 - <i>Le parole dal carcere</i>. Adriano Sofri racconta (Luca Ricciardi) 2002 - <i>Sono stato negro pure io</i> (Giobbe Covatta)</p>
Vivo Film (Roma)	Gregorio Paonessa, Fabrizio Grosoli, Marta Donzelli	2004	<p>VIVO FILM è una casa di produzione indipendente di documentari d'autore, fondata nel 2004 da Gregorio Paonessa e Marta Donzelli. Accanto all'attività di produzione, VIVO FILM è impegnata nella distribuzione sul mercato italiano di opere di qualità italiane e straniere.</p> <p>Tra i film prodotti o coprodotti dalla società:</p> <p>2008 - <i>Il mio paese 2.0</i> (Daniele Vicari) - in collaborazione 2008 - <i>Armando e la politica</i> (Chiara Malta) 2006 - <i>Il mio paese</i> (Daniele Vicari)</p>

Se si considerano le macro-tipologie già adottate in precedenza, si noterà che la vera differenza in questo caso consiste nella presenza di soggetti che solitamente non compaiono nel settore della produzione cinematografica, ma che fanno comunque riferimento ai settori della promozione culturale e, soprattutto, dell'attivismo politico. Volendo ancora una volta riferirci a uno schema classificatorio, potremmo distinguere tra:

- Società riferibili a uno specifico regista;
- Società cinematografiche propriamente dette;
- Piccole società satellite;
- Associazioni, fondazioni e società di produzione multimediale;

Com'era ovvio aspettarsi, il numero di società fondate da un singolo regista per la realizzazione delle sue opere cresce considerevolmente. Trattandosi infatti di produzioni «low budget», è evidente che l'unico modo per raccogliere fondi e finanziamenti per i propri progetti è quello di costituirsi come società di produzione, ovvero di rendersi autonomi. Troviamo così ben 12 società di questo tipo, alcune delle quali non si limitano alla sola realizzazione dei film di chi le ha create, ma riescono anche a finanziare progetti altrui e, soprattutto, a muoversi in altri ambiti come quello della produzione di spot pubblicitari per aziende. E' il caso della piccola Big Sur di Paolo Pisanelli, regista salentino che proprio a Lecce ha fondato la sua società di produzione, ma anche della Alhambra Factory, creata a Roma dal regista Francesco Patierno insieme a Luca Cambi e Claudio Bonivento, attiva anche sul fronte della distribuzione, e ancora della Eurofilm di Simonetta e Marco Amenta, autore della docu-fiction *Il fantasma di Corleone* (2004) e dell'acclamato *La siciliana ribelle* (2008). Con due sole produzioni all'attivo troviamo invece la Mork e Berry Produzioni Cinematografiche, società creata dal pescarese Berardo Carboni per realizzare il suo primo lungometraggio, *Shooting Silvio* (2006), incentrato sulla figura di un giovane e benestante attivista anti-berlusconiano, Kurtz (dal protagonista di *Cuore di tenebra* di Joseph Conrad), e il suo progetto di assassinare Silvio Berlusconi. Il film, distribuito al cinema grazie a una sottoscrizione popolare promossa da Cinedance (società legata anch'essa al regista), è stato poi acquisito dalla 20th Century Fox per la distribuzione *home video* e da Sky per la *pay-tv*, che ne ha però sospeso la trasmissione dichiarando una scarsa performance del titolo (la decisione è stata però taciata di censura, subentrando al seguito della forte reazione di protesta suscitata da esponenti politici legati a Forza Italia, che hanno condannato il film per i toni violenti e l'incitamento al terrorismo).²⁶²

²⁶² Cfr. <http://www.repubblica.it/2009/04/sezioni/politica/shooting-silvio/shooting-cancellata-replica/shooting-cancellata-replica.html>. A riguardo, inoltre, i responsabili della programmazione di Sky Cinema hanno dichiarato di aver tentato di non trasmettere il film,

Interamente dedicate alla produzione di documentari, invece, le altre società riconducibili a questa tipologia, vale a dire le due case torinesi Eie ed Intermedia, entrambe fondate da Paolo Pallavidino, regista attivo anche nell'organizzazione di eventi culturali legati al cinema del reale, la Doclab di Marco Visalberghi e la Sarraz Pictures di Alessandro Borrelli. Nata invece dall'intraprendenza di Elena Bernardi, professionista del settore pubblicitario, è l'omonima società Elena Bernardi Produzioni che ha finanziato la surreale *docu-fiction* di Salvatore Fronio, *Vota Provenzano*, incentrata su una fittizia campagna elettorale del boss di mafia Bernardo Provenzano in competizione per la carica di Primo Ministro. Sempre in questa categoria possiamo collocare anche la Flying Padre Productions, del regista e critico cinematografico Federico Greco e la Nobu Productions di Claudio Lazzaro – dove Nobu sta per No Budget – impegnato nel documentare le evoluzioni della politica italiana e il crescente consenso popolare nato attorno a partiti come la Lega Nord (*Camicie verdi. Bruciare il tricolore*, 2006) o a movimenti di estrema destra (*NaziRock - Il contagio fascista tra i giovani italiani*, 2008).

A ben vedere, il discrimine tra questo tipo di produzioni e le video-inchieste realizzate per la televisione dai giornalisti di *Report* (Milena Gabanelli e collaboratori) o di *Presadiretta* (Riccardo Iacona) è alquanto sottile. A testimonianza di ciò la presenza, in questa specifica tipologia, di autori che prima di essere registi sono innanzitutto giornalisti, e fanno del mezzo audiovisivo un ulteriore canale per diffondere le proprie idee e relative prospettive di indagine del reale (specie del reale politico). In questo contesto troviamo quindi la Tpf Telemaco di Franco Fracassi, giornalista d'inchiesta che ha iniziato la professione di reporter a fine anni '80, incentrando la propria

disponibile per la *pay tv* dal gennaio 2008 e parte del cosiddetto pacchetto Anica che obbligava la *pay-tv* ad acquisire tutti i film italiani che avessero raccolto in sala più di 20 mila spettatori. Tra i produttori del film e Sky ci fu una contestazione sul numero degli spettatori proprio perché la *pay tv* non voleva trasmetterlo. Il pacchetto Anica non è più stato rinnovato a partire dal 2009.

attenzione prima sull'internazionale nera (da cui il libro *Il Quarto Reich*),²⁶³ poi sull'assassinio in Somalia dei giornalisti Ilaria Alpi e Miran Hrovatin, quindi sulla mafia russa e sulla bomba nucleare iraniana, diventando uno dei più stretti collaboratori del giornalista e politico Giulietto Chiesa,²⁶⁴ con cui realizza il documentario *Zero – inchiesta sull'11 settembre* (2008), e recentemente il pamphlet anti-berlusconiano *Le dame e il Cavaliere* (2010).²⁶⁵ Spinti dalla medesima avversione per la figura (pubblica quanto privata) di Silvio Berlusconi sono anche i soci fondatori della Luben Production, Beppe Cremagnani, Enrico Deaglio e Luca Formenton, già collaboratori nell'avventura editoriale di *Diario*²⁶⁶ e qui impegnati nella produzione di inchieste giornalistiche finora incentrate sulle vicende politiche dell'attuale Primo Ministro, realizzate con la collaborazione di un altro giornalista italo-argentino, Ruben Oliva.

Poche le case che potremmo inserire nella categoria di società cinematografiche propriamente dette, vale a dire la Kubla Khan, la Lumière & Co. e la Luna Rossa Cinematografica, le uniche ad avere un certo respiro imprenditoriale e attive su più fronti, dalla commedia al film d'autore, dal film

²⁶³ Cfr. F. FRACASSI, *Il quarto Reich: organizzazioni, uomini e programmi dell'internazionale nazista*, Editori riuniti, Roma, 1996.

²⁶⁴ Giulietto Chiesa è giornalista e politico italiano, già corrispondente da Mosca per *l'Unità* e *La Stampa*, oltre che per il Tg5, il Tg1 e il Tg3. Ha scritto diversi saggi sulla guerra in Afghanistan, sul tema della globalizzazione e sugli eventi del G8 di Genova. È presidente dell'associazione MegaChip. È stato eletto deputato del Parlamento europeo nel 2004 per la lista "Di Pietro - Occhetto, società civile". Nel Gennaio 2010, tramite un appello-manifesto pubblicato sul suo sito www.giuliettochiesa.it, ha dato il via all'associazione politica "Alternativa".

²⁶⁵ Il film, prodotto da Fracassi nel 2010, non ha al momento ottenuto distribuzione e circola tramite internet, sui cui è stato aperto anche un sito dedicato (<http://ledameeilcavaliere.blogspot.com>). A proposito, dichiara il regista: «Abbiamo pensato che la distribuzione più naturale fosse attraverso i giornali che fanno dell'antiberlusconismo una bandiera, in modo da avere una grande diffusione e aprire gli occhi al maggior numero di persone possibile. Ma tutti i giornali a cui ci siamo rivolti ci hanno sbattuto la porta in faccia. Con qualcuno siamo arrivati quasi alla firma del contratto, altri ci hanno fermato prima, ma nessuno per motivi commerciali o perché non gli è piaciuto il film. Hanno avuto tutti paura, a causa del clima che si è creato nel paese». (<http://ledameeilcavaliere.blogspot.com/2010/06/ci-sono-delle-dame.html#comments>).

²⁶⁶ *Diario* è stata una rivista italiana pubblicata fino al dicembre 2009, fondata nel 1996 da Enrico Deaglio, Luca Formenton e Amato Mattia come settimanale allegato al quotidiano *l'Unità*, per poi diventare autonoma a partire dal 1997. È stata diretta da Enrico Deaglio fino all'8 settembre 2008, quando è stato sostituito da Massimo Rebotti, ex direttore di *Radio Popolare*.

di genere al documentario. La Kubla Khan viene fondata da Umberto Massa nel 1997 ed è l'unica casa tra tutte quelle elencate a presentare una filmografia eclettica, spaziando dalla produzione di commedie di cassetta come *Chiedimi se sono felice* (2000) del trio Aldo, Giovanni e Giacomo, o *Si fa presto a dire amore* (2000) di Enrico Brignano, alla co-produzione di pellicole impegnate come *Pater Familias* (2002) di Francesco Patierno o l'esperimento fantapolitico di Berardo Carboni, *Shooting Silvio* (2006).²⁶⁷

La Lumière & Co. è invece fondata dall'imprenditore milanese Lionello Cerri e ha dato vita a tutte le ultime commedie di Silvio Soldini, ma anche a documentari come *Biùtiful Cauntri* (2007). Leggermente più orientata al cinema di impegno civile la Luna Rossa Cinematografica, fondata nel 2000 da Mauro Berardi, già produttore di lunga data (suoi *Non ci resta che piangere*, 1984, di Benigni e Troisi; *Il caso Moro*, 1986, di Giuseppe Ferrara; *Il piccolo diavolo*, 1988, di Roberto Benigni; *Non chiamarmi Omar*, 1992, di Sergio Staino), che produce il documentario di Francesca Comencini, *Carlo Giuliani, ragazzo* (2002) sui drammatici eventi del G8 di Genova, ma anche gli ultimi lavori di Mario Monicelli.

Sempre su questa linea la Goodtime Enterprise di Gabriella Buontempo e la Palomar di Carlo Degli Esposti, società più attive però sul fronte televisivo con la produzione di *fiction* e programmi tv, comunque indirizzati verso il prodotto d'autore o di tema politico-sociale (della Palomar sono, ad esempio, le mini-serie *Perlasca*, *Giovanni Falcone* e tutta l'epopea del commissario *Montalbano*).

²⁶⁷ Va sottolineato che il film *Shooting Silvio* è stato finanziato in parte anche con i soldi raccolti dalla Mork & Berry Production s.r.l. organizzando dibattiti, rappresentazioni teatrali, concerti e *dj sessions* che hanno coinvolto personalità della cultura e dello spettacolo. Gli artisti, contattati dal regista Berardo Carboni, si sono esibiti a titolo gratuito. La restante parte del denaro necessario è stata raccolta dalla vendita di spille e *t-shirt* con il logo del film. Questa visibilità ha fatto sì che anche giornalisti importanti come Marco Travaglio, attori noti come Alessandro Haber, Antonino Iuorio, Remo Remotti e cantanti famosi come Erlend Øye dei *Kings of Convenience* abbiano deciso di partecipare al progetto accettando, come tutti gli altri componenti del cast, di essere pagati solo in base agli incassi del film.

Tra le cosiddette “piccole società satellite” facciamo invece rientrare quelle case di produzione indipendenti che hanno all’attivo ancora un numero ridotto di film (se non addirittura un unico titolo), come la Vivo Film, specializzata in documentari d’autore e attiva anche sul fronte della distribuzione; la Blue film, The Bottom Line, ma soprattutto la Anonymous productions, la Citrullo International e Colleparado Film.

Meritano invece un’attenzione particolare quei soggetti che a vario titolo rientrano nell’ultima categoria indicata, ovvero le “Associazioni, fondazioni e società di produzione multimediale”. Tra queste, due sole operano in modo prioritario in ambito cinematografico. Per le altre, invece, la produzione di film rientra tra le attività tendenzialmente ancillari, ma con la speranza di una futura espansione. Nel primo caso troviamo l’Aamod, l’Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico, istituzione di gran lunga più antica tra quelle citate finora (la fondazione nasce ufficialmente nel 1979 come Asamo, Archivio Storico Audiovisivo del Movimento Operaio, ed eredita il patrimonio filmico del PCI e della Unitelefilm, società di produzione cinematografica legata al partito) ed è strettamente legata all’epoca di forte attivismo politico e sociale della fine degli anni Settanta di stampo marxista. Oltre a tutelare e promuovere la visione della vastissima *library* posseduta (insieme a una nutrita filmoteca, l’Aamod gestisce anche una fototeca, un’audioteca e diversi archivi cartacei),²⁶⁸ la Fondazione è attiva anche sul fronte della produzione con circa

²⁶⁸ Il patrimonio audiovisivo posseduto dalla Fondazione è vastissimo ed è costituito soprattutto da film documentari e film di *non fiction*, finiti e non finiti, prevalentemente di argomento storico, politico, sociale. In particolare, la filmoteca è costituita dal Fondo PCI, Fondo Unitelefilm, Fondo AAMOD, Fondo CGIL, Fondo Reiac Film, Fondo Cinegiornali Liberi, Raccolta Vietnam, Fondo Libero Bizzarri, Albedo Cinematografica, Raccolta G8, Fondo Federico Mariani, Fondo Centro di cultura popolare Tufello, Fondo Rapimento Giuliana Sgrena. L’audioteca e nastroteca conserva invece numerosi discorsi politici dei più importanti leader politici della sinistra italiana (Palmiro Togliatti, Giuseppe Di Vittorio), oltre a registrazioni di interviste ad operai e militanti dei partiti politici della sinistra, raccolte in occasione di manifestazioni, scioperi, feste de l’Unità, del Primo Maggio, assemblee, congressi, riunioni sindacali e del PCI. L’audioteca è suddivisa nelle categorie: Serie Interviste, Serie Dibattiti, Serie Manifestazioni e Scioperi, Serie Interventi, Serie Reportage. Tra gli archivi cartacei citiamo l’archivio Asamo-Aamod, l’archivio Unitelefilm, l’archivio Reiac e l’archivio Libero Bizzarri. Infine, fa parte del patrimonio della Fondazione anche una fototeca costituita dal Fondo Vie Nuove, il Fondo Originale Asamo-Aamod e il Fondo Reiac. Infine, l’AAMOD conserva

una settantina di film documentari realizzati da autori noti della cinematografia italiana tra cui Ugo Gregoretti (*Apollon: una fabbrica occupata, Il Contratto*), Guido Chiesa (*Il miracolo economico*), Gianfranco Pannone (*Ombre del sud, Sirena operaia*), Gillo Pontecorvo (*Giovanna*), Mimmo Calopresti (*1943: la scelta, Pane pace libertà 1943-1945*). Tutti i film realizzati dall'Aamod sono commercializzati dalla stessa, che provvede all'invio postale dei prodotti in formato Dvd, mentre alcuni titoli sono stati digitalizzati e sono visibili gratuitamente dal sito della Fondazione, grazie anche alla collaborazione con l'Istituto Luce che è archivio partner.²⁶⁹

La Fluid Video Crew è invece un collettivo di registi indipendenti, fondato nel 1995 da Davide Barletti, Edoardo Cicchetti e Lorenzo Conte, insieme a Mattia Mariani. Oltre alla messa in comune dei mezzi di produzione per la realizzazione dei vari lungometraggi (tra cui *Italian Sud-Est* nel 2003, *Diario di uno scuro* e *Fine pena mai*, entrambi del 2008), il gruppo firma ogni singolo film con il nome del collettivo ed è attivo in modo prioritario nel settore del documentario. Gli autori hanno infatti realizzato circa cinquanta lavori in video e in pellicola Super8, tra cui un'articolata documentazione socio-antropologica per rappresentare storie di vita in rapporto al loro territorio.²⁷⁰ Il collettivo non si configura quindi come una vera e propria casa di produzione (non sono stati finora finanziati progetti sviluppati da registi esterni al collettivo, né vi è intenzione al riguardo), ma rappresenta un modo efficace per raccogliere quel minimo di risorse economiche utili a sviluppare una cinematografia alternativa (o indipendente, come è più spesso chiamata) che riesce in alcuni casi a inserirsi anche nei più ufficiali circuiti della distribuzione in sala, come nel caso del film *Fine pena mai*, acquistato dalla Mikado e, come era avvenuto anche in

anche il Fondo Paolo Grassini, che contiene i lavori del regista tra cui documentari, fiction e prodotti televisivi.

²⁶⁹ Il sito da cui sono visibili i filmati è <http://aamod.archivioluce.com/archivioluce/aamod>.

²⁷⁰ Alcuni documentari realizzati dal collettivo sono: *S.U.D. Suoni uniti differenti* (1995), *In diretta dal braccio della morte vi parla Mumia Abdul Jamal* (1995), *Balkanoff gli ultra corpi della porta accanto* (1998), *Com. Franko* (1998), *Un'immagine del Che* (1999), *Fuck You All - Glen E. Friedman Photographer* (1999), *Arneo: lo Stato fa guerra ai contadini* (2002).

precedenza per il lungometraggio *Italian Sud Est*, prodotto con l'aiuto di Gianluca Arcopinto e Amedeo Pagani per un budget di 100 mila euro, quindi distribuito sempre dalla Pablo di Arcopinto prevalentemente in Puglia, poi a Milano e Roma.²⁷¹ Per quanto riguarda i ricavi, seppur minimi data la scarsa circolazione della maggioranza dei prodotti del collettivo, una volta coperti i costi di produzione il guadagno viene investito nei progetti futuri, secondo la filosofia dichiarata dagli stessi autori: «Meglio guadagnare meno, ma avere la possibilità di seguire dall'inizio alla fine un progetto in cui si crede».²⁷²

Sempre nel solco della contro-cultura, in cui si muovono la stragrande maggioranza di tutti i soggetti citati finora, troviamo l'associazione Megachip – Democrazia nella comunicazione, nata il 25 aprile del 2002 (data ovviamente non casuale) su iniziativa del giornalista e politico Giulietto Chiesa, con lo scopo di creare – come si legge dal sito della stessa associazione – «una mobilitazione permanente sul tema della comunicazione, considerata come elemento cruciale per il destino della democrazia».²⁷³ Facendo leva soprattutto su internet, Megachip si pone dichiaratamente in contrasto alle logiche di funzionamento dei vecchi media e alle forme del giornalismo televisivo e a mezzo stampa, in Italia notoriamente contestati per il forte conflitto di interessi che li caratterizza. Chiara, quindi, l'impostazione sinistrorsa e anti-berlusconiana dell'associazione che, oltre a mantenere attivo il sito di informazioni aperto sulla rete, ha promosso anche la realizzazione di una *web tv* e ha finanziato progetti audiovisivi quale, per l'appunto, il documentario *Zero – Inchiesta sull'11 settembre*.²⁷⁴

²⁷¹ Il film ha comunque continuato a vivere, con una distribuzione in DVD prima in allegato con il *Quotidiano*, giornale pugliese (6 mila copie vendute nei primi 3 giorni), che ha consentito di distribuire il DVD anche a livello nazionale tramite *Filmmaker magazine*.

²⁷² Da un'intervista al *magazine* di controcultura *Altreconomia*, *Girare senza soldi*, consultabile online al sito: http://www.altreconomia.it/site/fr_contenuto_detail.php?intId=772.

²⁷³ Cfr. <http://www.megachip.info/megachip.html>.

²⁷⁴ Dal 17 aprile 2010 l'associazione è stata sciolta per convergere nel laboratorio *Alternativa*, che si configura quale soggetto più propriamente politico che di produzione culturale.

Infine, restano da citare altre tre società: Chiarelettere, Valter Casini Editore ed Eskimosa. La prima e la seconda sono case editrici multimediali, la terza si occupa specificatamente di realizzare prodotti filmici e audiovisivi, ma è di proprietà del Gruppo Feltrinelli. La presenza di queste realtà imprenditoriali nel campo della produzione cinematografica (oltre a quello, come vedremo, della distribuzione) è significativa e vale la pena dedicarvi un attimo di attenzione.

5.1.1 Il ruolo dell'editoria: i casi Eskimosa e Chiarelettere.

Il rapporto tra editoria e industria cinematografica ha radici ben salde nel passato e non è una novità di oggi. Per fare un nome su tutti: Angelo Rizzoli, fondatore dell'omonima casa editrice milanese, il quale, oltre ad essere un imprenditore lungimirante e decisamente attento allo spirito del tempo (si pensi all'idea di rendere accessibili anche a un pubblico di massa i grandi classici della letteratura con la collana Bur-Biblioteca Universale Rizzoli a prezzi estremamente popolari), fu anche produttore e distributore cinematografico, prima tramite la Novella Film (già attiva negli anni '30), poi con la più celebre Cineriz, società da lui fondata nei primi anni Cinquanta che fece la storia del cinema italiano.²⁷⁵

Come avremo modo di vedere nel prossimo paragrafo, sul fronte della distribuzione il settore dell'editoria (e con essa i canali commerciali delle librerie e delle edicole) è attivo dai tempi dell'*home video*, quindi già dalla fine degli anni Settanta, prima nel formato analogico del Vhs (*Video Home System*), poi del Dvd (*Digital Versatile Disc*). Nel campo della produzione multimediale,

²⁷⁵ La Cineriz ha dato vita a celebri pellicole d'autore come *La dolce vita* e *8½* di Federico Fellini, *Umberto D.* di Vittorio De Sica e le popolari serie di Peppone e don Camillo, Fantozzi, Amici miei, distribuendo oltre un centinaio di film nell'arco della sua quasi cinquantennale attività (fallì nel 1993, dopo una serie di dissesti economici e controversie legali che la vide inattiva fin dai primi anni '80). La Rizzoli ha mantenuto la proprietà del marchio storico, ma non interviene più nella produzione e distribuzione cinematografica. Oltre alla Rizzoli, citiamo anche la società editrice De Agostini, controllata dalle famiglie Drago e Boroli tramite la loro finanziaria *B&D Holding di Marco Drago e C. S.a.p.a.*, che nel 2002 ha acquistato la maggioranza della casa di produzione Mikado Film e ha anche partecipazioni in Cattleya.

invece, il diretto coinvolgimento delle case editrici avviene verso la fine degli anni Ottanta con l'avvento delle tecnologie digitali e in particolar modo dei cosiddetti CD-Rom (*Compact Disc - Read-Only Memory*) in cui immagini, testo e suoni vengono combinati insieme creando un unico supporto da leggere su computer. Tali prodotti danno vita a un fiorente mercato che spazia dall'enciclopedia multimediale al corso autodidatta di lingua, dall'atlante stradale al videogioco, che dura però poco più di un lustro venendo soppiantato quasi immediatamente dall'enorme successo di internet e del *World Wide Web*. Al momento attuale, quindi, le case editrici che investono direttamente nella produzione di audiovisivi tramite società affiliate o finanziando direttamente singoli progetti per poi venderli lungo i medesimi canali commerciali dei prodotti cartacei, restano ancora poche. Tra queste abbiamo citato la Eskimosa e la casa editrice milanese Chiarelettere, che si occupano entrambe di realizzare in modo prioritario prodotti a tema politico. A queste, per la presenza nell'elenco stilato in precedenza, aggiungiamo anche la casa romana Valter Casini Editore, la cui forza sul mercato e produttività complessiva è comunque assai marginale.

La Eskimosa è una società del gruppo editoriale Feltrinelli – il nome deriva dal soprannome che Giangiacomo Feltrinelli diede a Inge Feltrinelli, con cui poi fu poi battezzata anche la barca a vela di famiglia – e nasce come casa di produzione e distribuzione cinematografica nel 2004. Oltre a sostenere progetti filmici di esordienti che dimostrino di perseguire la «ricerca di un trasferimento di conoscenze più che di intrattenimento puro»,²⁷⁶ quindi prodotti documentari e *fiction* di impegno sociale, la società gestisce anche la collana di prodotti in Dvd denominata *Feltrinelli Real Cinema*, che raccoglie alcuni dei più recenti film documentari realizzati in Italia e all'estero (di cui parleremo meglio in seguito), e la collana di cinema d'autore *Le Nuvole*.²⁷⁷ L'impegno della casa editrice in

²⁷⁶ Fonte: Cinema&Video International 3/4-2007.

²⁷⁷ Tra i titoli che compongono la collana: *Il concerto* (2010) di Radu Mihaileanu, *Il mio amico Eric* (2010) di Ken Loach, *L'uomo che verrà* (2009) di Giorgio Diritti, *La banda Baader-Meinhof* (2009) di Udi Edel, *Che. L'argentino-Che. Guerriglia* (2009) di Steven Soderbergh, *La*

tal senso prosegue la storica linea di militanza civile dettata dal fondatore Giangiacomo Feltrinelli – personaggio controverso della cultura e della politica italiana²⁷⁸ – alla cui figura, non a caso, è stato dedicato il primo documentario prodotto proprio dalla neonata casa di produzione.²⁷⁹ Dal punto di vista distributivo, la Eskimosa intende perseguire una politica alternativa alla sala. Come ha dichiarato Carlo Cresto-Dina, presidente della società:

«La distribuzione in sala non è nei nostri programmi, in quanto è un pascolo già molto affollato in Italia, dove ci sono più mucche che erba da mangiare. [...] Quello a cui stiamo pensando è il *web*, un canale a cui la Feltrinelli ha dedicato sempre particolare attenzione. Stiamo cercando di fare degli esperimenti per capire come questo veicolo possa integrarsi con la distribuzione, però ci vorrà del tempo. Un mercato come questo, ancora quasi del tutto inesplorato, non può non essere preso in considerazione».²⁸⁰

Pur avendone le possibilità economiche (si tratta pur sempre di una società di uno dei più importanti gruppi editoriali italiani), la scelta è quella di rinunciare a priori al mercato della sala per rivolgersi direttamente alla distribuzione in edicola, sia *on line*, tramite il sito della casa editrice (LaFeltrinelli.it), che tramite il canale *retail*, tra cui le diverse librerie del gruppo sparse in tutta Italia.

doppia vita di Veronica (2007) di Krzysztof Kieslowski, *La bestia nel cuore* (2006) di Cristina Comencini Cristina, *Il Caimano* (2006) di Nanni Moretti.

²⁷⁸ Giangiacomo Feltrinelli fu fondatore nel 1970 dei Gap – Gruppi d’Azione Proletaria, gruppo armato di sinistra che si presentava quale esercito di liberazione nazionale inteso a prevenire un temuti *golpe* delle destre. Feltrinelli fu trovato morto il 14 marzo 1972 nei pressi di un traliccio dell’alta tensione a Segrate, a seguito dell’esplosione di un ordigno che fece pensare ad un incidente avvenuto nel tentativo di un attacco terroristico. Sulle circostanze della morte di Osvaldo (così veniva chiamato all’interno dei Gap), molto è stato scritto e tuttora resta plausibile l’ipotesi di una sua esecuzione ad opera dei servizi segreti italiani e statunitensi.

²⁷⁹ Il film, *Feltrinelli* (2006) del regista Alessandro Rossetto, è stato però distribuito solo all’estero e non è stato commercializzato in Italia, per esplicita volontà della stessa Feltrinelli, per motivi non ancora chiariti. Si legge nel testo che ha lanciato l’iniziativa imprenditoriale: «L’intuizione iniziale è assai semplice: Feltrinelli ha costruito nei decenni una conoscenza, fatta di rapporti con gli autori, contatti nazionali e internazionali, diritti letterari posseduti o acquisiti, rete distributiva e intelligenza imprenditoriale. E’ sembrato giusto tentare di sfruttare questo patrimonio, ideando, sviluppando e producendo cinema: documentari e fiction» (Fonte: http://www.culturacampania.rai.it/site/_files/Eskimosa.doc).

²⁸⁰ Fonte: Cinema&Video International 3/4-2007.

Conferma infatti Carlo Feltrinelli:

«L'esperienza della distribuzione dei Dvd in libreria ha messo l'acquolina in bocca, la voglia di lavorare magari con qualche marchio che già c'è per acquisire insieme dei titoli e nuove strade distributive. Parlo di Lucky Red, per esempio, da cui abbiamo acquistato *Death of the president* di Gabriel Range e con cui abbiamo realizzato insieme la promozione e distribuzione per la nostra collana Dvd. Ma parlo anche di Mikado, Bim, Sacher. La nostra idea è di volta in volta di andare insieme non solo in libreria e con titoli acquisiti da altri ma, appunto, sceglierli insieme a trovare nuovi canali di distribuzione».²⁸¹

Finora, ad ogni modo, l'attività della casa è stata abbastanza ridotta, con un numero esiguo di pellicole finanziate, o meglio co-finanziate, trattandosi quasi sempre di pellicole co-prodotte soprattutto con Rai Cinema – con cui la Eskimosa ha firmato un contratto per quattro lungometraggi – e con società estere.²⁸²

Di stampo marcatamente contestatario e interessata al prodotto di denuncia (politica, innanzitutto) è la società editrice Chiarelettere, nata a Milano nel 2007 per volontà di Lorenzo Fazio (ex direttore della Bur ed ex dirigente Einaudi). La società fa parte del gruppo editoriale GeMS – Gruppo editoriale Mauri Spagnol e dal 2009 è anche inserita nell'azionariato del quotidiano *Il Fatto quotidiano*.²⁸³ La società impone chiaramente la propria linea editoriale che mira alla saggistica di tema socio-politico e al giornalismo d'inchiesta (tra i loro primi *pamphlet* citiamo *Italiapoli* di Oliviero Beha, *L'agenda rossa* di Paolo

²⁸¹ Fonte: http://kulturadimazza.ilcannocchiale.it/?id_blogdoc=1382124.

²⁸² Nello specifico si tratta di sei film, ovvero il già citato *Feltrinelli* (2006) di Alessandro Rossetti, il film collettivo di denuncia sull'Italia del presente *Cecosamanca* (2006) firmato da dieci giovani registi esordienti e presentato alla prima edizione della Festa del Cinema di Roma, *La fune sull'acqua* (2007) di Domenico Distilo, *L'Italia di mio padre* (2008) di Chiara Malta e *Noi credevamo* (2010) di Mario Martone, quest'ultimo distribuito anche in sala dopo la *première* al Festival di Venezia.

²⁸³ Chiarelettere è una delle case editrici che fanno capo al gruppo GeMS- Gruppo editoriale Mauri Spagnol (controllato da Messaggerie Italiane), terzo polo editoriale italiano che vanta 130 milioni di fatturato e 10 milioni di copie l'anno vendute. Oltre a Chiarelettere, danno parte del gruppo anche Longanesi, Garzanti, Vallardi, Guanda, Corbaccio, Tea, Nord, Salani, R. L. Libri e la società di promozione Pro Libro. La holding è guidata da Stefano Mauri, presidente e amministratore delegato insieme a Luigi Spagnol, co-amministratore delegato.

Borsellino di Giuseppe Lo Bianco e Sandra Rizza e *Mani sporche* di Gianni Barbacetto, Peter Gomez e Marco Travaglio). La casa si muove fin da subito sui tre fronti della carta stampata, di internet (*blog* e *web tv*) e della produzione audiovisiva (Dvd). Nell'arco di tre anni la casa editrice ha raccolto notevole consenso di pubblico (il volume del giornalista Gianluigi Nuzzi, *Vaticano S.p.A.*, si è conquistato il titolo di libro di saggistica più venduto nel 2009 con 200mila copie vendute in Italia e una distribuzione in 11 paesi esteri), dimostrando come il settore dell'impegno civile sia altamente proficuo.²⁸⁴ Se la casa ha finora pubblicato oltre 60 libri, sul fronte della produzione Dvd si limita a cinque titoli: *Alza la testa!* (2008) di Piero Ricca, *Il sol dell'avvenire* (2009) di Gianfranco Pannone, *Miss little china* (2009) di Riccardo Cremona, Vincenzo de Cecco, Raffaele Oriani e Riccardo Staglianò, *Ai confini del mondo* (2010) di Giorgio Fornoni e *La strada di Levi* (2010) di Davide Ferrario, Marco Belpoliti e Andrea Cortellessa, ma l'intenzione è quella di incrementare la produzione con gli anni a venire.

Infine, va citata anche la casa editrice romana Valter Casini Editore, fondata nel 2001 da Valter Casini e inizialmente incentrata proprio sulla produzione di audiovisivi tra cui *Le parole dal carcere. Adriano Sofri racconta* (2004) di Luca Ricciardi, che si configura però come un'eccezione nel panorama complessivo delle opere editte e distribuite dalla casa, soprattutto a partire dal 2007, quando la direzione della casa editrice è passata nelle mani del figlio di Valter Casini, Joe Casini, il quale ha spostato l'attenzione della casa editrice maggiormente sul

²⁸⁴ E' lo stesso Lorenzo Fazio a dichiarare la necessità per la casa editrice di dover fare profitto, aspetto ovvio trattandosi di un'azienda inserita come le altre nel mercato, ma che spesso viene *bypassato* o quanto meno edulcorato, ed anche in questo caso, tale dichiarazione si accompagna comunque con la sottolineatura di un *mission* che è quella di un'editoria "al servizio della gente": «Chiarelettere nasce con l'intento di misurarsi sul terreno dell'impegno civile per coinvolgere i cittadini affinché abbiano più consapevolezza nelle scelte in quanto vivere in un paese democratico non significa soltanto andare a votare una volta ogni tanto. Tuttavia proprio perché ha questo intento, Chiarelettere ha anche l'intento a raggiungere sempre un profitto, perché senza di esso morirebbe. Rizzoli e Mondadori possono permettersi il lusso di pubblicare dei libri in perdita, la nostra casa editrice non può farlo perché non è così potente come le altre. Chiarelettere deve guadagnare sempre, altrimenti, viste le querele, chiuderebbe in pochi mesi» (Fonte: www.chiarelettere.it).

mainstream e la narrativa di genere, tralasciando sostanzialmente la produzione di filmati.

5.2 Distribuzione e mercati.

Si è già detto della diversa condizione che caratterizza le produzioni «low budget», vale a dire l'assenza di distribuzione in sala e un utilizzo privilegiato dei canali *home video*, soprattutto tramite edicola e *web*. Dei sedici film stilati in elenco che riescono ad avere accesso al mercato *theatrical*, più della metà escono in un numero ridottissimo di copie e in un numero ancora più ridotto di città (prevalentemente Milano, Roma e Bologna). *Pater familias* di Francesco Patierno, ad esempio, esce in due copie a Roma e Napoli, per essere poi distribuito prevalentemente nei cinema della Campania, in quanto l'argomento legato alla camorra napoletana spinge l'Istituto Luce, distributore della pellicola, a ritenere che sia di interesse prevalentemente regionale, fatto salvo per le proiezioni a festival nazionali e internazionali (il film partecipa a 41 rassegne italiane ed estere, tra cui il Festival di Berlino nel 2003). Più "fortunato" il film di Daniele Costantini, *Fatti della banda della Magliana* che esce in 15 copie, mentre fa decisamente eccezione il film di Erik Gandini, *Videocracy*, inizialmente uscito in 40 copie e successivamente raddoppiato dalla Fandango a 83 per il successo che la pellicola ha saputo riscuotere in sala. E proprio la Fandango è in prima linea nel tentare di distribuire sul mercato della sala anche questo tipo di prodotti, con cinque titoli contro i tre dell'Istituto Luce, unico altro ente di una certa importanza nel settore, a cui si affianca la sporadica presenza di Mikado e Tandem (poi Sacher Distribuzione), entrambe associate a nomi noti della cinematografia italiana, vale a dire Francesca Comencini, con il documentario *Carlo Giuliano, ragazzo*, e un esordiente Matteo Garrone con il suo primo lungometraggio, *Terre di mezzo*. Negli altri casi presi in esame, invece, non si tratta di vere e proprie società di

distribuzione, ma piuttosto di un necessario continuamento dell'impegno del singolo regista/casa di produzione, già coinvolto finanziariamente nella realizzazione del film, anche nella sua successiva promozione sul mercato. Si tratta delle piccolissime case indipendenti Blue film, Cinedance, Lumiere & co., Pablo distribuzione indipendente e Vivo film.

Tra queste ci soffermiamo in particolare sulla Cinedance, società fondata dallo stesso regista di *Shooting Silvio*, Berardo Carboni, nonché creatore della medesima casa che lo ha prodotto, la Mork e Berry Produzioni Cinematografiche. La società si pone l'obiettivo di distribuire film indipendenti d'autore su tutti i mercati possibili (sala, Dvd, *pay-tv*, tv generalista, ecc), ma al momento – è stata fondata nel 2007 – ha promosso esclusivamente i film di Carboni, che ha però dato vita a un sistema di distribuzione particolare. *Shooting Silvio*, infatti, non è uscito contemporaneamente nelle varie città capoluogo come avviene di solito, ma ogni proiezione è stata scaglionata nell'arco temporale di diversi mesi, con un meccanismo analogo a quello dei tour musicali. Inoltre, le uscite nelle città più importanti sono state precedute da una serie di eventi promozionali (feste, concerti, conferenze), nelle quali è stato possibile acquistare il biglietto del cinema.²⁸⁵ Grazie anche al successo decretato da questo sistema distributivo, i diritti *home video* del film sono stati poi acquisiti dalla 20th Century Fox. Ma vediamo nel dettaglio i dati che si sono riusciti a collezionare.

²⁸⁵ I principali partners nella distribuzione di *Shooting Silvio* sono stati il Link di Bologna, Dna concerti e alcuni musicisti legati alle etichette Warp e Nature.

TABELLA n. 12: La distribuzione.²⁸⁶

Film	Theatrical	Home video	Mercato televisivo
Videocracy (2009)	Fandango distribuzione Data di uscita: 04/09/2009	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 01/12/2009 Prezzo di listino: 14,99 euro In edicola: 04/12/2009 con La Repubblica – L'Espresso (Autoritratto Italiano)	N.P.
Parole sante (2007)	Fandango distribuzione Data di uscita: 01/02/2008	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 13/05/2008 Prezzo di listino: 14,99 euro	N.P.
In un altro paese (2006)	Fandango Data di uscita: 10/02/2006	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 16/05/2006 Prezzo di listino: 14,99 euro In edicola: 19/05/2008 con Internazionale (Reportage Internazionale) a 9,00 euro + rivista	RAI 3 - 23 luglio 2007, ore 21:00
Don Vitaliano (2002)	Fandango distribuzione Data di uscita: 22/11/2002	Non risulta in vendita.	Venduto a <i>Free TV Rights</i> per l'Austria e il Sud Tirolo. Tele + - Novembre 2002;
Latina Littoria - Una città (2001)	Fandango distribuzione Data di uscita: 15/03/2002	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 13/05/2008 Prezzo di listino: 14,99 euro	LA 7 - 10 novembre 2007 h. 01:00
Sessantotto - L'utopia della realtà (2006)	Istituto Luce Data di uscita: 12/05/2006	[2 DVD + Libro] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 27/05/2006 Prezzo di listino: 57,90 euro [2 DVD] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 05/07/2006 Prezzo di listino: 14,90 euro	N.P.

²⁸⁶ I dati sono ordinati secondo la casa di distribuzione *theatrical*, quindi in ordine di anno di uscita, quindi in ordine alfabetico. I dati, qualora non diversamente specificato, sono raccolti dal sito www.cinemaitaliano.info. Integrazioni, prevalentemente tramite indagine sul web, sono state effettuate per quanto riguarda il comparto dell'*home video* (diritti concessi nel tempo a più società) e relativi canali di commercializzazione (diverso è chi produce e distribuisce il prodotto DVD da chi effettivamente lo vende sul mercato, tra cui le videoteche, la GDO, l'elettronica di consumo, catene specializzate nell'*home video*, catene di gruppi editoriali focalizzate su *entertainment* come la Feltrinelli, Mondadori, Fnac, Ricordi, librerie, Internet, negozi di giocattoli, edicole); per quanto riguarda i passaggi televisivi qui riportati, è bene segnalare che si tratta di una collezione necessariamente lacunosa, rifacendosi quasi esclusivamente alle informazioni riportate sul sito www.cinemaitaliano.info, relative però ai soli film prodotti dal 2000 ad oggi. Per i film prodotti in precedenza è stato alquanto difficile rintracciare indicazioni a riguardo.

		[DVD + libro] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 02/05/2008 Prezzo di listino: 57,90 euro In edicola: 24/05/2008 con L'Unità a 9,90 euro	
Fatti della banda della Magliana (2004)	Istituto Luce Data di uscita: 27/05/2005	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 13/06/2006 Prezzo di listino: 14,99 euro	<i>Novembre 2007 – Febbraio 2010</i> Sky Cinema Mania – 9 passaggi Rai Sat Cinema – 2 passaggi
Pater Familias (2002)	Istituto Luce Data di uscita: 14/03/2003	[DVD] Mondo Home Entertainment Data di uscita: 08/06/2004 Prezzo di listino: 15,00 euro In edicola: 12/02/2007 con L'Unità (Luci del Cinema Italiano) a 9,90 euro + giornale	N.P.
Carlo Giuliano, Ragazzo (2002)	Mikado film Data di uscita: 14/06/2002	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 17/10/2006 Prezzo di listino: 14,99 euro	N.P.
Ho ammazzato Berlusconi (2007)	Indipendenti regionali Data di uscita: 13/06/2008	[DVD] Colleparado Film Data di uscita: 06/12/2008 Prezzo di listino: 9,90 euro In edicola: 23/12/2008 con Dogma	N.P.
E io ti seguo (2004)	Indipendenti regionali Data di uscita: 11/06/2004	DVD acquistabile solo sul sito www.icarowebfilm.it versando un contributo volontario Data di uscita: 01/09/2006 In edicola: 21/03/2009 con Chiaia Magazine a 3,90 euro	N.P.
Terra di mezzo (1997)	Tandem	[DVD] Cecchi Gori Home Video Data di uscita: 1996 Prezzo di listino: 14,99 euro [DVD] Fandango Home Entertainment Data di uscita: 09/09/2010 Prezzo di listino: 11,99 euro Cofanetto con le prime tre opere del regista Garrone	Rai Movie - 17 settembre 2007
Sol dell'avvenire, II (2008)	Blue film Iguana film (coll.) Data di uscita: 14/11/2008	[DVD] Minerva Video Data di uscita: 24/02/2010 Prezzo di listino: 12,90 euro [DVD + Libro] Chiarelettere Prezzo di listino: 19,60 euro	N.P.
Shooting Silvio (2007)	Cinedance Data di uscita: 02/03/2007	[DVD] Prodotto da PuntozeroFilm Distribuito da 20th Century Fox Home Entertainment Data di uscita: 07/05/2008 Prezzo di listino: 22,99 euro	<i>Aprile – Maggio 2009</i> Sky Cinema Mania – 6 passaggi

Biutiful Cauntri (2008)	Lumiere & co. Data di uscita: 07/03/2008	[DVD + libro] Rizzoli Data di uscita: 2008 Prezzo di listino: 19,50 euro Venduto anche sul portale www.docvideo.it Edizione con libro Prezzo di listino: 19.50 euro Attualmente esaurito	N.P.
Fantasma di Corleone, II (2004)	Pablo distribuzione indipendente Data di uscita: 31/03/2006	[DVD + libro] Rizzoli Data di uscita: 07/06/2006 Prezzo di listino: 19,50 euro	Febbraio 2007 – Aprile 2007 Sky Cinema Mania – 7 passaggi
Mio paese, II (2006)	Vivo film Data di uscita: 20/04/2007	[DVD + libro] Rizzoli - BUR Data di uscita: 2007 Prezzo di listino: 21,50 euro	Luglio 2009 – Giugno 2010 Rai 3 – 5 luglio 2009 ore 23.30 La 7 – 14 aprile 2010, ore 1.30 – Al'interno del formato la “25a Ora - Il Cinema Espanso” Cult Tv – 2 passaggi ore 6.00
Quando combattono gli elefanti (2009)	Senza distribuzione in sala	[DVD] The Bottom Line Data di uscita: 16/12/2009 Prezzo di listino: 10,00 euro Venduto on line sul sito personale al prezzo di 11 euro (compresi costi di spedizione) Visibile in <i>streaming</i> sul portale <i>On the docks</i> a 2,99 euro	N.P.
Alza la testa! (2008)	Senza distribuzione in sala	[DVD + Libro] Editore Chiarelettere Data di uscita: 13/11/2008 Prezzo di listino: 16,60 euro	N.P.
Diario di uno scuro (2008)	Senza distribuzione in sala	Non risulta in vendita.	Novembre 2008 – Aprile 2009 Cult TV – 15 passaggi
Lost in election (2008)	Senza distribuzione in sala	N.P.	N.P.
Mio paese 2.0, II (2008)	Senza distribuzione in sala	Sul sito www.tbvtv.it è possibile vedere in tempo reale i video arrivati.	N.P.
NaziRock - Il contagio fascista tra i giovani italiani (2008)	Senza distribuzione in sala	[DVD + Libro] Feltrinelli (Real Cinema) In allegato al libro <i>Ho il Cuore Nero</i> . Data di uscita: 03/04/2008 Prezzo di listino: 14,90 euro Venduto anche sul portale www.docvideo.it Edizione con libro Prezzo di listino: 14.90 euro	N.P.

Vota Provenzano! (2008)	Senza distribuzione in sala	Disponibile online sul sito: www.votaprovenzano.org	N.P.
Zero - Inchiesta sull'11 settembre (2008)	Senza distribuzione in sala	[DVD] In edicola: 20/10/2008 con <i>Best</i> a 12,90 euro	N.P.
Cecosamanca (2007)	Senza distribuzione in sala	[DVD + Libro] Feltrinelli (Real Cinema) Data di uscita: 12/04/2007 Prezzo di listino: 15,90 euro Venduto anche sul portale www.docvideo.it Edizione con libro Prezzo di listino: 15,90 euro Attualmente esaurito	N.P.
Imbroglioni, Gli (2007)	Senza distribuzione in sala	Uscito il 18 maggio 2007 con Diario a 9,90 euro - DVD + libro	N.P.
Oltre la paura - Bruno contro la mafia (2007)	Senza distribuzione in sala	[DVD] Venduto sul portale www.docvideo.it Prezzo di listino: 15,90 euro	N.P.
Camicie verdi - Bruciare il tricolore (2006)	Senza distribuzione in sala	[DVD] Dolmen Home Video (Mikado) Data di uscita: 2006 Prezzo di listino: 14,90 euro Venduto anche da Feltrinelli al prezzo di 15,90 euro	N.P.
Guido Rossa che sfidò le BR (2006)	Senza distribuzione in sala	Non risulta in vendita	N.P.
Politica zero (2006)	Senza distribuzione in sala	Non risulta in vendita	MTV - 26 ottobre 2007, ore 20:00
Uccidete la democrazia! - Memorandum sulle elezioni di Aprile (2006)	Senza distribuzione in sala	[DVD] Data di uscita: 24/11/2006 Prezzo di listino: 17,00 euro In edicola: 24/11/2006 con Diario a 9,90 euro - DVD + libro <i>Il Broglio</i> .	N.P.
Udienza è aperta, L' (2006)	Senza distribuzione in sala	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 29/08/2007 Prezzo di listino: 17,99 euro Venduto anche sul portale www.docvideo.it Prezzo di listino: 14,90 euro, scontato 7,20 euro	RAI 3 - 1 settembre 2007, ore 23:00
Fare politica, Il (2005)	Senza distribuzione in sala	[2 DVD + Libro] <i>La cosa</i> di Nanni Moretti (DVD) + <i>Il fare politica</i> di Hugues Le Paige (DVD) e <i>C'era una volta il PCI</i> (libro) Feltrinelli Data di uscita: 13/04/2007 Prezzo di listino: 15,90 euro Venduto anche sul portale www.docvideo.it Prezzo di listino: 15,90 euro, scontato 8 euro	N.P.

Nichi (2005)	Senza distribuzione in sala	[DVD] CG Home Video Data di uscita: 17/01/2006 Prezzo di listino: 14,99 Venduto anche sul portale www.docvideo.it Prezzo di listino: 14.90 euro, scontato 7,20 euro Uscito anche il 15/02/2006 con Fandango DOC a 8,90 euro	N.P.
Quando c'era Silvio (2005)	Senza distribuzione in sala	[DVD] In edicola: 01/03/2006 con Diario 9,90 euro - Insieme al libro "Berlusconeide - 5 Anni Dopo".	N.P.
Fuori Fuoco - Cinema, Ribelli e Rivoluzionari (2004)	Senza distribuzione in sala	Non risulta in vendita	N.P.
Lilli e il Cavaliere: 10 giorni per battere Berlusconi (2004)	Senza distribuzione in sala	Non risulta in vendita	NRK - Norwegian Television - 26 aprile 2005, ore 21:00
Parole del carcere. Adriano Sofri racconta, Le (2004)	Senza distribuzione in sala	[DVD] 01 Distribution Home Video Data di uscita: 12/10/2005 Prezzo di listino: 12,99 euro	N.P.

Com'era logico aspettarsi, le vie di distribuzione privilegiate per questo genere di prodotti sono il canale *home video* tramite edicola e libreria (*on line* e non) e il *web*. La distribuzione sul mercato televisivo, a pagamento o generalista che sia, resta ridotta a pochi sporadici casi, ma non è necessariamente legata al fatto che il film sia stato distribuito in sala o meno. Film come *Latina Littoria* di Gianfranco Pannone che, nonostante la presenza alle spalle di una casa di produzione come la Fandango, non riesce a ottenere una distribuzione in sala (fatte salve le proiezioni a festival e rassegne), ma viene comunque acquistato dalla Cecchi Gori per l'*home video* ed è trasmesso dall'emittente televisiva La7, seppure all'una di notte. D'altronde, solo il film di Marco Turco, *In un altro paese*, riesce a ottenere una trasmissione "di rispetto", vale a dire in prima serata su Rai 3, rete per altro tra le più attente a una programmazione di film d'autore italiani prima dell'avvento del digitale terrestre e la creazione di canali monotematici come Rai Movie (Rai 3 trasmette anche *Il mio paese* di Daniele Vicari e *L'udienza è aperta* di Vincenzo Marra, entrambi in seconda serata). Per

il resto, si riconferma la presenza della piattaforma satellitare Sky con il canale Sky Cinema Mania e Cult tv, per motivi legati soprattutto all'obbligo di legge che impone all'emittente una quota ben definita di film italiani. Vengono quindi trasmessi via satellite in più passaggi il già citato film di Vicari, il film di Daniele Costantini, *Fatti della banda della Magliana*, *Il fantasma di Corleone* di Marco Amenta, *Diario di uno scuro* del collettivo Fluid Video Crew e *Shooting Silvio* di Berardo Carboni, con la successiva interruzione di cui si è già detto in precedenza.

Le forme di distribuzione più interessanti, comunque, restano quelle legate alla rete internet, che hanno permesso di aprire a un mercato altrimenti negato a produzioni dal simile respiro. In particolare vanno citati due casi, la Doc Video e il portale On the docks. La Doc Video nasce nel 1998 come società di produzione di documentari sociali e d'autore e dal 2005 si dedica anche alla distribuzione *home video* di prodotti sempre dello stesso genere. Il fondatore Renato Peronetto (con cui collaborano anche Silvia Taborelli, Giorgio Manduca e Gloria Pecchioli) approda al cinema documentario dopo anni di lavoro presso una cooperativa sociale, dove è educatore in servizi residenziali per portatori di handicap e minori. Come società distributrice opera principalmente tramite il proprio sito internet (www.docvideo.it), ma vende i propri prodotti anche durante i principali festival italiani e alcuni punti di rivendita tra Torino, Roma, Como e Trieste.²⁸⁷ Sono più di duecento i titoli commercializzati dalla società torinese in forme diverse che vanno dal noleggio all'acquisto del file direttamente scaricato dal portale, alla *pay-per-view* con visione in *streaming* o al più consueto acquisto e spedizione del Dvd. Tra i titoli della *library* troviamo nomi di autori pressoché sconosciuti al grande pubblico, ma anche film come *Forza Italia!* di Roberto Faenza, documentario del 1977 (il titolo fu scelto in

²⁸⁷ Nello specifico a Torino presso il Museo del Cinema o al Cinema Baretti in occasione di eventi e rassegne, o al Blowup di via Montebello; a Roma presso la Libreria del Cinema di via dei Fienaroli; a Como presso la Libreria del Cinema di via Mentana e a Trieste presso lo Knulp di via della Madonna del Mare.

tempi non sospetti) sulla situazione politica d'Italia nel dopoguerra e negli anni del miracolo economico, che vide per altro anche il coinvolgimento in sceneggiatura di Marco Tullio Giordana, Antonio Padellaro (attuale direttore del *Fatto Quotidiano*) e di un ancora comunista Carlo Rossella (attuale presidente di Medusa Film). Si trovano anche le inchieste di Milena Gabanelli realizzate per *Report* e il documentario *Un attore contro: Gian Maria Volontè* di Ferruccio Marotti. Per i film che ci riguardano, troviamo entrambi i film di Caludio Lazzaro, il film collettivo *Cecosamanca, Biutiful Cauntri, Oltre la paura, Nichi, L'udienza è aperta* e *Il fare politica*, quest'ultimo allegato al documentario di Nanni Moretti *La cosa*.

La piattaforma On the docks (www.onthedocks.it), invece, è un *network*, una sorta di partnerariato tra piccoli produttori indipendenti con lo scopo di dare maggiore visibilità ai relativi prodotti e, soprattutto, svilupparne la commercializzazione all'estero.²⁸⁸ Il gruppo opera non solo nel campo della distribuzione (vendita e *streaming* di film *on line*, Tv tradizionale, dispositivi mobili e digitali come iPhone e iPad, partecipazione a mercati e festival internazionali, *trading* internazionale), ma anche su quello produttivo (prevendita di sceneggiature e *format*, co-produzioni di documentari, lungometraggi, serie, eventi e contenuti multimediali, sviluppo di coproduzioni internazionali). La distribuzione non è incentrata esclusivamente su prodotti

²⁸⁸ Il *network* coinvolge i seguenti partner: Deriva film, società di produzione cine-televisiva indipendente, creata da Monica Repetto e Pietro Balla, che sviluppa, produce e distribuisce documentari, cortometraggi, concerti nonché *format* televisivi, programmi e contenuti per *new media*; Eskimo, società dedicata allo sviluppo e alla realizzazione di progetti innovativi nei campi della produzione, della distribuzione e dell'editoria audiovisiva, con speciale orientamento ai mercati del Dvd e dei contenuti aggregati, diretta da Dario Formisano, giornalista professionista, produttore cinematografico, manager e consulente nelle aree media & entertainment; WIZ Media & Consulting viene fondata nel 2008 da Giusto Toni e opera in vari campi, dalla finanza al web-design, dall'acquisizione di contenuti alla costruzione di progetti editoriali e distributivi complessi, dal doppiaggio alla distribuzione, dal *licencing* al *marketing* di prodotto; Essegi, società che opera dal 1984 nel campo della consulenza tributaria, fiscale, societaria, contrattuale, del lavoro e dei servizi amministrativi; La Casa Gramatica, società di produzione cinematografica e *atelier* di scrittura che raccoglie le esperienze e il talento di sceneggiatori, registi e artisti impegnati da anni nell'industria dello spettacolo italiano per l'ideazione, la consulenza e la produzione di prodotti audiovisivi; Zivago Media, società di distribuzione cine-televisiva indipendente, creata da Rino Sciarretta, che sviluppa, produce e distribuisce documentari e cortometraggi.

documentari né politici o a sfondo sociale. La selezione dei film, infatti, spazia dai film d'essai ai film d'animazione passando per documentari, cortometraggi, produzioni indipendenti e sperimentali, anche se al momento la *library* disponibile sul sito conta un numero abbastanza ridotto di film. Tra questi, *Zero – Inchiesta sull'11 settembre* e *Le dame e il cavaliere* di Franco Fracassi, tre documentari girati da Roberto Burchielli (*Ultimi giorni a Lampedusa*, 2006; *Napoli comincia a Scampia*, 2006 e *Stato di paura*, 2007), *E io ti seguo* di Maurizio Fiume e *Quando combattono gli elefanti* di Simone Amendola. Ogni film è visionabile in *streaming* al costo di 2,99 euro (o con sconti in caso di pacchetti da 5 o 10 film) e permette al singolo utente di accedere al film tramite il proprio computer per quante volte vuole entro i tre giorni successivi all'acquisto.

Questo sistema di distribuzione, che si colloca all'interno delle modalità VOD (*Video on demand*), va sottolineato per l'importanza che sta acquisendo anche in Italia. Negli Stati Uniti la possibilità di scaricare film direttamente dalla rete è presente già da tempo. Tra le piattaforme create a questo scopo la più celebre è sicuramente Netflix, società nata nel 1997 che offre un servizio di noleggio di Dvd e videogiochi, spediti tramite servizio postale che viene utilizzato dai clienti anche per la restituzione. Dal 2008 Netflix offre anche un servizio di *streaming online*, accessibile tramite un apposito abbonamento, disponendo di una videoteca di 20mila film (tra gennaio e marzo 2009 il 42% degli abbonati al servizio ha visualizzato in *streaming* almeno 15 minuti di un episodio di serie TV o un film solo, esattamente il doppio di quanto registrato appena un anno prima).²⁸⁹ Tale sistema potrebbe arginare il noto problema della pirateria *on line*, che affossa sia il mercato delle vendite e del noleggio di Dvd, sia la distribuzione lecita di prodotti tramite la rete. In Italia il mercato appare ancora in nuce, frenato soprattutto dal costo delle *royalties* che non consente alle piattaforme di *download* e *streaming* un *pricing* veramente concorrenziale.

²⁸⁹ Fonte: www.netflix.com.

Nel caso però di questo genere di prodotti, dal costo estremamente ridotto, tale sistema di distribuzione sembra essere una delle forme privilegiate, nonché auspiccate da produttori e registi.²⁹⁰

Per quanto riguarda la partecipazione a festival e rassegne, si riscontra una minor presenza di questo tipo di prodotti. Fatto abbastanza comprensibile trattandosi pur sempre di produzioni marginali, difficilmente in grado di rispondere a criteri di qualità estetica o di sperimentali tali da poter superare le selezioni dei circuiti festivalieri più blasonati, fatto salvo per le solite eccezioni che vengono ulteriormente osannate dalla critica (il pauperismo produttivo è sempre un benefit quando si tratta di attribuire premi artistici). Tra queste citiamo ancora una volta *Videocracy*, proiettato all'interno della Settimana Internazionale della Critica e delle Giornate degli Autori durante la Mostra di Venezia nel 2009 (lo stesso anno il film vince anche il premio della critica come miglior documentario al Festival di Toronto). Ma non è il solo, anche *L'udienza è aperta* di Vincenzo Marra partecipa nella medesima categoria all'edizione della Mostra di Venezia del 2006, mentre *La siciliana ribelle*, *Fatti della banda della Magliana*, *In un altro paese*, *Pater familias*, *Latina Littoria* e *Biutiful Cauntri* ottengono premi e partecipazioni di rilievo.²⁹¹ Quest'ultimo in

²⁹⁰ FilmIsNow, attivo dal 2006, è il primo sito italiano per il *download* legale di contenuti cinematografici ed è licenziatario di importanti società cinematografiche italiane e internazionali: ad oggi mette a disposizione degli utenti *web* una videoteca di oltre 1.250 titoli. Grazie a tale catalogo attualmente ha circa 30mila iscritti con una quota di mercato, secondo le stime di *Screen Digest* per l'Italia, dell'89% per quanto riguarda il *download* a pagamento e dell'11% dell'intero *online movie market*. Non riesce per ora, nonostante questo, a monetizzare più di 1.200/1.500 *download* mensili. Accanto a FilmIsNow vi è anche la piccola (poco più di 30 titoli con pochi *blockbuster*), ma gratuita offerta di Film-review e Play4film, sito quest'ultimo che sembra offrire i prezzi più aggressivi. Nella sua raccolta di 1.500 film circa, Play4Film offre una buona collezione di western, horror e B-movie. I contratti di licenza, però, sono monoterritoriali, quindi bisogna notare che non tutti i 1.500 titoli di Play4Film sono disponibili per l'Italia e solo una minoranza sono disponibili in *streaming*.

²⁹¹ Nello specifico, Marco Amenta ottiene nel 2009 la *nomination* come migliore regista esordiente ai David di Donatello per *La siciliana ribelle*; *Fatti della banda della Magliana* conquista a Daniele Costantini il premio per la migliore regia alla Festa di Roma nel 2005; *In un altro paese* partecipa al Festival di Locarno nel 2005 nella categoria "Cineasti del Presente" ed è nominato come miglior documentario ai Nastri d'Argento nel 2007; Francesco Patierno è nominato come migliore regista esordiente ai David di Donatello nel 2004 con *Pater familias* e ai Nastri d'Argento nel 2003; *Latina - Littoria* vince il premio come migliore documentario italiano al Festival di Torino nel 2001.

particolare si segnala per aver ottenuto nel 2008 il Nastro d'Argento come miglior film documentario uscito in sala (la specificazione serve quale discriminante nel *mare magnum* della produzione documentaria). La maggior parte dei film selezionati, invece, partecipa a festival specifici per la produzione documentaria, tra cui il Salina doc fest e il Festival di Bellaria.

A riguardo è interessante notare la nascita negli ultimi anni di due festival italiani interamente dedicati a documentari di inchiesta e film politici: Italiani Brava Gente e Le voci dell'inchiesta. Quest'ultimo non è specificatamente un festival cinematografico, ma un evento culturale che si rivolge ad ampio spettro a tutti i vari mezzi di informazione, dal cinema alla televisione, dalla fotografia alla carta stampata, dalla radio ai nuovi media. Si svolge dal 2007 a Pordenone ed è un'iniziativa sviluppata dall'associazione Cinemazero e dell'Università degli studi di Udine.²⁹² Italiani Brava Gente, invece, è il festival organizzato dai curatori del sito internet www.cinemaitaliano.info. Si svolge ogni anno dal 2009 a Firenze ed è dedicato quasi esclusivamente a prodotti documentari. Nella prima edizione il premio come migliore documentario è stato assegnato a *Vota Provenzano* di Salvatore Fronio, mentre *Alza la Testa!* di Elia Mariano, Piero Ricca, Diego Fabricio e Franz Baraggino, *Lost in Election* di Clemente Bilocchi e Lapo Ristori hanno ottenuto una menzione speciale.²⁹³ Rispetto a questo genere di iniziative, che hanno dimensioni estremamente ridotte per numeri di partecipanti e per film proiettati, ne aggiungiamo un'ultima dall'alto valore simbolico, ovvero la rassegna di cinema itinerante "Libero cinema in libera terra - Cinema e vendemmia nelle terre confiscate alle mafie". La rassegna è promossa da Cinemovel Foundation (associazione che porta fisicamente il cinema nei villaggi più reconditi dell'Africa, di cui Ettore Scola è presidente

²⁹² Nell'edizione 2007 vi partecipano, tra gli altri film, *Camicie verdi. Bruciare il tricolore* di Claudio Lazzaro, *Uccidete la Democrazia!* di Ruben H. Oliva e *Zero - Inchiesta sull'11 settembre* di Franco Fracassi. Nell'edizione 2008 *La siciliana ribelle* di Marco Amenta e *In un altro paese* di Marco Turco.

²⁹³ Nell'edizione 2009, tra gli altri film partecipano anche *Il fare politica* di Hugues Le Paige, mentre nel 2010 *Armando e la politica* di Chiara Malta e *Videocracy* di Erik Gandini.

onorario) e dal gruppo di Libera, l'associazione per la lotta alla mafia fondata nel 1995 da don Luigi Ciotti. La rassegna si svolge nel periodo estivo ed è associata ai campi di lavoro nelle terre confiscate alla mafia che Libera propone ai giovani (e non solo) di tutta Italia. Nata a partire dal 2008, la rassegna attraversa diverse città tra cui Cinisi, Mesagne, Palermo, storici avamposti della criminalità organizzata. Un totale di quindici film ogni anno proiettati nelle piazze della Puglia, della Calabria di Polistena, nella piana di Gioia Tauro, fino in Campania e Lazio. Quindici film che costituiscono un programma ovviamente consono al contesto. Nel 2009 si va dal pluriproiettato *Fortapasc*, al documentario prodotto dai fratelli Muccino in ricordo delle vittime di mafia *Io ricordo* (2008) di Ruggero Gabbai, a pellicole più datate come *Placido Rizzotto*, *Pater Familias*, *In un altro paese* e altre di provenienza estera come *Milk* (2008) di Gus Van Sant, la discussa *Onda* (2008) di Tennis Gansel e il documentario sul viaggio della speranza *Come un uomo sulla terra* (2008) di Bidene, Segre, Yimer. In elenco, oltre a qualche altro film documentario italiano (*Biutiful Cauntri*, *Vota Provenzano*), anche pellicole politiche in senso più lato: Sorrentino con il suo *Le conseguenze dell'amore* e *L'amico di famiglia*, mentre il *Divo* è protagonista indiscusso nell'edizione 2008, insieme al *Gomorra* di Garrone. Tutti film che potremmo genericamente definire impegnati, tolta forse la piacevole, ma altrettanto discutibile commedia di Giulio Manfredonia, *Si può fare* (2008), perfetto ritratto di un'Italia rimasta incastrata nei suoi cliché ideologici – e morettiani – delle “cose di destra” e delle “cose di sinistra”.²⁹⁴

5.2.1 «Addio alla sala»: il mercato dell'editoria multimediale.

Sul ruolo giocato dall'editoria nel campo della produzione cinematografica si è già avuto modo di dire. In realtà, però, il settore è decisamente più

²⁹⁴ A riguardo, si segnala il mio saggio *Le buone intenzioni* pubblicato on line sul sito di Sabina Guzzanti: <http://www.sabinaguzzanti.it/2009/11/04/le-buone-intenzioni>.

importante – e sinergicamente utile – per quanto concerne il comparto della distribuzione, nella fattispecie della promozione e vendite al dettaglio dell'*home video*, sia tramite il canale edicola che tramite librerie (*on line* e non), GDO, negozi di elettronica, ecc... Il rapporto tra industria della distribuzione cinematografica e case editrici non nasce esclusivamente come forma di collaborazione per incrementare il più possibile il numero di canali per arrivare al grande pubblico, ma è anche e soprattutto una sinergia tra marchi. Il Dvd immesso direttamente sul mercato *retail* dalla società di distribuzione ha infatti meno *chance* di essere acquistato rispetto al medesimo prodotto commercializzato da un noto marchio dell'industria libraria e inserito nei loro cataloghi multimediali. Secondo un recente studio, infatti, i Dvd marchiati Feltrinelli, per citare un esempio, raggiungono anche il 300% di vendite in più rispetto al medesimo Dvd venduto su altri canali (edicola/grande distribuzione), ma sprovvisto del marchio Feltrinelli.²⁹⁵ Inoltre, a rafforzare il valore commerciale dei Dvd venduti tramite edicola vi è anche l'ulteriore lavoro di rielaborazione e ricontestualizzazione dei prodotti filmici in collane studiate *ad hoc* (tematiche o per autori), il più delle volte con abbinamenti a libri o cd musicali, e l'inserimento dei medesimi nel settore dei collezionabili, che è un settore commerciale con un proprio pubblico ben definito (e molto ambito, per altro), vale a dire un pubblico portato a forme di consumo culturale e, nel caso degli appassionati di cinema, interessato a possedere fisicamente il bene-film. Un pubblico, quello dei collezionisti, che è ulteriormente gratificato dal valore estetico (e socio-simbolico) della raccolta filmica (l'uniformità del confezionamento di ogni singolo Dvd, ancor meglio se provvisti di un cofanetto graficamente allettante che li possa poi contenere) e dalla ricchezza e quantità dei titoli da mettere in bella vista nella propria libreria di casa.²⁹⁶

295 ANEE, *Il mercato dell'editoria multimediale* (a cura di Roberto Liscia), Guerini, Milano, 2009, p. 134.

296 Come cita la stessa Rizzoli nel promuovere la propria Divisione Collezionabili: «[...] raccolte di cinema, teatro, grandi produzioni televisive ormai introvabili in Dvd e collane di libri da collocare nella propria libreria come un vero patrimonio da conservare, spaziando dalle raccolte

Ancora più chiaro a riguardo è Carlo Cresto-Dina, presidente della casa di produzione Eskimosa e direttore delle collane *Real Cinema* e *Le nuvole*, edite da Feltrinelli:

«Le nostre collane si riferiscono a un pubblico di appassionati che non entra nelle normali videoteche, ma che ama il cinema e lo cerca al di fuori dei circuiti tradizionali. Abbiamo pensato che proporre a questo pubblico un prodotto che mettesse insieme il film e un libro di approfondimenti, potesse essere interessante. Poi ci siamo chiesti: che tipo di cinema cerca un lettore come questo? E ci è sembrato di intuire una sorta di vuoto in Italia per un cinema attento ai temi politici e sociali dell'attualità, un'urgenza di comprendere il nostro tempo buio ed indecifrabile.²⁹⁷

Proprio su queste collane che mirano a comprendere questo nostro tempo «buio e indecifrabile», e che per farlo ricorrono a una serie più o meno nota di film politici, vale la pena soffermarsi.

a) Feltrinelli - La collana *Feltrinelli Real Cinema*.

La collana *Feltrinelli Real Cinema* nasce nel 2004 congiuntamente alla società di produzione Eskimosa, di cui si è già parlato, in un'ottica di rilancio del comparto audiovisivo della casa editrice interessata a rafforzare la propria immagine di industria culturale dedicata all'impegno civile e all'analisi del reale (in tutte le sue sfaccettature). E' sostanzialmente una collezione di documentari e cinema politico, cui fa seguito la collana di cinema d'autore *Le Nuvole*, composta da libro inedito e Dvd, e resa possibile grazie agli accordi stipulati dalla Feltrinelli con alcuni grandi distributori di cinema italiano, Bim in primo luogo, ma anche Mikado, Lucky Red e, più occasionalmente, Fandango e 01

dei grandi classici latini e greci, alla biblioteca dei classici del pensiero filosofico, alla collana dedicata ai grandi misteri d'Italia, alla biblioteca di psicologia. Insomma: collane e collezioni per tutti i gusti, che aiutano ognuno a coltivare le proprie passioni, al giusto prezzo» (www.rcsmediagroup.it).

²⁹⁷ C. GELATO, *Nuovi pubblici per Feltrinelli. Il progetto Eskimosa*, Cinema&Video International, n. 3/4-2007 (consultabile on line al sito www.cinemaevideo.it).

Distribution. La collana è edita con scadenze variabili ed è commercializzata solo nelle librerie Feltrinelli e sul portale della casa editrice. Il progetto, che all'oggi ha raggiunto ben 56 numeri, si rivolge a un pubblico di cultura medio-alta dagli interessi molteplici. I curatori la presentano così:

«Una collana di documentari in libreria? Sì, ma non solo. Una collana di saggi in forma di film? Perché no. Una collana di cinema politico? Anche. È una collezione di “film del reale”. È fatta soprattutto di film-documentari».²⁹⁸

Una collana decisamente variegata, quindi, dal costo variabile da un minimo di 13.90 euro per il Dvd *Fahrenheit 9/11* di Michael Moore a un massimo di 21.90 per il Dvd di *Studio Azzurro*, uno dei più importanti laboratori di videoarte e sperimentazione visiva, entrambi con annesso libro inedito.²⁹⁹ Nella collana, infatti, rientrano titoli di classico cinema politico, insieme a documentari e film detti genericamente “del reale”. Un modo utile per attingere a un ampio calderone e spaziare agilmente tra titoli di sicuro successo commerciale e altri decisamente più di nicchia, talmente ampio da giustificare la compresenza di film come *Hotel Rwanda* di Terry George (2004) e *La cosa di Le Paige e Moretti*, sicuramente politici nell'accezione più verace del termine, con film che politici lo sono in senso decisamente più lato, come *Zidane, un ritratto del XXI secolo* (2006) di Douglas Gordon e Philippe Parreno o il documentario *Inside Gola profonda* (2005) di Fenton Bailey e Randy Barbato. Una politica, quella editoriale della Feltrinelli, che ha dato comunque i suoi risultati, e ha portato a una media di 15-20 mila copie vendute a titolo nel primo anno di pubblicazione, il 2004, con in testa alla classifica prodotti come il già citato *Fahrenheit 9/11*, *I diari della motocicletta* (2004) di Walter Salles, *road movie* tratto dai diari del mito rivoluzionario Che Guevara, e *The Corporation*

²⁹⁸ Dalla presentazione della collana sul sito ufficiale della casa editrice: www.feltrinellieditore.it/RealCinema.

²⁹⁹ B. DI MARINO (a cura di), *Tracce, sguardi e altri pensieri*, Milano, Feltrinelli, 2007, per il Dvd di Studio Azzurro, mentre una raccolta di saggi, commenti, interviste e altri materiali inediti per il film di Michael Moore.

(2003) dei canadesi Achbar e Jennifer Abbott, documentario tratto dall'omonimo libro di Joel Bakan, sul potere delle multinazionali.³⁰⁰

b) RCS/Fabbri Editore – *Cinema e misteri d'Italia*.

Interamente dedicato al cinema italiano è invece la collana realizzata dal Gruppo Rizzoli tramite marchio Fabbri Editori, celebre casa editrice dedicata al settore dei libri di testo e delle pubblicazioni a dispense. A partire dall'agosto 2007 la Fabbri ha lanciato una nuova collana di film dal titolo *Cinema e misteri d'Italia*. Ogni film è venduto in edicola settimanalmente al costo di 9,90 euro per ogni uscita, quindi decisamente meno rispetto alla collana edita dalla

³⁰⁰ Di seguito l'elenco completo dei film pubblicati nella collana Feltrinelli Real Cinema: *Fahrenheit 9/11* di Michael Moore (2004), *I diari della motocicletta* di Walter Salles (2004), *The Corporation* di Jennifer Abbot, Marc Achbar e Joel Bakan (2003), *The Agronomist di Jonathan Demme* (2003), *Segretaria di Hitler* di André Heller e Othmar Schmiderer (1999), *My Architect* di Nathaniel Kahn (2003), *Mondovino* di Jonathan Nossiter (2004), *Hotel Rwanda* di Terry George (2004), *Super Size Me* di Morgan Spurlock (2004), *La morte sospesa* di Kevin MacDonald (2003), *Inside Gola profonda* di Fenton Bailey e Randy Barbato (2005), *Comandante* di Oliver Stone (2003), *Enron* di Alex Gibney (2005), *Salvador Allende* (2004) & *La memoria ostinata* (1997) di Patricio Guzmán, *Paradise now* di Hany Abu-Assad (2005), *Una storia americana* di Andrew Jarecki (2003), *Moolaadé* di Ousmane Sembène (2004), *L'incubo di Darwin* di Hubert Sauper (2004), *Siamo tutti in ballo* di Marilyn Agrelo (2005), *Elio Petri, appunti su un autore* di Federico Bacci, Nicola Guarneri e Stefano Leone (2005), *La voce di Pasolini* di Matteo Cerami e Mario Sesti (2005), *Brasileirinho* di Mika Kaurismäki (2005), *Billy, ma come hai fatto?* Di Volker Schlönd (1992), *Studio Azzurro. Videoambienti, ambienti sensibili* di Fabio Cirifino, Paolo Rosa, Stefano Roveda, Leonardo Sangiorgi, *Cecosamanca*, AA.VV. (2006), *La cosa. Il fare politica, cronache della Toscana rossa* (1982-2004) di Hugues Le Paige e Nanni Moretti, *S-21 La macchina di morte dei Khmer Rossi* di Rithy Panh (2003), *Frank Gehry creatore di sogni* di Sidney Pollack (2005), *U.S.A. contro John Lennon* di David Leaf e John Scheinfeld (2006), *Zidane, un ritratto del XXI secolo* di Douglas Gordon e Philippe Parreno (2006), *Cina Chung Kuo* di Michelangelo Antonioni (1972), *Death of a President* di Gabriel Range (2006), *Mario Schifano tutto* di Luca Ronchi (2001), *Nazirock* di Claudio Lazzaro (2008), *Vogliamo anche le rose* di Alina Marazzi (2007), *Maradona by Kusturica* di Emir Kusturica (2008), *Il mondo perduto. I cortometraggi di Vittorio De Seta. 1954/1959* di Vittorio De Seta, *Il nemico del mio nemico* di Kevin MacDonald (2007), *Shine a light* di Martin Scorsese (2008), *L'avvocato del terrore* di Barbet Schroeder (2007), *Patti Smith: dream of life* di Steven Sebring (2008), *Hearts of darkness: diario dall'Apocalisse e Coda: trent'anni più tardi* di Fax Bahr, Eleanor Coppola e George Hickenlooper, *La via del petrolio* di Bernardo Bertolucci (1967), *Inge film* di Simonetta Fiori e Luca Scarzella (2010), *Draquila – L'Italia che tremava* di Sabina Guzzanti (2010), *La bocca del lupo* di Pietro Marcello (2009), *H.O.T. – Human Organ Traffic* di Roberto Orazi (2009), *The Cove* di Louie Psihoyos (2009), *The September issue* di R. J. Cutler (2009), *The universe of Keith Haring* di Christina Clausen (2007), *Voci libere dalla Birmania - Burma VJ* di Anders Østergaard (2010), *La voce Stratos* di Monica Affatato e Luciano D'Onofrio (2010), *Terra Madre* di Ermanno Olmi (2009), *Rip! A remix manifesto* di Brett Gaylor (2009), *Man on wire* di James Marsh (2008), *Per amore dell'acqua. Flow* di Irena Salina (2010).

Feltrinelli. Il programma dell'opera prevedeva 26 film totali che si sono però ridotti a 22 (*Porte aperte* di Gianni Amelio è stato l'ultimo titolo uscito nel gennaio 2008).³⁰¹

All'interno della collana troviamo film culto dell'epoca storica del cinema politico, come i due capolavori di Petri, *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (1970) e *La classe operaia va in paradiso* (1971), *Il sospetto* (1975) di Citto Maselli e il *Sacco e Vanzetti* (1971) di Giuliano Montaldo, insieme a film più recenti, dal *Giovanni Falcone* (1993) di Ferrara a *I cento passi* (2000) di Giordana e *Segreti di Stato* (2003) di Paolo Benvenuti. A ciascun Dvd è allegato un fascicolo che contiene numerosi approfondimenti critici, recensioni, notizie e curiosità sul set e la lavorazione del film, il regista e gli attori, oltre a un capitolo con i riferimenti alla cronaca e al contesto storico.

A riguardo, è interessante notare la strategia di promozione della collana, che viene pubblicizzata come:

«un appuntamento con le storie più oscure d'Italia... Gli episodi di cronaca più inquietanti della recente storia italiana, dal caso Moro all'omicidio Falcone, dalla strage di Ustica ai casi dei banchieri Calvi e Sindona».³⁰²

E' chiara l'intenzione di puntare sull'aspetto più propriamente investigativo dei film proposti, di collocarli innanzitutto all'interno della categoria delle *detection stories*. Gli eventi di cronaca sono importanti in questa sede non tanto

³⁰¹ La collana comprende i seguenti film (si elencano in funzione della data di uscita in edicola): *Giovanni Falcone* di Giuseppe Ferrara (1993), *I cento passi* di Marco Tullio Giordana (2000), *Il caso Moro* di Giuseppe Ferrara (1986), *Il muro di gomma* di Marco Risi (1991), *I banchieri di Dio* di Giuseppe Ferrara (2002), *Mussolini - Ultimo atto* di Carlo Lizzani (1974), *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* di Elio Petri (1970), *Pasolini - Un delitto italiano* di Marco Tullio Giordana (1995), *Sacco e Vanzetti* di Giuliano Montaldo (1971), *Vite strozzate* di Ricky Tognazzi (1996), *Tre colonne in cronaca* di Carlo Vanzina (1990), *La classe operaia va in paradiso* di Elio Petri (1971), *Segreti di Stato* di Paolo Benvenuti (2003), *Un uomo perbene* di Maurizio Zaccaro (1999), *Il sospetto* di Francesco Maselli (1975), *Placido Rizzotto* di Pasquale Scimeca (2000), *Un uomo da bruciare* di Orsini e F.lli Taviani (1962), *Gli invisibili* di Pasquale Squitieri (1988), *Il delitto Matteotti* di Florestano Vancini (1973), *Colpire al cuore* di Gianni Amelio (1983), *Processo per direttissima* di Lucio De Caro (1974), *Porte aperte* di Gianni Amelio (1990).

³⁰² Dal sito internet della casa editrice: www.edicolafabbri.it.

perché hanno segnato drasticamente un pezzo di storia italiana, ma perché sono casi irrisolti, per l'appunto dei misteri, le cui vicende restano legate a verità giudiziarie ambigue o quanto meno parziali che lasciano spazio a verità alternative. In sostanza, storie accattivanti da seguire come in un romanzo, con l'aggiunta del "basato su fatti reali" che è sempre un significativo vantaggio in termini di *marketing*. E infatti, di questo si tratta. Di un'operazione di *marketing* che tende ad avvicinare questo tipo di film, storicamente legati a un'idea di rigore morale e impegno politico, sia da parte di chi li realizzava sia di chi ne fruiva, ai cugini "disimpegnati" (e relativo pubblico), ovvero a quei prodotti che a vario titolo rientrano nel genere noir-poliziesco. Prodotti, questi ultimi, orientati tendenzialmente al solo intrattenimento del pubblico, interessati a smuovere guadagni più che le coscienze, e che tanto successo hanno ottenuto nell'ultima decade. In particolare, ci riferiamo al filone ampiamente sfruttato da Carlo Lucarelli e affini,³⁰³ in tutta la loro produzione di libri e sceneggiature, ma soprattutto alla fortunata trasmissione televisiva da lui condotta, *Blu Notte* (che a sua volta deve al modello delle video-inchieste di Gianni Minoli). Il programma, che dalla quarta stagione si specifica in *Blu Notte - Misteri italiani*,³⁰⁴ è incentrato per l'appunto sul lato *mystery* di fatti di cronaca nera più o meno noti, ricostruiti in forma narrativo-documentaristica e legati, nelle prime tre stagioni, a delitti diciamo così "della porta accanto", per passare nelle

³⁰³ Ci riferiamo in particolare a trasmissioni come *Enigma*, programma in onda su Raitre dal 2001 ad oggi, concepito da Francesco Cirafici, Stefano Rizzelli e Andrea Vianello, condotto per due edizioni dallo stesso Andrea Vianello e dal 2005 da Corrado Augias, che si propone di cercare di fare luce sui misteri della storia; al programma *Correva l'anno*, trasmesso sempre su Raitre e ideato sempre da Francesco Cirafici e Stefano Rizzelli, che sviluppa attraverso documentari un avvenimento storico o una biografia. Tutte le puntate sono chiuse da un editoriale di Paolo Mieli.

³⁰⁴ La serie ha subito alcuni cambiamenti di nome nel corso degli anni. Trasmessa nel 1998, la prima stagione aveva come titolo *Mistero in blu*. La seconda e la terza avevano invece come titolo semplicemente *Blu notte*. Dalla quarta stagione la trasmissione prende il titolo di *Blu notte - Misteri italiani*. Dal 2010 la trasmissione prende il titolo di *Lucarelli racconta*. La prima stagione viene trasmessa da Raidue, in seconda serata; dalla seconda serie passa su Raitre, sempre in seconda serata mentre dalla settima stagione la trasmissione è stata promossa in prima serata, sempre su Raitre.

stagioni successive a esaminare intrighi e complotti di portata nazionale (ancora Sindona, Calvi, Mattei, ecc).

Il cinema politico, in sostanza, viene declinato nel quadro dei *faits divers*, della giallistica da racconto noir. O direttamente, come avviene nella produzione televisiva, o per vie traverse, come nel caso della collana Dvd di cui abbiamo detto. E infatti, i curatori della collana si guardano bene dall'utilizzare il termine "politico" nel pubblicizzare il progetto, riferendosi agli autori dei film come ai «maggiori esponenti del cinema sociale e di inchiesta»,³⁰⁵ forse perché dire politico è dire tutto e niente, o forse perché dire politico spaventa, almeno in termini di vendite.

5.3 «¡Que viva internet!»: usi ed abusi del *web*.

Non si è particolarmente originali nel dire che l'avvento del *web*, e in particolare del *web 2.0* che ha introdotto l'interattività e tutte le forme di interazione sociale (*social network*) e di produzioni culturali dal basso (*user generated content*), ha radicalmente cambiato il panorama non solo dei media, ma dell'intera società umana. Così è e occorre prenderne atto.

Come durante ogni rivoluzione, anche in questa, che è di portata mondiale, troviamo chi inneggia alla grandiosità del progresso e ai benefici che l'*information technology* e, in particolare, la nascita di internet ha portato con sé, sia gli apocalittici detrattori che vedono nella rete la mano armata della globalizzazione, ovvero, a loro avviso, il peggiore dei mali del mondo. Un aspetto, però, su cui chiunque si trova d'accordo è che la rete ha aperto le porte a un numero elevatissimo di persone che non solo possono apprendere notizie provenienti da svariate fonti (pluralismo informativo),³⁰⁶ ma possono loro stessi

³⁰⁵ Sempre dal sito internet della casa editrice: www.edicolafabbri.it

³⁰⁶ «L'attuale diversificazione dei canali comunicativi assume un'importanza politica perché amplia la varietà di voci che possono essere ascoltate: anche se alcune di esse sono dominanti rispetto ad altre, nessuna parla a titolo di un'autorità indiscussa» (H. JENKINS, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007, p. 226).

farsi attori protagonisti nella produzione e proliferazione di determinati saperi (enciclopedie libere come wikipedia) o fatti e opinioni (*citizen journalism*, *blog* e via discorrendo). Un processo, insomma, di democratizzazione dell'informazione, una cooperazione sociale verso quell'intelligenza collettiva e quella cyberdemocrazia tanto glorificate da Pierre Lévy.³⁰⁷ Come scrive, infatti, il sociologo e politologo Domenico Carzo:

Tra le nuove tecnologie [internet] è indubbiamente quella che maggiormente pare in grado di rivoluzionare l'idea di democrazia. Negli ultimi anni, infatti, il *Web* è diventato una sorta di potenziale 'scialuppa di salvataggio', per uscire dalla crisi che era stata teorizzata da Habermas negli anni Sessanta. [...] Internet, in veste di *new-media*, potrebbe rappresentare la nuova sfera pubblica: con le sue capacità di abbattere le barriere spazio-temporali, infatti, il *Web* si propone come un'agorà mondiale.³⁰⁸

Internet, quindi, come un'antica ed enorme *polis* in cui sorgono un numero altissimo di agorà elettroniche. Ovviamente, però, anche i più entusiasti studiosi del fenomeno conoscono bene sia le potenzialità quanto i limiti del mezzo. Resta il fatto che il *web* ha contribuito, per citare Jenkins, «al passaggio da una concezione individualistica di cittadino informato a una più collaborativa di cittadino monitorante»,³⁰⁹ e quindi – rimanendo nel discorso che ci interessa – a porre le basi per il consumo e lo scambio di film politici che trovano sbocco proprio in funzione e/o grazie alla rete. Questo significa, nel concreto, un nuovo (per così dire) utilizzo di vecchi film appartenenti all'epoca del cinema politico, ma significa anche nuove forme di produzione come i *web-film*, di cui parleremo a breve. Con l'avvento della banda larga e il superamento del cosiddetto *digital divide*, infatti, la diffusione di prodotti audiovisivi sulla rete è andata incrementando, rendendo possibili nuove forme di distribuzione come il

³⁰⁷ Cfr. P. LÉVY, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1996 e P. LÉVY, *Cyberdemocrazia. Saggio di filosofia politica*, Milano, Mimesis, 2008.

³⁰⁸ D. CARZO (a cura di), *I media e la polis*, Milano, Franco Angeli, 2007, pp. 58 e 59.

³⁰⁹ H. JENKINS, *Cultura Convergente*, op. cit., p. 225.

già citato caso delle piattaforme digitali per la visione di film in *streaming* o il diretto acquisto in *download* di film. Forme di consumo oggi alquanto diffuse in Italia, soprattutto nella loro versione illegale (la tanto discussa pirateria che starebbe affossando se non il mercato cinematografico, quanto meno quello del noleggio). Eppure, per il cinema politico, e in particolare per tutti quei prodotti qui definiti a basso costo, il *web* resta comunque una delle vie privilegiate per arrivare al proprio pubblico. Innanzitutto per questioni di affinità di genere, perché la rete è intrinsecamente politica, stimola cioè a nuove forme di partecipazione collettiva che hanno valore in quanto tali, a prescindere dal fatto che si tratti di trovare informazioni circa un gioco televisivo – l'esempio degli *spoilers* del programma *Survivors* citato sempre da Jenkins nel suo *Cultura convergente* – o che riguardi l'organizzazione di un movimento di contestazione sociale (rimanendo in Italia, i vari *Meet-up* legati a Beppe Grillo).

Queste forme di cultura popolare producono anche effetti politici, rappresentando degli spazi ibridi dove ridurre la complessità politica (e cambiarne il linguaggio) così da acquisire la competenza di cui abbiamo bisogno per partecipare al processo democratico.³¹⁰

Internet è diventato quindi il luogo d'azione privilegiato non solo di tutto un microcosmo contro-culturale fatto di *blog*, di siti di informazione alternativa, di creazione di *culture jamming*³¹¹ e di produzioni *grassroots* volte a esprimere una prospettiva diversa rispetto a quella offerta dai media di massa, ma anche di

³¹⁰ H. JENKINS, *Cultura convergente*, op. cit., p. 226.

³¹¹ «Il *culture jamming*, traducibile in italiano con 'sabotaggio culturale' (o anche con 'interferenza culturale') è una pratica contemporanea che mira alla contestazione dell'invasività dei messaggi pubblicitari veicolati dai mass media nella costruzione dell'immaginario della mente umana. La pratica del *culture jamming* consiste nella decostruzione dei testi e delle immagini dell'industria dei media attraverso la tecnica dello straniamento e del *détournement*, cioè lo spostamento di immagini e oggetti dalla loro collocazione abituale per inserirli in un diverso contesto semantico dove il loro significato risulti mutato, se non capovolto. Il risultato è in genere la trasmissione di un messaggio di critica radicale del sistema economico che avviene per mezzo dello stravolgimento del suo apparato ideologico-pubblicitario, nel tentativo di liberare l'individuo dal ruolo di ricevente passivo e indurlo a un consumo critico e consapevole del linguaggio dei media» (Fonte: wikipedia).

spin doctors in grado di modificare e manipolare notizie a vantaggio di una o dell'altra fazione politica.³¹²

5.3.1 Fenomeni di spindoctoring: il caso Nazirock.

Addentrando nella giungla di internet per cogliere qualche caso di particolare interesse, è utile porre fin da subito un primo campanello di allarme che ci avverta – come già in molti fanno – dei pericoli di un atteggiamento ingenuamente idealista nei confronti della rete. Internet non è una panacea alle distorsioni dell'istituzione democratica, una sorta di terra vergine dove finalmente sboccherà il virgulto dell'informazione libera contro le censure del giornalismo *mainstream*. Se non altro, proprio perché la rete è talmente democratica che chiunque può trovare il modo di esprimersi. E il parere di tutti è il parere di nessuno.

La rete, ad esempio, è diventata ormai un mezzo di comunicazione fondamentale per qualsiasi campagna elettorale (e in questo Barack Obama è stato maestro). Ma il flusso informativo in rete rischia costantemente di essere deviato, di essere soggetto a operazioni di *spin-doctoring*, ovvero di voluta deformazione. In questa sede ci basti sottolineare le due anime speculari di questo fenomeno, aspetto che servirà poi per capire come circolano determinati prodotti video di stampo politico in rete: una è l'anima che potremmo definire "dichiarata", quella in cui la deformazione del messaggio originale è volutamente evidente. Tra questi, i fenomeni più diffusi sono i cosiddetti *politic busting*, per usare la definizione coniata dal sociologo De Kerckhove, fenomeni

³¹²«Lo *spin doctor* viene definito dal dizionario della Oxford University Press come una 'persona incaricata di presentare le scelte di un partito politico sotto una luce favorevole'. Nel corso del Novecento, il termine è andato assumendo un significato deteriore. Poiché *spin* è il termine usato nel gioco del baseball per indicare il moto rotatorio o effetto impresso dal lanciatore alla palla, '*spin doctor*' è definizione che è venuta a indicare l'autore di raggiri o il manipolatore di parole o notizie. Con esso si indicano in politica sempre più spesso i portavoce e i consiglieri degli uomini politici e, a volte, gli stessi uomini politici» (Fonte: wikipedia).

di alterazione creativa e iconica, generalmente di stampo parodistico.³¹³ Siamo nell'ambito degli *user-generated content*, o come specifica certa critica di settore, dei *voter-generated content*. Per fare un esempio nostrano, è il caso del “generatore automatico di manifesti”, versione aggiornata dell'ormai affermato “fotoritocco”, ovvero un programma che un *blogger* dallo pseudonimo di “Paul The Wine Guy” aveva sviluppato e caricato sul proprio sito in occasione della campagna elettorale per le elezioni politiche del 2008 e con il quale era possibile modificare il cartellone pubblicitario dell'UdC, dove le iniziali che identificano il partito fungevano da acronimo per lo slogan “Un Disegno Comune”.³¹⁴ Tramite il programma, quindi, era possibile cambiare lo slogan del partito e avere un'immagine del cartellone modificato semplicemente digitando il nuovo acronimo all'interno del generatore di manifesti. Ovviamente, questo ha dato il via alle più ironiche trasformazioni, ma il risultato più apprezzato e poi diffuso in rete è stato quello di “Un Divorziato Cattolico”, slogan satirico che fa ovviamente riferimento alla situazione coniugale del leader dell'UdC Pier Ferdinando Casini, che nel manifesto appare con i figli avuti dalla seconda moglie.

L'aspetto più interessante, però, è che proprio quest'ultimo cartellone ha ingenerato un equivoco decisamente curioso. Sull'onda delle vicende sentimentali che hanno visto protagonista il premier Silvio Berlusconi con l'allora seconda moglie Veronica Lario, un giornalista di *Panorama*, Mario Sechi, pubblicò un articolo commentando a un certo punto la campagna elettorale dell'UdC e relativi manifesti.

³¹³ «[Questi fenomeni] sono quel tipo di “alterazione” creativa e iperbolica nei confronti di una riconosciuta autorità politica che due famosi studiosi dei nuovi media, De Kerckhove e Susca, hanno chiamato *politics busting* – sulla falsariga del movimento di *ad busting* che propone la parodia dei prodotti pubblicitari» (Fonte: www.weblog.it).

³¹⁴ Il sito www.paulthewineguy.com su cui era possibile accedere al generatore automatico di manifesti non è più attivo.

Nell'articolo, pubblicato l'8 maggio 2009, si leggeva:

«Casini è un politico cattolico e un padre di famiglia liberal, i manifesti della sua campagna per le elezioni europee ne sono un esempio. Pier Ferdinando in compagnia dei figli nati dal suo matrimonio con Azzurra e uno slogan che riporta alla normalità della vita perfino le saette che s'incrociano in queste ore fra Arcore e Macherio: "Un divorziato cattolico"». ³¹⁵

Segni, probabilmente confrontandosi solo con la rete, scambiò il manifesto modificato con quello ufficiale. Non solo, ma si espresse anche in un'interpretazione della campagna:

«Passato e presente di Casini si fanno rivendicazione politica in quello slogan, ricordano che il divorzio è una dimensione a tratti ultra, ma col tempo assolutamente terrena dell'esperienza di un uomo e una donna, è il gioco delle coppie che può durare per sempre o spezzarsi». ³¹⁶

Quest'ultimo esempio rappresenta perfettamente quel che si intende con "seconda anima dello *spin-doctoring*". Quella che possiamo definire, cioè, sotterranea, connaturata al mezzo internet. Lo *spin-doctoring* genera caos, equivoci, quindi inaffidabilità delle fonti che circolano in rete. Trasportando questo discorso sul piano del prodotto filmico di stampo politico, si traduce in un gap strutturale di autorevolezza o meglio di attendibilità. Che non significa solo autorevolezza e attendibilità di un certo discorso storico-politico. Per intenderci, l'attendibilità della ricostruzione delle indagini sulla strage di Ustica proposta da Risi nel *Muro di gomma* è passibile di critiche laddove Risi – e tramite lui, Andrea Purgatori – avanza l'ipotesi dell'architettata insabbiatura del caso, senza poter fornire documenti o testimonianze inappellabili a supporto di tale tesi. Con Risi possiamo essere d'accordo o meno, abbracciare la sua versione oppure rifiutarla. Ma per gli oggetti-film che ci arrivano dalla rete,

³¹⁵ L'articolo è consultabile all'indirizzo: <http://blog.panorama.it/italia/2009/05/08/lario-berlusconi-ex-first-coniugi-divorzio-ma-non-dagli-elettori>.

³¹⁶ *Ibidem*.

oltre a questo aspetto, c'è uno scarto ulteriore. Prendiamo un caso emblematico in questo senso. *Nazirock - Come sdoganare la svastica e i saluti romani* è un film documentario di Claudio Lazzaro che esplora la cultura di estrema destra italiana. Il film, come si è detto, non ha trovato distribuzione in sala ed è uscito direttamente in Dvd. Come accade ormai per ogni film, una sua versione pirata è circolata anche in rete. Ma una versione decisamente *unofficial*. Nella versione originale, infatti, il documentario conclude con una serie di interventi di negazionisti dell'Olocausto, a cui segue – dopo l'immagine di un gruppo di Forza Nuova inneggiante a “più nazifascismo” – una lunga sequenza di immagini di repertorio relative al ghetto di Varsavia e ai campi di concentramento. Immagini proposte senza alcun tipo di audio, né di commento sonoro. Proprio su questa sequenza finale sono intervenuti alcuni cosiddetti “falsari” che vi hanno invece sovrapposto una canzone dei Negrita, *Rotolando verso sud* – con ovvie conseguenze sul piano semantico e patemico – e hanno poi caricato il file all'interno dei portali *peer-to-peer*, soppiantando con questa versione la diffusione del film originale (o almeno così ha sostenuto il regista).³¹⁷

Benché un qualsiasi spettatore dotato di un minimo di buon senso (e di buon gusto) si possa rendere facilmente conto dell'intervento di manomissione, che pure è stato ufficialmente denunciato dal regista alla Polizia delle Comunicazioni,³¹⁸ di fatto risulta evidente il danno percettivo allo status di attendibilità di qualsiasi video che circoli liberamente in rete. Diverso il caso dei siti ufficiali dei film. Quei siti dove si presume che l'autore, o un gruppo di curatori operanti sotto il beneplacito dell'autore, gestisca i contenuti pubblicati in rete. Ma generalmente dai siti ufficiali non è possibile visionare l'intero film, almeno non senza debito pagamento, che è purtroppo il deterrente maggiore alla

³¹⁷ Ha dichiarato infatti il regista: «Chi ha scaricato la versione modificata del mio film, che purtroppo è quella più diffusa in rete, penserà che sono un degenerato, un pazzo furioso», tratto dal sito www.nazirock.it.

³¹⁸ Con che esiti non è dato sapere, se non che il file corrotto, in effetti, non è più rintracciabile sulla rete.

distribuzione *on line* finché saranno possibili alternative “gratuite”. Ma questo riguarda l’industria cinematografica nel suo complesso e l’irrisolta questione della pirateria informatica.

5.3.2 Pirateria e social network.

E’ interessante notare come le nuove arene dei *social network* stiano diventando un canale privilegiato per lo scambio di informazioni su come reperire in rete film altrimenti non visibili senza un certo dispendio in termini di tempo, oltre che di denaro. Questo riguarda soprattutto i titoli che non hanno ricevuto una distribuzione in sala e sono spesso esclusi anche dai circuiti di video-noleggio. Come gli esperti di comunicazione (e soprattutto di *marketing*) ben sanno, la rete è uno strumento dalle enormi potenzialità per la circolazione di informazioni, circolazione che avviene nella maggior parte dei casi in modo incontrollato, tanto che si parla per l’appunto di diffusione virale (o di *marketing* virale, quando è legato alla promozione di beni o servizi). La propagazione di dati, immagini, articoli, news, *link*, avviene di persona in persona in modo velocissimo e senza che la fonte iniziale possa davvero gestirne la diffusione (se non in modo molto approssimativo), appunto come si propaga un virus, di contatto in contatto. Fenomeno, questo, reso ancora più efficace con l’avvento della piattaforma di *facebook*.

Da un lato, quindi, quello che prima era il cosiddetto “effetto passaparola” che molto ha influito sul successo di certi prodotti cinematografici (dove l’opinione altrui ha un’influenza significativa per decretarne l’*appeal*), ora è amplificato enormemente data la velocità con cui pareri e opinioni si trasmettono grazie alla rete. Ma non solo, la rete è un veicolo esso stesso di prodotti audiovisivi, si è detto in buona parte tramite canali illegali che permettono di accedere al film violandone i *copyright*. Per questo è facile trovare siti che non solo consigliano la visione di un determinato film, ma che ne riportano anche il

link esatto da cui poterlo vedere in *streaming* (generalmente tramite il portale *megavideo*).³¹⁹ Tra queste *community* citiamo in particolare il sito “La rivelazione”,³²⁰ sorta di portale ipercomplotista che sostiene l’esistenza (e quindi intende combattere) di «una cospirazione che vuole prendere il controllo dell’intero mondo e schiavizzare le persone in un feudalistico e socialista Nuovo Ordine Mondiale»,³²¹ scagliandosi per altro contro ogni altro movimento similmente anti-cospirazionista come lo Zeitgeist Movement di cui si dirà a breve, ma anche contro personalità come Beppe Grillo, considerato anch’egli parte più o meno consapevole del mondiale complotto di cui sopra. Tra le varie sezioni il sito presenta anche un *forum* in cui sono postati consigli di lettura e cinematografici, dove si trovano tra le altre cose riferimenti per accedere direttamente a una serie di film incentrati sulla persona di Silvio Berlusconi, tra cui *Quando c’era Silvio*, *Shooting Silvio* e *Bye Bye Berlusconi*.

Proprio su questo tema, ovvero sul Presidente del Consiglio, la rete ha dato vita a un’infinità di gruppi (*blogger* di satira, di contro-informazione, ecc), tra cui citiamo il gruppo sorto su *facebook* inizialmente denominato “Papi Go Home Io Non Ti Voto!”, quindi “Free Italy”, gestito per l’appunto da un gruppo di attivisti che intendono muoversi per «un’Italia migliore».³²² Nelle varie sezioni del sito si trova anche un *thread* dal titolo “Documentari, film su Berlusconi o attinenti”, dove vengono elencanti svariati film con relativi *link* per visione in *streaming* o possibilità di *download* (ovviamente illegale).³²³ Tra i titoli presenti nell’elenco: *Videocracy*, *Quando c’era Silvio*, *Le dame e il*

319 *Megavideo* è un sito per la trasmissione in diretta di video flash, di proprietà di *Megaupload*, sito di *hosting* internazionale di proprietà di *Megaupload-Limited* di Hong Kong disponibile in 18 lingue. Il dominio *Megaupload.com* attrae almeno 10 milioni di visitatori l’anno dal 2009 secondo uno studio di *Compete.com*.

320 Il sito è <http://larivelazione.it>. Il sito presenta anche un sottotitolo “Scegli: vivere nella menzogna o nella verità?”, correlata a un’immagine in cui due mani porgono una pillola blu e una pillola rossa, chiaro riferimento al film *Matrix* dei fratelli Wachowski.

321 *Ibidem*.

322 Si legge nelle info del gruppo: «Noi. Free italy, siamo un grande e unito gruppo, di informazione, di lotta culturale, di libera espressione, approfondimento politico, concertazione, di satira... Ma soprattutto di valori e idee per un’Italia migliore» (www.facebook.com/pages/Free-Italy)

323 Sorta di esproprio proletario *post-litteram*.

Cavaliere, Uccidete la democrazia, Draquila, ancora *Bye Bye Berlusconi* e tutta una serie di interviste televisive a o sul premier presenti soprattutto sul portale di *youtube*. Interessante notare la presenza di altri film che possiamo definire “di mafia” e che vengono qui postati, per l’appunto, “per attinenza” con il personaggio, ovvero: *Gomorra, La siciliana ribelle, Un altro paese, Alla luce del sole, Il Divo, I cento passi*. Si tratta pur sempre di pirateria, quindi di forme illecite di diffusione di materiali soggetti a copyright, ma va sottolineato che per certi film (quelli la cui distribuzione è sostanzialmente negata), questa forma di circolazione è e resta l’unica al momento in grado di dare a questo tipo di prodotti una visibilità altrimenti impossibile. E per certi autori (pensiamo a Deaglio, ma non solo), il poter arrivare al pubblico – qualsiasi il modo – prescinde da ogni interesse di carattere economico.

Infine, è interessante notare che direttamente sui due portali più utilizzati di *video-sharing*, ovvero *google-video* e *youtube*, è possibile ritrovare anche interi lungometraggi di celebri titoli come *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (1970) di Elio Petri e *I banchieri di Dio* (2002) di Giuseppe Ferrara, portali che di fatto non potrebbero violare le leggi del *copyright* e che infatti dovrebbero provvedere a rimuovere questo tipo di oggetti. Ma, si sa, le falle operative rispetto a questo genere di questioni sono ancora molto ampie.

5.3.3 Produzioni grassroots: i web film.

Tanto quanto l’invenzione e diffusione dell’*home video* ha portato a casi sempre più frequenti di film che hanno saltato la distribuzione in sala per essere commercializzati direttamente in formato Dvd, tanto la rete ha portato alla produzione di film nati direttamente per il *web*, realizzati attraverso *software* di *video-editing* e circolanti in forma gratuita tramite i principali siti di *video-sharing*. Il termine *web film* è stato introdotto dagli internauti per differenziare i video prodotti appositamente per la pubblicazione internet dai film distribuiti

attraverso media tradizionali e convertiti poi in formati compatibili con il *web*. Il *web film*, quindi, definisce di fatto un oggetto in funzione della sua codifica tecnologica e della sua destinazione d'uso e non per il suo contenuto o per particolari caratteristiche estetiche. Di conseguenza, all'interno della categoria del *web film* rientra di tutto. Dai cortometraggi amatoriali a veri e propri lungometraggi.³²⁴ Rispetto a questi ultimi, i “wikipediani” anglofoni (i più informati, in merito) contano otto lungometraggi nati per il *web*, che hanno classificato in una sotto-categoria denominata “documentari internet”. Senza addentrarsi in un'analisi caso per caso, è interessante notare come ben sei di questi film trattino questioni di carattere politico e due di essi siano interamente incentrati sulla strage dell'11 settembre (*Loose Change* e *911: In Plane Site*), mentre gli altri li potremmo definire a vario titolo quali “film cospirazionisti”.

A titolo esemplificativo, citiamo il caso del film *Zeitgeist – The movie film* lanciato in rete nel 2007, dapprima sul sito *zeitgeistmovie.com* e poi distribuito anche attraverso la piattaforma di Google Video e via Torrent, uno dei più diffusi programmi per il *video-sharing* direttamente scaricabile dalla rete. In rete ne circolano diverse versioni, sottotitolate anche in italiano e in tutte le principali lingue straniere, a cui è seguito nel 2008 un secondo capitolo intitolato *Zeitgeist: Addendum*. Prodotto e realizzato da Peter Joseph, *Zeitgeist* è un documentario diviso in tre parti. La prima parte si occupa di religione intesa come mito. La seconda riprende i fatti dell'11 settembre, sviluppando la teoria del complotto organizzato. La terza traccia un filo conduttore tra tutti i grandi conflitti bellici di dimensione mondiale che hanno coinvolto gli Stati Uniti, dalla prima guerra mondiale alla seconda Guerra del Golfo, coinvolgendo importanti istituti bancari in pratiche di signoraggio. *Zeitgeist – Addendum*,

³²⁴ Ai cortometraggi amatoriali dal 2003 è dedicato un festival in Francia, il *Festival du film web amateur*, che si svolge ogni anno tra aprile e maggio a Oloron-Sainte-Marie, piccolo comune dell'Aquitania, nei pressi del confine spagnolo.

invece, prosegue sulla falsariga del precedente, proponendo una propria analisi del sistema economico mondiale e dei processi di indebitamento monetario.³²⁵

Al di là della qualità dei contenuti – decisamente opinabili – è comunque da notarne la qualità formale di entrambi i film. Essi sono infatti confezionati con criteri estetici decisamente migliori rispetto alla stragrande maggioranza dei film amatoriali che circolano in rete, aspetto che avvicina questo tipo di oggetti, almeno all'apparenza, a prodotti di stampo professionale e in qualche modo li carica di una dose aggiuntiva di autorevolezza.

Attenendosi a quanto dichiarato dal regista Peter Joseph, *Zeitgeist* ha raggiunto una stima di 50 milioni di spettatori in tutto il mondo,³²⁶ aggregando una folta schiera di appassionati, tanto da portare all'organizzazione dello Z-Day, *meeting* annuale che si tiene a metà marzo di ogni anno dal 2008, durante il quale si ritrovano tutti i sostenitori di quello che è stato definito “The Movement”. Nel marzo 2009 si è tenuto il secondo Z-Day, a cui il *New York Times* ha dedicato un articolo dal chiaro piglio ironico e da cui veniamo a sapere che alla serata hanno comunque partecipato quasi 900 persone, 900 persone che hanno pagato 10 dollari a testa per sedere all'auditorium del “Manhattan Community College” e ascoltare Peter Joseph, i loro guru.³²⁷ In Italia, invece, l'evento si è tenuto in 12 città diverse, tra cui ovviamente anche Roma, Milano e Torino, ma in questi casi, senza guru.

5.3.4 Casi di debunking: Attivissimo vs. Zero.

Rimanendo in quest'ambito, vale la pena sottolineare un altro fenomeno abbastanza interessante e sorto in opposizione a questo tipo di produzioni, che è il cosiddetto *debunking*. Il *debunking* – letteralmente “ridicolizzare” – è un

³²⁵ Oltre che gratuitamente dalla rete, entrambi i film sono acquistabili anche sul portale di Amazon in versione Dvd *full quality*, al costo di 10 dollari ciascuno.

³²⁶ Fonte: www.nytimes.com/2009/03/17/nyregion/17zeitgeist.html?_r=1.

³²⁷ *Ibidem*.

processo di demistificazione volto per l'appunto a decostruire possibili teorie complottiste e, in generale, a smascherare tutte quelle cosiddette “bufale informatiche” che circolano soprattutto grazie alla rete. Il *debunker* si occupa di tutto, dai celebri gatti bonsai³²⁸ all'attacco alle Torri Gemelle. In Italia, celebre *debunker* è Paolo Attivissimo, traduttore, giornalista, divulgatore informatico, ma soprattutto noto “cacciatore di bufale”, che possiede e gestisce numerosi *blog* e un proprio sito internet (www.attivissimo.net). Rispetto alla questione 11 settembre, rimanendo in ambito di produzioni nostrane,³²⁹ citiamo a riguardo il testo che Attivissimo ha elaborato in risposta al documentario *Zero – Inchiesta sull'11 settembre* di Giulietto Chiesa e Franco Fracassi, film, come si è detto, presentato in versione preliminare nel 2007 al Festival Internazionale di Roma, poi ri-editato e venduto direttamente in Dvd al prezzo di 23,90 euro. Il film è stato fortemente criticato da Attivissimo, il quale ha provveduto a passare al setaccio il film nel suo volume *Zerobubbole: Oltre 100 stupidaggini tecniche, errori gravi e manipolazioni dei fatti nel Dvd Zero di Giulietto Chiesa e Franco Fracassi*. Questo solo per dare un ultimo esempio di quel processo continuo di produzione e contro-produzione informativa di cui la rete è spettatore e creatore indiscusso, e da cui poi (spesso) capita di non saper più distinguere il capo e la coda. Processo che, come abbiamo avuto modo di vedere, non risparmia nemmeno il cinema politico, o meglio il cinema politico per e nel *web*.

³²⁸ Per diverso tempo è circolato tramite mail un appello disperato per interrompere la pratica barbara dell'allevamento di gatti bonsai. Secondo tale appello commercianti senza scrupoli avevano dato avvio a un fiorente smercio di gatti costretti in bottiglie che crescendo venivano deformati nei modi più atroci. A rafforzare la notizia vi erano allegate alcune foto che dimostravano gli esiti raccapriccianti di tali pratiche. Ovviamente, tutto ciò si è dimostrato un'assurda invenzione (anche di un certo cattivo gusto), che è però riuscita a diffondersi notevolmente grazie soprattutto all'apporto emozionale determinante dei fotomontaggi.

³²⁹ Ovviamente, Attivissimo ha commentato anche tutti i web-film di stampo cospirazionista di cui abbiamo parlato sopra.

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV., *La città del cinema: produzione e lavoro nel cinema italiano, 1930-1970*, Napoleone, Roma, 1979.
- ADORNO T. – HORKHEIMER M., *Dialettica dell'illuminismo*, Einaudi, Torino, 1997.
- ALTMAN R., *Film/Genre*, BFI, London, 1999.
- ANDERSON C., *La coda lunga: da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino, 2010.
- APRA' A., *Per non morire hollywoodiani: notizie dal cinema di fine millennio*, Reset, Milano, 1999.
- AREZZO L. - MECUCCI G., *Cinema, profondo rosso: come la sinistra ha costruito l'egemonia sul cinema italiano, facendone una spreco poli di celluloidi, capace di produrre soltanto film-flop*, Ed. speciale per Free Foundation for Research on European Economy, Libero Free Foundation, 2007.
- ARGENTIERI M., *La censura nel cinema italiano*, Bulzoni, Roma, 1974.
- BACHLIN P., *Il cinema come industria: storia economica del film*, Feltrinelli, Milano, 1958.
- BAGELLA M., *L'economia latitante. Il cinema italiano e la globalizzazione*, in V. ZAGARRIO (a cura di), *Il cinema della transizione: scenari italiani degli anni Novanta*, Marsilio, Venezia 2000.
- BARTHES R., *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino, 2007.
- BELPOLITI M., *Settanta*, Einaudi, Torino, 2001.
- BENEDETTI C., *Pasolini contro Calvino*, Bollati Boringhieri, Milano, 1998.
- BERRY S., *Genre*, in T. MILLER – R. STAM (eds.), *A Companion to Film Theory*, Blackwell, Malden, (Mass)- London, 1999.
- BETTI L., *Pasolini: cronaca giudiziaria, persecuzione, morte*, Garzanti, Milano, 1977.
- BISONI C., *Gli anni affollati: la cultura cinematografica italiana (1970-79)*, Carocci, Roma, 2009.
- BOBBIO N., *Destra e sinistra. Ragioni e significati di una distinzione politica*, Donzelli, Roma 1994.

- BOLTER J. D. – GRUSIN R., *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e associati, Milano, 2002.
- BORDWELL D. - THOMPSON K., *Storia del cinema e dei film*, Il Castoro, Milano, 1998.
- BOSCHETTI C., *Risorse e strategie di impresa. Il caso delle imprese cinematografiche*, Il Mulino, Bologna, 1999.
- BOURDIEU P., *Campo del potere e campo intellettuale*, Manifestolibri, Roma, 2002.
- BOURDIEU P., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna, 1983.
- BOURDIEU P., *La responsabilità degli intellettuali*, Laterza, Bari, 1991.
- BRUNETTA G. P., *Gli intellettuali italiani e il cinema*, Mondadori, Milano, 2004.
- BRUNETTA G. P., *Guida alla storia del cinema italiano: 1905-2003*, Einaudi, Torino, 2003.
- BRUNETTA G.P., *Cent'anni di cinema italiano. Dal 1946 ai giorni nostri*, Laterza, Bari, 2006.
- BRUSCHINI A. – TENTORI A., *Città violente – Il cinema poliziesco italiano*, Tarab, Firenze 1998.
- CARLUCCI G. – BORDON W., *Il mercante e l'artista. Per un nuovo sostegno al cinema: la via italiana al "tax shelter"*, a cura di A. Zaccone Teodosi, B. Zambardino, A. Pasquale, Spirali, Milano, 2008.
- CARZO D. (a cura di), *I media e la polis*, Franco Angeli, Milano, 2007.
- CASSETTI F. - FANCHI M. (a cura di), *Terre incognite. Lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film*, Carocci, Roma, 2006.
- CASSETTI F. – SALVEMINI S., *E' tutto un altro film: più coraggio e più idee per il cinema italiano*, EGEA, Milano, 2007.
- CASSETTI F., *Film Genres. Negotiation Processes and Communicative Pact*, in QUARESIMA – RAENGO – VICHI (a cura di), *La nascita dei generi cinematografici*, ora in ID. *Communicative Negotiation in Cinema and Television*, Vita e Pensiero, Milano, 2002.
- CENTRO STUDI CINECITTÀ HOLDING, *Il mercato cinematografico italiano 2005*, Roma, 2007.

- CHITI – POPPI – LANCIA, *Dizionario del cinema italiano. I film. Dal 1945 al 1959*, Vol. 2, Gremese Editore, Roma, 2000.
- CHITI – POPPI – LANCIA, *Dizionario del cinema italiano. I film. Dal 1990 al 2000*, Vol. 6. Gremese Editore, Roma, 2000.
- COLOMBO F. – EUGENI R. (a cura di), *Il prodotto culturale: teorie, tecniche di analisi, case histories*, Carocci, Roma, 2001.
- COLOMBO F. – EUGENI R., *Il prodotto culturale: teorie, tecniche di analisi, case histories*, Carocci, Roma, 2001.
- CORSI B., *Con qualche dollaro in meno: storia economica del cinema italiano*, Editori Riuniti, Roma, 2001.
- CORTI G., *Occulta sarà tua sorella! Pubblicità, product placement, persuasione: dalla psicologia subliminale ai nuovi media*, Castelvecchi, Roma, 2004.
- CREMONINI G., *Storia generale del cinema*, Lucarini, Roma, 1987.
- DALLI D. - GISTRÌ G. - BORELLO D., *Marche alla ribalta. Il product placement cinematografico in Italia e la sua gestione manageriale*, Egea, Milano, 2008.
- DE BERNARDI A. – FLORES M., *Il Sessantotto*, il Mulino, Bologna, 1998.
- DE BERNARDINIS F. (a cura di), *Storia del cinema italiano. 1970-1976*, Marsilio - Edizioni di Bianco & Nero, Venezia, 2008.
- DE BERNARDINIS F., *Nanni Moretti*, Il Castoro, Milano, 2001.
- DELLA CASA S., *Il cinema militante*, in G. Canova (a cura di), *Storia del cinema italiano*, vol. XI, 1965-1969, Marsilio-Bianco e Nero, Venezia-Roma 2002.
- DEMATTÉ C. – PERRETTI F., *L'impresa televisiva: principi economici e variabili strategiche*, Etas, Milano, 2002.
- DI MARINO B. (a cura di), *Tracce, sguardi e altri pensieri*, Feltrinelli, Milano, 2007.
- DOUGLAS M., *Questioni di gusto: stili di pensiero tra volgarità e raffinatezza*, il Mulino, Bologna, 1999.
- ECHAURREN P. – SALARIS C., *Controcultura in Italia. 1967 – 1977: viaggio nell'underground*, Bollati Boringhieri, Torino, 1999.

- ECO U., *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano, 2005.
- FALDINI F. - FOFI G. (a cura di), *L'avventurosa storia del cinema italiano raccontata dai suoi protagonisti: 1960-1969*, Feltrinelli, Milano, 1981.
- FANTONI MINNELLA M., *Non riconciliati: politica e società nel cinema italiano dal neorealismo a oggi*, UTET, Torino, 2004.
- FILIZZOLA R., *Schermi del potere: il politico nel cinema e in televisione*, ANCCI, Roma, 1987.
- FISKE J., *Understanding Popular Culture*, Routledge, London and New York, 1989.
- FOFI G., *Il cinema italiano: Servi e padroni*, Feltrinelli, Milano, 1973.
- FRACASSI F., *Il quarto Reich: organizzazioni, uomini e programmi dell'internazionale nazista*, Editori riuniti, Roma, 1996.
- GANDINI L. - BELLAVITA A. (a cura di), *Ventuno per undici: fare cinema dopo l'11 settembre*, Le mani, Recco, 2008.
- GINZBURG C., *Spie, Radici di un paradigma indiziario*, in A. GARGANI (a cura di), *Crisi della ragione*, Einaudi, Torino, 1979.
- GRASSO A., *Enciclopedia della televisione*, Garzanti, Milano, 1996.
- GUNDLE S., *I comunisti italiani tra Hollywood e Mosca. La sfida della cultura di massa*, Giunti, Firenze, 1995.
- HALL S. – MELLINO M., *La cultura e il potere: conversazione sui cultural studies*, Meltemi, Roma, 2007.
- HALL S., *Encoding/Decoding*, in *Culture, Media, Language*, Routledge, Londra, 2002.
- HALL S., *La cultura e il potere: conversazione sui cultural studies*, Meltemi, Roma, 2007.
- IASEVOLI G., *Il marketing dei diritti televisivi: strategie di license stretching*, Atti del IX Congresso Internazionale Marketing Trends in Europe, Venezia, 2010.
- ITANES, *Il ritorno di Berlusconi. Vincitori e vinti nelle elezioni del 2008*, il Mulino, Bologna, 2008.
- ITANES, *Perché ha vinto il centro-destra*, il Mulino, Bologna, 2001.

- JENKINS H., *Cultura convergente. Dove collidono i vecchi e i nuovi media*, Apogeo, Milano, 2007.
- KING G., *La nuova Hollywood: dalla rinascita degli anni sessanta all'era del blockbuster*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2004.
- KOTLER P. – ARMSTRONG G., *Principi di marketing*, Pearson, Milano, 2006.
- LANNA L. – ROSSI F., *Fascisti immaginari. Tutto quello che c'è da sapere sulla destra*, Vallecchi, Firenze, 2003.
- LÉVY P., *Cyberdemocrazia. Saggio di filosofia politica*, Mimesis, Milano, 2008.
- LÉVY P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996.
- LISCIA R. (a cura di), *Il mercato dell'editoria multimediale*, Guerini, Milano, 2009.
- MANCINO A.G. - ZAMBETTI S., *Francesco Rosi*, Il castoro, Milano, 1998.
- MANCINO A.G., *Il processo della verità. Le radici del film politico-indiziario italiano*, Kaplan, Torino, 2008.
- MANZOLI G. – NEGRI F., *Modi della circolazione neomediale del cinema politico italiano*, in *Atti del convegno "Corto Circuito: il cinema contemporaneo nella rete"*, Bologna, 25 - 26 maggio 2009.
- MANZOLI G., *Euforia delle merci e lotta di classe: da Ercole a Fantozzi. Cinema popolare e società italiana dal boom economico alla neotelevisione (1958-1976)*, Carocci, Roma, 2009.
- MANZOLI G., *From Salò to Gomorra: the Influence of Pier Paolo Pasolini's Political Perspective on Independent Italian Cinema*, in *Cinema and Politics*, Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, 2009.
- MCLUHAN H. M., *Understanding Media. The Extension of Man*, Routledge, Londra, 1964.
- MICHELETTI M. – FOLLESDAL A. – STOLLE D., *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*, Transaction Books, New York, 2004.
- MICONI A. (a cura di), *Introduzione alla mediologia*, Sossella, Roma, 2000.

- MINNELLA M. F., *Non riconciliati: politica e società nel cinema italiano dal neorealismo a oggi*, UTET libreria, Torino, 2004.
- MONTINI F. – SPILA P. (a cura di), *Gian Maria Volonté: un attore contro*, Bur, Milano, 2005.
- MOORES S., *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*, Sage, Londra, 1993.
- MORIN E., *Lo spirito del tempo*, Meltemi, Roma, 2002.
- MOSCATI I. (a cura di), *1969, un anno bomba: quando il cinema scese in piazza*, Marsilio, Venezia, 1998.
- NELLI R.B – BENSI P., *Il product placement nelle strategie di convergenza della marca nel settore dell'intrattenimento*, Vita&Pensiero, Milano, 2007.
- ORTOLEVA P., *Cinema politico e uso politico del cinema*, in De Bernardinis (a cura di), *Storia del cinema italiano*, cit.
- PAPI G., *Accusare: storia del Novecento in 366 foto segnaletiche*, ISBN, Milano, 2004.
- PASOLINI P.P., *Cinema: industria e cultura: Cinema Moderno*, La Biennale di Venezia. Settore cinema e spettacolo televisivo, Bianco e nero, 28 ottobre 1974.
- PECORARO S. et al., *Lo stato delle cose: vizi privati, pubbliche virtù nel cinema italiano*, ANAC, Roma, 2008.
- PELLIZZARI L., *Rosi, Petri, Maselli e altri: il "vero" e il "falso" politico*, in *Storia del cinema. Italia anni '70 e le nuove cinematografie*, Marsilio, Venezia, 1981.
- PERRETTI F. - NEGRO G., *Economia del cinema. Principi economici e variabili strategiche del settore cinematografico*, Etas, Milano, 2003.
- PESCATORE G., *L'ombra dell'autore. Teoria e storia dell'autore cinematografico*, Carocci, Roma, 2006.
- PEZZOTTA A., *Ragia Damiano Damiani. Il cinema – La pittura*, Cec-Cinemazero-Cineteca del Friuli, Udine-Pordenone, 2004.
- QUARESIMA L. – FERRERO A. – GRIGNAFFINI G., *Il cinema italiano degli anni '60*, Guaraldi, Roma-Firenze, 1977.
- QUARESIMA L. – RAENGO A. – VICHI L., (a cura di), *I limiti della rappresentazione: censura, visibile, modi di rappresentazione nel cinema*, Atti del 6. Convegno Internazionale di Studi sul Cinema, Udine, 17-20 marzo 1999.

- QUARESIMA L. – RE V. (a cura di). *Play the movie: il dvd e le nuove forme dell'esperienza audiovisiva*, Kaplan, Torino, 2010.
- REPETTO C. - TAGLIABUE M., *La vita è bella? Il cinema italiano alla fine degli anni '90*, Il Castoro, Roma, 2000.
- RINALDI G. - CRECCHI P., *Beppe Grillo. La biografia non autorizzata del comico che fa tremare la Casta*, Aliberti, Reggio Emilia, 2007.
- SABELLI FIORETTI C., *Il rompiballe*, Reggio Emilia, Aliberti, 2008.
- SALVEMINI S. (a cura di), *Il cinema impresa possibile: la sfida del cambiamento per il cinema*, EGEA, Milano, 2002.
- SALVEMINI S. (a cura di), *Il cinema italiano: imprenditorialità, efficienza, innovazione*, Litograph's, Roma, 1992.
- SPILA P. – MONTINI F. (a cura di), *Gian Maria Volontè. Lo sguardo ribelle*, Fandango, Roma, 2005.
- TASSONE A. – RIZZA G. - TOGNOLOTTI A. (a cura di), *La sfida della verità. Il cinema di Francesco Rosi*, Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani / Aida, Roma-Firenze, 2005.
- TRAVAGLIO M. – VELTRI E., *L'odore dei soldi. Origini e misteri delle fortune di Silvio Berlusconi*, Editori Riuniti, 2001.
- TRIMARCHI M., *Economia e cultura*, Franco Angeli, Milano, 1993.
- TURNER F., *From Counterculture to Cyberculture*, The University of Chicago Press, Chicago, 2006.
- USAI A. - CICCARONE G., *Il mercato del cinema in Italia*, in LA TORRE M. (a cura di), *La finanza del cinema*, Bancaria, Roma, 2006.
- USAI A. - MONTANARI F. - DELMESTRI G., *Il cinema tra arte e box office: reputazione e relazioni*, in SALVEMINI S., SODA G. (a cura di), *Artwork e network*, Egea, Milano, 2001.
- UVA C. – PICCHI M., *Destra e Sinistra nel cinema italiano: film e immaginario politico dagli anni '60 al nuovo millennio*, Edizioni Interculturali, Roma, 2006.
- VALENTINI N. – VALENTINI M., *I rompiballe*, Sperling & Kupfer, Milano, 1977.

ZAMBETTI S., *Il cinema italiano degli anni Settanta: le strutture, il pubblico, il mercato, l'associazionismo*, in *Storia del cinema. Italia anni '70 e le nuove cinematografie*, Marsilio, Venezia, 1981.

ZOLA D. (a cura di), *Dopo la politica. Democrazia, società civile e crisi dei partiti*, Edizioni dell'asino, 2008.

Saggi e articoli su riviste e quotidiani

AA.VV., «Cinema Nuovo», n. 213, settembre-ottobre 1971.

AA.VV., «Cinema Nuovo», n. 217, maggio-giugno 1972.

AA.VV., «Cinespettacolo», n. 4, dicembre 1946.

AA.VV., *1968 – 1972: Esperienze di cinema militante. Atti del Convegno «Il cinema politico italiano tra contestazione e consumo: le riviste cinematografiche a confronto»* (Bologna, 8-10 dicembre 1972), «Bianco e Nero», XXXIV, Roma, 1973.

AA.VV., *Contro l'ideologia del cinema d'autore*, in «Script», n. 6, 1994.

AA.VV., *Forme della politica nel cinema italiano contemporaneo. Da Tangentopoli al Partito Democratico e alle elezioni 2008*, in «Close-up: storie della visione», anno XII n. 23, ed. Kaplan, Torino, 2008.

ALONGE R. - TESSARI R., *Il contributo del nostro cinema alla politica del riformismo*, «Cinema Nuovo», CCXI, 1971.

ARISTARCO R., *Il formato ridotto per un cinema politico*, «Cinema Nuovo», CCIX, 1971.

BECCHETTI L., *La performance in sala dei film prodotti in Italia nel periodo 1985-1996*, in «L'industria», 3, 1999.

BORGNA G., *Un film sull'inconscio*, «Paese sera», 20 ottobre 1976.

Box Office. Il mondo del cinema e il suo business, Milano, Editoriale Duesse, 1997 – 2008.

BRUNO E., *L'equivoco del cinema politico*, in «Filmcritica», nn. 204-5, febbraio-marzo 1970.

Cineforum: quaderno mensile della Federazione italiana dei cineforum, n. 473-480, n. 482, FIC, Bergamo, 2009.

CINELLI P., *Promozione e marketing del cinema italiano*, Primmissima Trade, Anno 4, n. 1, Febbraio 2008.

CONDAL E., *Assistere a un film politico è compiere un gesto politico*, «Cinema Nuovo», CCXX, 1972.

CREMONINI G., *Ideologia della restaurazione nel cinema comico-politico*, in «Cinema Nuovo», n. 222, marzo-aprile 1973.

Critica reprint: rassegna quindicinale di critica cinematografica, C.T.A., Milano; Anno II n. 10, Gennaio 1970; Anno II n. 14 – 15, Marzo 1970; Anno II n. 18, Novembre 1970; Anno II, n. 19-20, Dicembre 1970; Anno III n. 21, Gennaio 1971; Anno III n. 31, Settembre 1971; Anno III n. 35-36, Novembre 1971; Anno IV n. 1-2, n. 41-42, Gennaio 1972; Anno VII n. 71 Aprile 1976; Anno VII, n. 78-79, Settembre-Ottobre 1976; Anno VII n. 80, Novembre 1976.

FANTONI MINELLA M., *Il sogno di una cosa, ossia l'io politico morettiano*, «Cinecritica», n. 29, marzo 2003.

FERRERO A., *Il cinema dopo la contestazione* in «Contro l'industria culturale», Guaraldi, Firenze, 1971.

FOFI G., *La nostra vita e il pensiero comune. Cinema immorale per un paese amorale*, in «l'Unità», 4 giugno 2010.

FOFI G., *Pesaro e il cinema politico*, «Quaderni Piacentini», XXXV, 1968.

FRASCA G., *Osservare e ascoltare*, Cineforum n. 495, Anno 50, n. 5, Giugno 2010.

GIANNINI M., *Mondadori salvata dal Fisco. Scandalo “ad aziendam” per il Cavaliere*, «La Repubblica», 19 agosto 2010.

Il cinema italiano deve vivere, in «Film d'oggi», n. 15, 29 settembre 1945.

LIZZANI C., *Cinema e industria del film*, in «Il Contemporaneo», n. 37, giugno 1961.

MANCUSO V., *Io, autore Mondadori e lo scandalo “ad aziendam”*, La Repubblica, 21 agosto 2010.

PETERSON R., *In Search of Authenticity*, Journal of Management Studies, 42, 2005.

PICCOLILLO V., *Banda della Magliana e '68 agitano la sinistra. Il film di Placido, scontro su una frase. Il Manifesto: assurdo. Lucarelli difende la scelta*, «Corriere della Sera», 3 ottobre 2005.

PORRO M., *Così Venezia boccia Salvatore Giuliano*, «Corriere della Sera», 11 agosto 1999.

SCALFARI E., *Gli scrittori, i libri e il conflitto di interessi*, «La Repubblica», 25 agosto 2010.

SOLOMON M.R. – ENGLIS B.G., *Reality engineering: blurring the boundaries between commercial signification and popular culture*, Journal of Current Issues and Research in Advertising, 1994.

TOUBIANA S., *Entretien avec Nanni Moretti*, in «Cahiers du cinéma», n. 425, novembre 1989.

TRAVAGLIO M., *Annozero, vi racconto tutto. Intervista a Michele Santoro*, da «Il fatto quotidiano», 22 maggio 2010.

Sitografia

www.aamod.archivioluce.com

www.altreconomia.it

www.boxofficemojo.com

www.businessweek.com

www.chiarelettere.it

www.cineblog.it

www.cinecitta.com

www.cineconomy.com

www.cinema.beniculturali.it

www.cinemaitaliano.info

www.cinetel.it

www.cineuropa.org

www.comingsoon.it

www.culturacampania.rai.it

www.destradipopolo.net

www.edicolafabbri.it

[www.facebook.com/ pages/Free-Italy](https://www.facebook.com/pages/Free-Italy)

www.fandango.it

www.feltrinellieditore.it

www.filitalia.org
www.giuliettochiesa.it
www.hitparadeitalia.it
www.ilgiornaledellospettacolo.it
www.ilsole24ore.com
www.imdb.com
www.inviatospeciale.com
www.kulturadimazza.ilcannocchiale.it
www.la7.it
www.ledameeilcavaliere.blogspot.com
www.lombardiaspettacolo.com
www.lumiere.obs.coe.int
www.manifestolibri.it
www.megachip.info
www.mpa.org
www.mymovies.it
www.nazirock.it
www.netflix.com
www.nytimes.com
www.rcsmediagroup.it
www.repubblica.it/2009/08/sezioni/politica/rai-videocracy/rai-videocracy/rai-videocracy.html
www.sabinaguzzanti.it
www.siae.it
www.univideo.org
www.variety.com
www.weblog.it
www.worldwideboxoffice.com

Documenti e articoli dal web

ANICA, *Product Placement*, I quaderni dell'anica, 2008 – www.anica.it.

GELATO C., *Nuovi pubblici per Feltrinelli. Il progetto Eskimosa*, Cinema&Video International, n. 3/4-2007 – www.cinemaevideo.it.

MIBAC, *Relazione sull'utilizzazione del fondo unico per lo spettacolo. Anni 1995/2009* – www.spettacolodalvivo.beniculturali.it.

PROMETEIA - UNIVIDEO, *Rapporto Univideo 2009 sullo stato dell'Editoria Audiovisiva in Italia, 2010* – www.univideo.org.