



di Barbara Massimilla

# Sul crinale del nuovo cinema italiano

Non è certo il classico produttore di cinema, almeno quello che da sempre eravamo abituati ad immaginare associandolo ai risvolti commerciali dei film... Riccardo Tozzi alias la più emergente casa di produzione italiana, Cattleya, è un raffinato signore autenticamente appassionato del cinema e dei suoi destini. Forse si sta formando una nuova generazione di produttori italiani... sensibili all'ascolto della creatività, ma in particolare, pronti a *prendersi cura* del fare cinema. Sguardi allenati a considerare i limiti che il mercato impone senza dimenticare l'aspirazione irrinunciabile a divulgare il cinema come forma d'arte e cornice in cui si rappresentano tracce di vita... in alcuni casi anche ad intendere il cinema come *luogo* dove ci si può abbandonare a sensazioni di rigenerante leggerezza.

Un produttore, a me sembra, che modula le sue scelte su alcuni principi di fondo: garantire un buon avvenire al cinema e incrementare il suo sviluppo analizzando lo spirito dei tempi e le variazioni antropologiche nell'area del collettivo; proteggere l'etica dell'immagine e osservare i mutamenti che si registrano nel linguaggio delle rappresentazioni visive; saper interpretare di continuo la dialettica che esiste tra un autore e il pubblico, osservando la crescita e i percorsi che si riflettono dal punto di vista storico nella sua espressione artistica.

Alchimie complesse, messe a punto da chi vuole rendere una festa più intensa attraverso la scelta degli ingredienti necessari, del momento opportuno per comunicare una storia, del giusto mix tra emozioni e fantasia. Insomma, chi produce film deve concretamente realizzarli attraverso una sorta di *fabbrica* che ha costruito dentro di sé, un apparato mentale che programma e struttura un progetto creativo senza cessare

mai di osservare il mondo.

La capacità recettiva e l'intuito potrebbero essere le armi segrete di un produttore, le sonde che in questa professione esplorano la quotidianità in cui siamo immersi per cogliere in che area si collocano i gusti, le tendenze e i desideri della gente e come si trasformeranno nel tempo.

BM: Nel lontano '91, due anni dopo il crollo del muro, Wenders parlava di cinema europeo e fondava con registi, produttori, attori e autori europei l'European Cinema Society, che senza scopi di produzione o distribuzione voleva rappresentare la coscienza e l'autorità del cinema europeo. "La battaglia concerne la possibilità per i nostri film di avere un loro pubblico. Oggi, il cinema europeo, purtroppo, è diventato piccolo. Ma ciò non significa che debba darsi per vinto".

Che tipo d'evoluzione hai colto partendo dal discorso di speranza di Wenders di poter offrire un cinema di cultura e popolare al livello europeo o comunque esteso a un vasto pubblico?

RT: A distanza di anni stiamo assistendo ad un fenomeno molto diverso che si differenzia dalla meta iniziale a cui allude Wenders di ricercare un'identità collettiva europea. A sorpresa e in modo reattivo al processo di globalizzazione si stanno, a mio avviso, rinforzando le identità culturali nazionali a favore delle produzioni locali. Ovunque nel mondo, gli artisti, gli autori, i produttori, desiderano raggiungere il loro pubblico, talvolta ci riescono con successo, come in Francia dove la cinematografia nazionale è fortissima.

Esistono ad esempio realtà come quelle indiana, egiziana, cinese, della Corea del sud in cui la produzione non locale ha

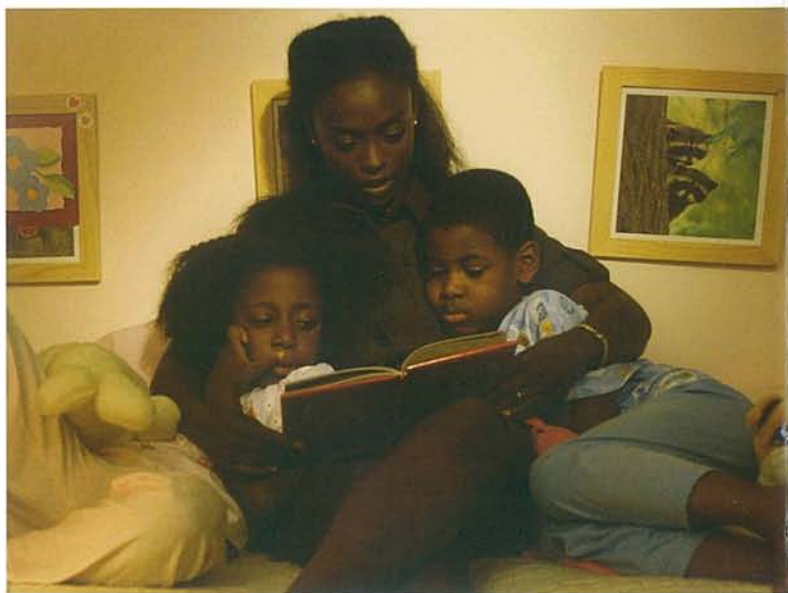


quote di mercato marginali. In nazioni come la Spagna, con forti articolazioni territoriali, emerge addirittura un cinema regionale; in India molti film circolano con i sottotitoli nei diversi territori nazionali. Questi processi di localizzazione non riflettono in senso stretto i confini di un paese bensì le differenti identità culturali, le anime culturali dei luoghi. Si è andato consolidando un forte desiderio di rispecchiamento del pubblico nel suo cinema nazionale, sulla base di questa necessità l'industria cinematografica dovrebbe cogliere l'opportunità di raggiungere il pubblico accogliendo questa profonda esigenza identitaria. L'ideologia dominante del cinema europeo negli anni '70-'80, aveva fatto perdere ai cineasti, il concetto che fare un film esprime il tentativo di rapportarsi ad un pubblico per attivare un ascolto, una relazione reciproca. Unicamente in Francia non è accaduto perché hanno sempre mantenuto vivo il rapporto con il loro pubblico. La Spagna ha avuto una fiammata nell'ambito del movimento culturale post-franchista, ad esempio con il cinema di Almodòvar, ma è ancora oscillante. Il cinema italiano attualmente sta avendo una straordinaria ripresa e sta conquistando il suo mercato. Tale fenomeno culturale generale del mercato cinematografico si associa ad un orientamento specifico del cinema americano, che si rivolge sempre più alle fasce giovanili concentrandosi quasi esclusivamente su un cinema "meccanico" d'azione e ad effetti speciali. Il cinema americano ha abbandonato il dramma e la commedia. L'unico film americano drammatico che ha avuto di recente un successo internazionale, è stato quello girato dal nostro Gabriele Muccino: *La ricerca della felicità*. La produzione americana non realizza un genere di film che permette l'attivarsi di dinamiche identificatorie, l'assenza di questa tipologia di film lascerebbe spazio negli altri paesi alle produzioni nazionali locali. In Italia la tendenza verso dramma e commedia è fortissima, credo che anche la Germania vada in questa direzione. Possiamo ricollegarci a Wenders: in Germania, cuore culturale dell'Europa, la riunificazione ha rappresentato una grande fonte d'ispirazione. I film tedeschi che abbiamo visto negli ultimi anni sono tutti collegati a quel tema. Quanto Wenders affermò nel '91 mi sembra ampiamente comprensibile... ma la posizione di molti autori intellettuali europei è rimasta quella di allora. Nella loro testa non è entrato il concetto che l'industria culturale nazionale del cinema non parte più da una posizione di debolezza ma da una posizione di forza che andrebbe considerata ed esercitata.

BM: Anziché il sogno del cinema europeo di Wenders si tratterebbe di dare rilievo al cinema che esprime le radici dell'identità specifica di ciascun popolo?

RT: Wenders stesso diceva che nessuno sa di preciso cosa sia il cinema europeo oppure lo sanno tutti e che la vera battaglia concerne invece nell'aver un pubblico. A me pare che non ci sia spazio per il cinema europeo in quanto europeo mentre esiste uno spazio per ogni singolo paese. Certamente è presente la curiosità per l'altro.

BM: A New York a proposito d'integrazione hanno rivisitato



la metafora del Melting Pot in cui la mescolanza prevede con la cottura degli elementi originari la trasformazione profonda di ciascuno, mentre sarebbe più pertinente parlare di Big Salade dove ogni elemento, pur nella vicinanza con l'altro, conserva la sua primaria identità. Riguardo al cinema, l'Europa tenderebbe naturalmente a far emergere lo specifico culturale di ogni nazione che la compone.

RT: Direi di sì, ma è probabile che con i tempi lunghi si possa sviluppare una maggior parentela.

Un prodotto locale potrebbe essere interessante sotto un certo profilo ma non necessariamente più bello di un prodotto internazionale. L'affermarsi di un cinema locale può non coincidere con un cinema di qualità, può soltanto significare che quel cinema dialoga con il pubblico del suo paese.

BM: A proposito di radici e d'identità vorrei riprendere il discorso sulla commedia. Fellini definiva la *commedia all'italiana* lo specchio di un certo momento della nostra società, ma non critico e d'indignazione bensì compiaciuto e ammiccante. E a chi lo accusava di deformare la realtà, rispondeva che invece lui la rappresentava seguendo il suo punto di vista e i suoi sentimenti, cercando l'equilibrio del racconto e spinto dalla necessità di far partecipare il pubblico. Una realtà filtrata, riorganizzata nella rappresentazione, che allude ad una "riconoscibilità tutta interiore", a un *sentimento estetico*. Mi sembra che Fellini metta a fuoco un passaggio fondamentale a proposito di autenticità e identificazione...

RT: La *commedia all'italiana* è finita da tempo perché è finito quel tipo di rapporto tra l'autore, il suo materiale, e i suoi personaggi. Scomodando Gramsci si trattava veramente del 'non' nazional-popolare, perché quegli scrittori e registi si mettevano in una posizione di superiorità rispetto ai loro personaggi e li osservavano come l'entomologo farebbe con le formiche. Alcuni film erano anche geniali e divertenti, c'erano capolavori come *Il sorpasso*, *Tutti a casa*, *I soliti ignoti*. L'intellettuale si sentiva superiore al popolo e lo metteva in scena con affetto ma anche prendendolo in giro. In una società di massa, la distanza tra l'intellettuale che rappresenta e l'oggetto rappresentato non è più credibile e chi ancora l'adotta diventa predicatorio e ridicolo. Attualmente il cinema italiano d'autore, che contiene anche la commedia, non



presenta tale distanza: l'autore ama i suoi personaggi, vi si rispecchia e ci s'identifica.

BM: L'impegno di cui parla Fellini a rappresentare la propria realtà interna. Non a caso lui aveva grande dimestichezza con la psicologia analitica e i sogni. A proposito del produttore il grande regista ne parlava quasi come della figura di un *genitore*, come colui che ha la funzione di aiutarti a realizzare il tuo sogno, senza imporre limiti alla creatività. Si dice che nel tuo lavoro sei un ottimista, che hai molto a cuore la ricerca.

RT: Agli inizi della mia carriera c'è stato un momento di svolta in cui sono diventato ottimista, era il momento peggiore a cavallo tra gli anni '70 e '80 e mi sembrava di assistere al crollo del cinema europeo al cospetto della grande ondata di cinema americano. Alcuni autori americani proponevano il racconto simbolico intriso di mitologia, un fenomeno culturale mondiale di elevato spessore. Sembrava che il nostro cinema potesse essere schiacciato da questo evento. Allora ebbi l'idea che ci potesse essere uno spazio per il nostro modo di raccontare puntando sulla televisione. Volevo produrre un buon racconto televisivo per battere l'equivalente produzione americana, più che per ottimista mi presero per cretino, perché non c'era traccia d'iniziativa simili. Con altri pionieri lavorai in questo campo per un decennio. Nel tempo si è creata così la grande industria della fiction che ha spazzato via completamente la produzione americana. Quando negli anni '90 mi spostai dalla televisione al cinema pensai che questo tipo d'esperienza fosse esportabile anche al cinema. Si trattava di aver fiducia nel processo che rinforzava le matrici di un'identità culturale nazionale.

Il mio ottimismo era legato a delle previsioni che si sono rivelate attendibili, frutto di un'analisi e non di un generico volontarismo.

BM: E sul rapporto con gli autori, la ricerca e le prospettive?

RT: In questi anni abbiamo lavorato molto con il cinema d'autore attingendo anche alla narrativa italiana che nel contempo ha raggiunto una densità di racconto traducibile nel cinema. Come dei cuochi abbiamo assemblato materia e stile, scrittura e regia, facendo crescere intorno degli attori con una levatura un po' mitica. Questa è stata l'alchimia che ha permesso l'affermarsi del cinema italiano d'autore in que-

sti anni. Ma ora la situazione sta cambiando, mi sento in una fase di riflessione perché stiamo acquisendo un vasto pubblico che viene da altre abitudini di consumo e questo potrebbe comportare l'abbassamento degli standard di qualità. Cosa diventa il cinema d'autore in questo contesto? Bisogna spingerlo in direzione più commerciale o mantenerlo minoritario o esiste una terza via? Potremmo riuscire a fare un cinema d'autore che conquisti ed elevi il pubblico più esteso che abbiamo portato al cinema italiano? Si apre una sfida più complessa di quella che abbiamo vinto negli anni passati: un cinema d'autore che possa dialogare con un pubblico più vasto. Tra il cinema di ricerca che giustamente non cerca il pubblico e che sperimenta il futuro e quello che produce dei buoni prodotti "medi", esiste il cinema di autori come Ozpetek, Comencini, Luchetti, Placido, Salvatores, Amelio, Bellocchio e altri. Da che parte refluirà questo cinema?

BM: Forse starà sul crinale.

RT: Non ho ancora una risposta, perché come sempre, quando una tendenza si dispiega, è già finita.

Si conquista il pubblico ma si perdono spazi di libertà. Tendenzialmente oggi il pubblico è composto da individui che sono alla ricerca di loro stessi. Desidera rispecchiarsi nelle problematiche esistenziali che il film rappresenta, e sentirsi toccato da toni più profondi o più leggeri, come ad esempio quelli di *Saturno contro* o *Bianco e nero*.

BM: Muovere affetti è importante. Il cinema che dà emozioni.

RT: Sicuramente, lo spettatore esce dal cinema rincuorato come se fosse avvenuta una trasmissione di calore, questo è un po' il crinale su cui ci si può addentrare.

BM: Tutto gira intorno alla necessità d'interiorizzazione, di creare un'intimità.

RT: Un contatto con te stesso che ti permette di relazionarti all'esterno con un'affettività più fluida.

Lo puoi notare anche sul volto della gente quando esce dalle sale. Il cinema italiano è in ascesa, un grande risultato, ma è utile ricordare che siamo entrati in un territorio sconosciuto. Non possiamo mantenere la mentalità dei pionieri, poiché il lavoro del *coltivatore* è diverso da quello del pioniere, penso che il *crinale* che abbiamo precisato nel nostro dialogo sia un sentiero che vale la pena di seguire. ●