

Il lavoro creativo ai tempi dell'emergenza

Criticità e prospettive dell'audiovisivo "in deroga"

di VALENTINA RE¹

1. Introduzione

Nel quadro drammatico dell'emergenza sanitaria e del durissimo impatto del lockdown sul settore audiovisivo, sono state diverse le iniziative che, sia sul piano nazionale che su quello internazionale, hanno cercato di "colmare" (seppur in forma necessariamente mediata) il distanziamento fisico necessario a bloccare il contagio da Covid 19: un tentativo che rispondeva certo a un'esigenza di informazione ma anche, contemporaneamente, a un bisogno di "contatto", di scambio e di confronto su quanto stava accadendo, sulle azioni che venivano messe in campo per sostenere il settore e sulle incertezze dello scenario che si profilava.

Sul piano internazionale, per esempio, e con un approccio istituzionale, lo European Audiovisual Observatory ha raccolto "in remoto" valutazioni e analisi dei membri del suo Advisory Board, in rappresentanza della molteplicità di attori che operano nel settore audiovisivo europeo, montandole in un documentario, *The European audiovisual sector in the time of COVID-19*, firmato da Alejandro Cabrera e organizzato in tre atti: la crisi, la resistenza, il futuro. Il documentario è stato presentato il 23 giugno in occasione del "Marché du film" di Cannes online, accompagnato da una "live chat" con esperti del settore².

Sul piano nazionale, e con un approccio volutamente più "intimo", possiamo menzionare il progetto "Post Virus. Le donne del cinema guardano avanti", creato da Maria Iovine per Original Sin

¹ Università degli Studi Link Campus University.

² Disponibili su YouTube: <https://youtu.be/RtKv25TjwwA>.

e WIFT&M Italia, in collaborazione con Josei, un «viaggio con le donne del cinema» in sette tappe, sette “chiacchierate” a distanza, per trasformare la «preoccupazione in progettualità»: « Post Virus entra nelle case di registe, direttrici di festival, autrici e non solo, per immaginare con loro proposte per un mondo che vuole uscire da una crisi epocale parlando di opportunità ed uguaglianza»³.

Pur muovendosi all’interno di un ambito decisamente più circoscritto e su una scala più modesta, è dalle stesse esigenze e con gli stessi obiettivi che nasce anche questo intervento, che rende conto del tentativo e della necessità di continuare a sviluppare, attraverso modalità a distanza, le attività in corso all’interno di progetti di ricerca già avviati, e contemporaneamente di riadattarle, dove possibile, ai mutamenti che stavamo vivendo.

In un breve periodo compreso tra il 6 e il 10 aprile sono stati intervistati, via mail o per telefono, alcuni dei professionisti del settore audiovisivo già coinvolti nelle ricerche del progetto europeo “DETECT. Detecting transcultural identity in European crime narratives”⁴. Più nello specifico, le interviste (non strutturate⁵) hanno privilegiato quelle figure che, pur nella drammaticità del momento, potevano continuare a svolgere il loro lavoro anche a distanza, come gli sceneggiatori, insieme a figure istituzionali di sostegno e raccordo rispetto alle aree più colpite (produzione, distribuzione, esercizio), come i responsabili delle film commission regionali. La sezione 3 raccoglie le loro voci, preceduta da una riflessione (sezione 2) sul consumo audiovisivo domestico nel periodo del lockdown⁶.

A distanza di sei mesi dalla fase più acuta dell’emergenza, gli stessi professionisti sono stati nuovamente contattati nelle stesse modalità, per provare a osservare dalla loro prospettiva come lo scenario si fosse evoluto⁷. Questo gruppo di interviste, commentate nella quarta e ul-

³ <https://mariaiovine.com/post-virus/>.

⁴ Per una presentazione del progetto Horizon 2020 «DETECT. Detecting Transcultural Identity in European Popular Crime Narratives» (Grant Agreement No. 770151) si rimanda al sito web: <https://www.detect-project.eu/>.

⁵ Le interviste si sono sviluppate a partire da due semplici quesiti:

1) Puoi raccontarci qual è l’impatto dell’emergenza sanitaria globale sul tuo lavoro?
2) Quali ritieni potrebbero essere le misure più adeguate a gestire e supportare la transizione verso la ripresa delle attività?

⁶ Entrambe le sezioni rielaborano una prima condivisione dei risultati in Re 2020.

⁷ Per questo secondo set di interviste sono state proposte tre domande:

tima sezione insieme ad alcuni dati su produzione ed esercizio, si è svolto nel periodo compreso tra il 10 settembre e il 14 ottobre 2020. Di per sé, la netta disparità nel lasso temporale necessario per raccogliere lo stesso numero di contributi è già indicativa della diversa fase che stiamo attualmente vivendo, in cui il ritmo delle attività lavorative è tornato ad accelerare. Ma, proprio mentre scriviamo, è anche il dato relativo alla diffusione del contagio a livello nazionale e internazionale che mostra un'accelerazione allarmante, con il superamento in Italia della soglia dei 10.000 contagi⁸.

Come vedremo, in continuità con la fase del lockdown, le riflessioni emerse nella nuova serie di interviste, oltre a offrire uno spaccato sulla fase di ripartenza, con le sue luci e le sue criticità, esprimono cautela e una condizione di profonda incertezza, coerente con i dati sempre più preoccupanti sui contagi, che innalzano la soglia dell'attenzione dopo un periodo di stabilità e relativo ottimismo.

2. Aprile 2020: “evadere” dall'emergenza

E-vadere, ovvero, «fuggir dal luogo in cui uno è chiuso». Tale luogo può essere naturalmente fisico e concreto, come il carcere, ma anche metaforico, come una particolare «condizione morale o spirituale», o «un modo di vita, che siano divenuti insopportabili o siano causa di disagio e di sofferenza»⁹: letterale o figurato che sia questo “ambiente” in cui ci troviamo rinchiusi, l'azione di evadere rappresenta un atto di liberazione. Eppure, quando parliamo di *letteratura d'evasione*, o di

1) Come sta proseguendo il tuo lavoro in questa fase di “ripartenza”? Siamo tornati alla “normalità”? Persistono “limitazioni”, o comunque cambiamenti (anche positivi) che ritieni significativi dal tuo punto di vista?

2) Retrospektivamente, dal punto di vista della tua professione, come valuteresti la gestione (disposizioni governative, associazioni di categoria, media, etc.) dell'emergenza, e come valuti ora quella della ripresa? Ci sono aspetti particolarmente positivi o negativi che vorresti evidenziare? Rilevi delle differenze particolari tra il settore televisivo e quello del cinema?

3) Nelle riflessioni condivise ad aprile, durante il lockdown, emergeva, insieme alla preoccupazione, una nota positiva, ovvero la speranza che quella situazione drammatica potesse trasformarsi in un'occasione di ripensamento e anche miglioramento di alcune criticità del settore. Dal tuo punto di vista, ritieni che questa occasione sia stata colta?

⁸ *Coronavirus, il bollettino di oggi 16 ottobre: 10.010 casi e 55 morti*, «la Repubblica», 16 ottobre 2020,

https://www.repubblica.it/cronaca/2020/10/16/news/coronavirus_il_bollettino_di_oggi_16_ottobre_-270736675/.

⁹ Vocabolario Treccani, <http://www.treccani.it/vocabolario/evasione/>.

cinema d'evasione, non è esattamente a un atto di liberazione da una condizione di difficoltà a cui pensiamo. Associata alle arti, ai media, ai racconti, l'evasione si carica immediatamente di connotazioni in qualche modo peggiorative: letteratura d'evasione sarebbe solo quella «letteratura che, all'opposto di quella "impegnata", elude prese di posizione ideologiche, problematiche sociali o morali, e simili, privilegiando invece contenuti, intrecci e situazioni in cui prevalgono la fantasia, il sentimento e l'avventura» (Treccani).

La condizione di distanziamento sociale (fase 1) in cui tutti ci siamo trovati dal 9 marzo al 3 maggio 2020 (e in cui tuttora, seppur con vincoli meno stringenti, ci troviamo) ci ha messi platealmente di fronte al pregiudizio di questo uso linguistico, e soprattutto ci ha fatto sperimentare con una forza inedita la capacità della letteratura, del cinema, della serialità televisiva, delle storie, insomma, di farci evadere (o "liberarci") in molti modi possibili: non necessariamente per fuggire verso mondi esotici e avventurosi, ma sempre per abitare temporaneamente mondi altri, che ci permettono di guardare da un altro punto di vista il "luogo" fisico o mentale in cui siamo chiusi. A ben guardare, un ragionamento analogo lo si potrebbe fare a proposito del termine *intrattenimento*, che rimanda alle azioni di «fare indugiare, ritardare, tenere a bada, ritenere presso di sé»¹⁰: ovvero, di trattenere, di assistere nella pausa, di accompagnare nella sospensione delle azioni – senza pregiudizi di "futilità".

Le prime a chiudere sono state le sale cinematografiche (2 marzo). Progressivamente, i festival sono stati via via rimandati o cancellati (come nel caso del festival di Cannes). Infine, si sono fermati i set¹¹. Improvvisamente, nell'ottica dell'emergenza, la dimensione radicalmente collettiva e in presenza dell'esperienza audiovisiva (di norma associata allo svago, al divertimento, all'arte) si è riconfigurata come "assembramento", e dunque come tale vietato in quanto pericoloso e imprevedibile veicolo di contagio. Così, chiusi nelle nostre case, im-

¹⁰ Dizionario etimologico online, <https://www.etimo.it/?term=intrattenere>.

¹¹ *Coronavirus, fermi 70 film e decine di set. Il cinema italiano compatto: "Torneremo in sala"*, titolava «la Repubblica» il 13 marzo 2019, https://www.repubblica.it/spettacoli/cinema/2020/03/13/news/coronavirus_fermi_70_film_e_decine_di_set-251187888/. Ancora prima che i provvedimenti normativi chiudessero i set, ci ha spiegato Federico Poillucci (presidente Friuli Venezia Giulia Film Commission), questi si sono bloccati perché le assicurazioni non riuscivano più a quotare il rischio per il "fermo set", divenuto troppo alto e troppo aleatorio, o lo quotavano a cifre inaccessibili ai produttori (un problema che peraltro rischia di ripresentarsi nella fase di gestione post-emergenza).

possibilitati a svolgere il nostro lavoro, oppure costretti a ripensarlo in forme mediate e “distanziate”, ci siamo rivolti all'unica forma di “evasione” legittima e disponibile, quella dell'intrattenimento domestico.

A fine luglio Univideo (l'associazione di categoria che rappresenta gli editori audiovisivi su media digitali e online) ha diffuso i primi dati relativi alla rilevazione qualitativa del consumo di prodotti audiovisivi durante il periodo di lockdown: «Dall'analisi» leggiamo nel comunicato stampa,

emerge una crescita sostanziale (+32% rispetto alla fase pre Covid) del tempo medio che le famiglie italiane hanno dedicato alla fruizione di contenuti di intrattenimento. In particolare nei mesi marzo, aprile e maggio 2020 si è registrato un +20% del tempo speso dalle persone attraverso il canale televisivo tradizionale e un +30% del tempo dedicato al consumo di contenuti attraverso il web. Un comportamento che ha tenuto, seppur con percentuali minori, anche durante la Fase 2¹².

In questo quadro, a far registrare le variazioni più significative e di maggiore tenuta è, senza troppe sorprese, il modello SVOD, ovvero della fruizione di contenuti on-demand su abbonamento (per intenderci, Netflix). E anche i dati presentati da APA (Associazione produttori audiovisivi) stimano che dal 2019 al 2020 il rapporto percentuale tra ricavi dei «mezzi classici» e ricavi online passerà dal 90% - 10% (2019) al 83/85% - 15/17% (2020), con un'incidenza sugli investimenti complessivi in produzione che per gli operatori VOD potrebbe salire dal 4% (2018) al 9/13% (stima 2022)¹³.

La cultura on demand (Tryon 2017; Re 2017) è parsa corrispondere in pieno alle esigenze della quarantena. Netflix si offre come un'autentica miniera di contenuti sempre nuovi da scoprire, un “serbatoio” potenzialmente infinito per alimentare il nostro bisogno di storie e di intrattenimento; un ricchissimo catalogo che ci permette di scegliere sempre che cosa guardare, quando guardarlo, senza dover sotto-

¹² *Mercato audiovisivo italiano: Rapporto Univideo 2020*, 27 luglio 2020, <https://www.univideo.org/news-48-mercato-audiovisivo-italianorapporto-univideo-2020.html?read=true>. Il rapporto è disponibile sul sito di Univideo.

¹³ *APA presenta il 2° Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale*, 16 ottobre 2020, <https://www.apaonline.it/news/apa-presenta-il-2-rapporto-sulla-produzione-audiovisiva-nazionale/>. Il rapporto è disponibile sul sito.

stare a vincoli esterni alle nostre esigenze, e dove guardarlo – in famiglia se lo desideriamo, ma anche nel privato del nostro smartphone se lo preferiamo.

Anche le anticipazioni (diffuse già a fine aprile 2020) dei risultati dell'ottavo Rapporto di Ricerca dell'Osservatorio Generazione Proteo¹⁴, realizzato in piena emergenza Covid-19, confermano questo scenario. Moltissimi ragazzi hanno scelto di trascorrere molto del loro tempo libero in quarantena guardando film e serie tv: sono il 27,6%, più del triplo di quelli che l'hanno trascorso sui social (9,1%) e quasi il triplo di quanti hanno l'hanno trascorso con i videogame (10%). E seppur il dato di per sé non ci dica dove i ragazzi li guardino, film e serie tv, la risposta alla domanda «Cosa preferisci tra Netflix e Amazon Prime Video?» è a dir poco eloquente, se consideriamo che addirittura l'81,1%, stando alle anticipazioni, esprime una preferenza per Netflix, e solo il 12,3% dichiara di non usare nessuna delle due piattaforme globali di streaming.

Va detto però che i ragazzi non sembrano trascorrere online la totalità del loro tempo, e anzi i dati ci restituiscono uno scenario mediale e una “dieta mediale” più articolati e più complessi, in cui ciascun medium sembra in qualche modo fare quello che gli riesce meglio (Jenkins 2007). Così, i ragazzi non hanno disdegnato affatto di affidarsi alla “vecchia” televisione lineare quando si trattava di informarsi (52,8%), ma si sono rivolti naturalmente ai social per continuare a coltivare quella socialità che il distanziamento aveva modificato, ma non certo annullato (il 35,7% dichiara che i social permettono di sentirsi meno soli).

E i social tornano in qualche modo protagonisti quando si tratta di capire meglio quali sono le ragioni di una preferenza così marcata per Netflix. Se infatti per una netta maggioranza (58,4%) è l'opportunità economica (l'inclusione nell'abbonamento per le spedizioni Prime di Amazon) a motivare l'uso di Prime Video, la preferenza per Netflix è nettamente motivata dalla popolarità dei suoi contenuti: il 57,4%, infatti, ha dichiarato di guardare Netflix perché «ci sono serie tv e film di cui si parla molto». E dov'è che, principalmente, se ne parla? Ma sui social, naturalmente.

¹⁴ *I giovani e l'emergenza Covid. Anticipazione dei risultati dell'8° Rapporto di ricerca*, 24 aprile 2020,

<https://osservatorioproteo.unilink.it/comunicato-stampa-anticipazioni-8-rapporto/>.

Anche nell'epoca della scelta, nell'epoca in cui possiamo vedere quello che vogliamo quando lo vogliamo, permane l'esigenza di continuare a vivere esperienze collettive, sincronizzate, condivise: quando finalmente esce su Netflix *La casa di carta* (altro evento in pieno lockdown, 4 aprile 2020), lo vogliamo guardare insieme ad altri, vogliamo commentarlo, vogliamo discuterne, vogliamo sentirci parte di una comunità di gusti e di interessi. E Netflix, che è ben consapevole di queste dinamiche e della perdurante rilevanza della dimensione comunitaria delle esperienze di intrattenimento, attraverso i social detta la sua agenda, stabilisce i *must see* del momento, costruisce i suoi molti pubblici, orienta i trend, e alimenta con grande abilità quello che oggi chiamiamo *audience engagement*, il valore del coinvolgimento (Jenkins, Ford, Green 2013).

3. Aprile 2020: voci dall'emergenza

Si potrà obiettare che, in riferimento al periodo di emergenza sanitaria e blocco delle attività produttive che abbiamo vissuto, l'appello alle funzioni fondamentali delle storie sia retorico e strumentale. E tuttavia, se anche volessimo tralasciare il valore "simbolico" delle storie, non possiamo certo trascurare il loro valore "economico", così come tutto il mondo professionale che le porta dentro le nostre case. Perché, al contrario di quanto afferma un tenace luogo comune, con la cultura si mangia eccome (Dubini 2018), nonostante l'Italia sembri inserirsi relativamente tardi nel dibattito sul valore, economico e di più ampio e diffuso beneficio sociale, delle industrie culturali e creative (Guagnellini, Re 2016): secondo i dati del 2015, con oltre 41 miliardi di euro, il settore creativo in Italia si collocherebbe davanti a quello delle telecomunicazioni (38 miliardi) e subito dopo l'industria chimica (50 miliardi)¹⁵. Il rapporto APA già menzionato quantifica in 1,2 miliardi il valore della produzione audiovisiva nazionale (2018), che si stima sia salito a 1,3 nel 2019, per un totale di 122.905 persone coinvolte nelle attività legate al settore audiovisivo (2018).

Seppur ancora non siano disponibili dati sistemici, a seguito dell'emergenza sanitaria e delle misure di contenimento del contagio

¹⁵ Si veda la seconda edizione dello studio *Italia creativa*, disponibile sul sito: <http://www.italiacreativa.eu>.

da Covid-19 tale comparto ha subito e sta subendo ricadute drammatiche. Ad aprile Barbara Petronio, sceneggiatrice di *Suburra* e *Romanzo criminale*, e Federico Poillucci, presidente della Film Commission del Friuli Venezia Giulia, descrivevano con la stessa parola, «devastante», l'impatto dell'emergenza sul settore dell'audiovisivo.

Sul fronte della reazione immediata all'emergenza, e delle misure straordinarie a sostegno dell'economia, i lavoratori dello spettacolo sono rientrati nei provvedimenti assunti nella fase del lockdown, assimilati a seconda dei casi ai lavoratori autonomi o dipendenti. L'unico provvedimento straordinario specificatamente rivolto alle maestranze del settore, e annunciato nella fase più critica, non è partito da un'iniziativa statale bensì privata, ovvero proprio dal colosso globale dell'intrattenimento online. Netflix ha consultato le film commission regionali, organi di interconnessione tra il tessuto territoriale e le produzioni audiovisive, per mappare i set fermati nella finestra 20 febbraio-31 marzo, al fine di elaborare le linee guida per la creazione di un fondo di aiuto (maggio 2020) per maestranze e troupe del settore audiovisivo, con uno stanziamento di 1 milione di euro.

La prima call, lanciata da Netflix in collaborazione con Italian Film Commissions (IFC), si è chiusa l'11 giugno 2020 con oltre 1.600 domande, che ad agosto 2020 (da quanto si legge) sono risultate tutte evase. A partire dal 2 ottobre 2020 è stata aperta una Seconda Call con l'obiettivo di raggiungere ulteriori beneficiari sino a completo esaurimento delle risorse del fondo¹⁶.

Intervistato a inizio aprile in merito alle misure da adottare per sostenere la ripresa, Fabio Abagnato, responsabile dell'Emilia Romagna film commission, dichiarava che «le misure iniziali non possono che essere nella direzione della liquidità e della semplificazione». Occorreva vigilare, ricordava inoltre Poillucci,

perché la tendenza è sempre quella di pensare che cinema, teatro, audiovisivo, musica, siano un orpello, l'ultima cosa a cui pensare. Ma che non siano un orpello penso che la quarantena che stiamo passando lo stia dimostrando... Come staremmo se non avessimo l'arte, i libri, la musica, i film?

E occorreva ribadire ancora una volta che quello dello spettacolo è un comparto produttivo come tutti gli altri, e anzi tra i più penalizzati dal-

¹⁶ Disponibile sul sito: <https://fondoifcnetflix.it/>.

la crisi del coronavirus, e impegnarsi affinché i finanziamenti già programmati venissero interamente confermati, senza tagli legati allo stato emergenziale.

Inoltre, Abagnato e Poillucci convergevano nel sottolineare l'importanza di un'azione tempestiva anche sul fronte dell'elaborazione di nuove norme che potessero regolare le attività dello spettacolo, dalle sale ai set. Precisava Abagnato:

Bisognerà riscrivere le “regole” su come gestire un set al tempo del Covid-19, ovvero se e come limitare le libertà creative della interpretazione e della ripresa cinematografica, per non parlare dei mestieri a supporto dell'attore, come il comparto trucco e parrucco. Prima le autorità sanitarie renderanno esplicita la situazione imminente e prima ogni settore potrà essere ripensato, temporaneamente o con caratteristiche di permanenza.

Senza contare la possibilità, ricordata da Poillucci, di dover anche far fronte agli effetti di congestione che si sarebbero potuti verificare alla ripresa, a livello sia di produzione che di esercizio, con il rischio per i progetti finanziariamente più deboli di soccombere, e per i film indipendenti di non riuscire ad arrivare in sala.

C'erano però almeno due attività, nel settore dell'audiovisivo, che l'emergenza sanitaria non aveva bloccato, o almeno non completamente: lo sviluppo di nuovi progetti e la scrittura, il lavoro degli sceneggiatori. Sebbene anche queste attività abbiano una marcata dimensione collettiva, si trattava di un lavoro collettivo che poteva essere riorganizzato e gestito a distanza. «Io da sceneggiatore sono un privilegiato» dichiarava Tommaso Matano, sceneggiatore di *Curon* e di *Sopravvissuti*, «perché il mio lavoro può proseguire nonostante l'emergenza. La parte dello sviluppo è l'unica che può andare avanti ed è quella su cui le produzioni possono concentrarsi in attesa di tempi migliori». «E questo», continuava Barbara Petronio, «ci dà la spinta ad essere positivi, a mettere in cantiere idee e storie per quando tutto questo sarà finito. Perché ce lo dice la storia dell'umanità che poi, dopo la crisi, arriva il momento di sollevarsi».

A distanza, Giampiero Rigosi e Sofia Assirelli stavano sviluppando insieme la terza stagione di *La porta rossa*. La collaborazione era agevolata dalla lunga conoscenza e dalla confidenza che col tempo si era consolidata, ma creare “da remoto” non era la stessa cosa, ci confessava Sofia Assirelli: «Fare brainstorming attraverso questi strumenti è possibile, ma è diverso. La creatività ha bisogno anche di giri lar-

ghi, di pause, di battute, di leggerezza, mentre le riunioni via Skype, Meet o Zoom vanno sempre dritte al punto». Una riflessione che varrebbe sicuramente la pena estendere, oggi come allora, anche a tante altre attività che, spostate online, non sono più (nel bene e nel male) *le stesse* attività di prima.

Nel quadro drammatico della crisi, il punto di vista degli sceneggiatori, consapevoli del “privilegio” di poter continuare a lavorare in sicurezza per “nutrire” il settore in attesa della ripartenza, rappresentava in pieno lockdown una chiave di lettura che poteva consentirci di guardare al presente con un margine di fiducia e di ottimismo. Ma non dimenticavano, gli sceneggiatori, tutti gli altri lavoratori della filiera audiovisiva, e la necessità urgente di prepararsi a un futuro pieno di incognite.

Sul fronte della scrittura, osservava Assirelli, «è molto difficile prevedere già da ora cosa cambierà». In un ipotetico futuro con molti progetti sul mercato, e una propensione all’investimento forse ancora minata dalla difficoltà di gestire la fase di ripresa,

gli sceneggiatori, per paura dell’incertezza, potrebbero dover accettare condizioni di lavoro fino a quel momento inaccettabili, e questo va evitato. Questa crisi potrebbe mettere in luce e aggravare problemi già esistenti nel settore, ma potrebbe essere anche l’occasione per regolamentarli e risolverli.

Tommaso Matano si soffermava invece sulla crisi dell’esercizio:

L’emergenza rilancia il già infuocato dibattito sul rapporto tra la sala cinematografica e la fruizione domestica. La questione è se sia possibile, almeno in questi mesi, trovare una sinergia tra i servizi di streaming e i cinema. So che in Italia produttori, distributori ed esercenti hanno chiesto al MIBAC una deroga in modo da poter usufruire del tax credit e altre agevolazioni per i loro film anche senza l’uscita in sala, ovvero assimilando quest’ultima all’uscita su una piattaforma online. Questo da un lato alleggerirebbe la congestione di titoli alla riapertura dei cinema, e dall’altro darebbe adesso visibilità (anche se “casalinga”) a film che altrimenti soffrirebbero la competizione in sala. Inoltre, la distribuzione direttamente sui servizi di streaming dovrebbe garantire anche un contributo di solidarietà agli esercenti. Per quel che ne posso capire, mi sembra una buona idea.

Barbara Petronio ci riportava, infine, all’emergenza dei set: «perché si possono sviluppare le idee più belle del mondo», ricordava, «ma se non si trova il modo di realizzarle rimangono carta stampata. Proba-

bilmente il settore dell'audiovisivo sarà l'ultimo a riprendere, perché l'intrattenimento e quindi l'arte, in una fase del genere, è ritenuta superflua, non necessaria. Ci sono varie idee che stanno emergendo in questi giorni, test alle troupe, set blindati. Credo che il dibattito sarà complesso e non penso che ne usciremo facilmente. Potrebbe essere anche l'occasione per cambiare modo di lavorare, forse anche in meglio».

4. Ottobre 2020: dopo l'emergenza?

Nelle interviste realizzate ad aprile ricorrevano, come si è visto, alcune questioni: l'urgenza di misure di sostegno a tutta la filiera e ai professionisti del settore, con particolare attenzione alle produzioni indipendenti e alle zone di criticità (la sala, per esempio; cfr. Barra, Noto 2020); la necessità di regole chiare per la ripartenza in sicurezza dei set; la consapevolezza che, nel mezzo di una crisi drammatica, il futuro si profilava quanto più incerto, ma che anche nell'incertezza la ripresa potesse presentarsi come occasione di miglioramento e di avanzamento. E seppur sia ancora del tutto prematuro fare un bilancio, è possibile almeno ripercorrere le principali iniziative che hanno sostenuto la ripartenza delle attività nel settore audiovisivo.

A livello europeo, dopo l'evento proposto online in occasione del Marché du Film di Cannes, lo European Audiovisual Observatory ha proseguito la sua attività di mappature delle misure intraprese a livello nazionale e paneuropeo, pubblicando il report *The European audiovisual industry in the time of COVID-19* (Cabrera Blázquez et al. 2020) e continuando ad aggiornare uno strumento di tracking attivo già da metà marzo¹⁷.

In ambito italiano, in aggiunta al fondo istituito da Netflix e alle iniziative intraprese dalle film commission regionali, il “Decreto rilancio” ha previsto una serie di provvedimenti a sostegno della cultura e delle imprese culturali, con un pacchetto di norme che hanno incluso, per esempio, un incremento da 130 a 245 milioni di euro dei fondi di emergenza per spettacolo, cinema e audiovisivo introdotte dal decreto “Cura Italia”, un potenziamento del tax credit, un credito d'imposta

¹⁷ <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/covid-19-audiovisual-sector-measures>.

del 60% delle spese per gli affitti delle sale cinematografiche, insieme a un rafforzamento delle misure a tutela dei lavoratori del settore¹⁸.

Recentemente, le immagini delle riprese romane di *Mission Impossible 7* (dopo che la produzione era stata bloccata a Venezia nel mese di febbraio¹⁹) hanno trionfalmente celebrato la ripresa in sicurezza dei set, resa possibile dal “Protocollo condiviso per la tutela dei Lavoratori del Settore Cine-Audiovisivo”²⁰ siglato dalle organizzazioni dei lavoratori, degli artisti, delle imprese di produzione cine-audiovisiva e degli autori il 27 maggio e validato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali il 7 luglio.

«Ora che abbiamo la possibilità di tornare sui set», ha dichiarato Barbara Petronio, intervistata proprio in concomitanza dell’avvio delle riprese della miniserie *Alfredino - Una storia italiana*, di cui è produttore creativo oltre che autrice insieme a Francesco Balletta, «le scadenze sono incombenti perché i committenti hanno “fame” di contenuti». E aggiunge: «Credo sia stato gestita bene la fase dell’emergenza. Aver favorito lo smart working ha permesso di non perdere tempo. Ora siamo nella fase di riapertura dei set, i protocolli sono molto sensati e credo che permettano di controllare in modo efficace l’eventuale insorgenza di focolai». Anche la valutazione di Sofia Assirelli, che insieme a Giampiero Rigosi sta continuando a lavorare sulla terza stagione di *La porta rossa*, è sostanzialmente positiva:

Parlando strettamente della categoria degli sceneggiatori, e considerando che nella maggior parte dei casi il lavoro di scrittura non si è fermato – almeno per quanto riguarda la mia esperienza personale e quella di alcuni colleghi con cui mi sono confrontata – penso che le possibilità messe a disposizione siano state in generale sufficienti a gestire il rallentamento delle attività fino a quando fortunatamente sono ripartiti i set. Ovviamente molto diverso è il discorso per tutti gli altri professionisti della filiera.

E se la riapertura dei set ha dato una spinta ulteriore a quel lavoro di sviluppo e scrittura che, anche nella fase del lockdown, era riuscito a

¹⁸ Per una panoramica si veda: *Decreto rilancio: gli interventi a favore della cultura*, <https://www.italyformovies.it/news-detail.php?id=471&title=decreto-rilancio-gli-interventi-a-sostegno-della-cultura>.

¹⁹ *A Roma si gira Mission Impossible*, <https://www.italyformovies.it/news-detail.php?id=559&title=a-roma-si-gira-mission-impossible>.

²⁰ <http://www.anica.it/news/news-anica/protocollo-condiviso-per-la-tutela-dei-lavoratori-del-settore-cine-audiovisivo-del-7-luglio-2020>.

non bloccarsi, resta difficile per tutti parlare di un ritorno alla “normalità”, tanto più alla luce della necessità di considerare il lavoro di scrittura nella filiera più ampia in cui deve essere inserito. «Mi sembra che, viste le enormi difficoltà e la scarsità di tempo in cui andavano prese le decisioni, tutto sommato si sia fatto il possibile, sia durante il lockdown che ora», commenta Rigosi. «Ma la normalità direi che è ancora molto lontana. I set hanno ripreso la loro attività, ma con grandi limitazioni e attenzioni scrupolose. I fondi per la fiction rischiano di essere limitati nei prossimi mesi e forse anni... ». Su questo aspetto, e in considerazione del ruolo di leadership assoluta di RAI nella produzione di fiction italiana, particolarmente urgente suona l'appello di APA e del suo presidente Giancarlo Leone:

In questa fase così delicata sarebbe impossibile comprendere come RAI possa disinvestire nella produzione di film e fiction a causa dei previsti minori introiti pubblicitari. Per questo APA chiede al governo di riconoscere a RAI quella quota di extra gettito da canone e di trattenute fiscali che valgono annualmente circa 180 milioni di euro. Così facendo il servizio pubblico non verrebbe meno ai suoi doveri di volano dell'industria culturale non sottraendo risorse indispensabili per la ripresa della intera filiera dell'audiovisivo ma al contrario destinandole alle produzioni di contenuti di alto livello qualitativo e di grande impatto ed interesse per il pubblico. Le piattaforme multinazionali investono sempre di più e RAI non può restare indietro²¹.

«Purtroppo non ho ancora avuto occasione di essere su un set dopo il lockdown», spiega Tommaso Matano: «gli amici che ci lavorano mi raccontano di una grande attenzione (e fatica) ma anche di una grande soddisfazione nel poter essere tornati al lavoro dopo un momento in cui sembrava impossibile. Per quel che ne posso capire, credo che sia stato fatto un grande sforzo da parte di tutti per poter ripartire». Certo, stare sui set è complicatissimo, commentano all'unisono Assirelli e Petronio, che aggiunge: «bisognerà aspettare per capire meglio se i costi sono gestibili». E sulla questione dei costi si sofferma, in particolare, Federico Poilucci, che delle cinque produzioni previste sul territorio del Friuli Ve-

²¹ APA presenta il 2° Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale, 16 ottobre 2020, <https://www.apaonline.it/news/apa-presenta-il-2-rapporto-sulla-produzione-audiovisiva-nazionale/>. Nella stagione 2019-2020 RAI ha offerto il 74% delle ore di fiction. Sulla ripartenza del settore televisivo e dell'intrattenimento si veda anche il numero della rivista «Tivù» di ottobre 2020, con un ampio speciale intitolato *Ripartiamo da... Idee, progetti e riflessioni*, <http://www.e-duesse.it/News/Televisione/Tivu-di-ottobre-e-online-251265>.

nezia Giulia ne ha viste partire solo due, il nuovo film di Gabriele Salvatores, *Comedians*, e la seconda stagione della serie *Volevo fare la rockstar*: ovvero, precisa Poillucci, Indiana Production e Rai, le produzioni «con le spalle più larghe dal punto di vista finanziario, in grado di correre quei rischi che la situazione Covid ancora comporta, e che possono determinare il blocco temporaneo o addirittura la chiusura del set».

Inoltre, e seppur non esistano ancora studi in questo senso, l'aumento dei costi pare un fatto innegabile, che Poillucci si azzarda a stimare tra il 10 e il 15%, tenendo conto del fatto che l'applicazione del protocollo comporta sia nuove voci di spesa (per esempio relative alla necessità di effettuare test sierologici e tamponi), sia un incremento del budget derivato dall'esigenza di personale aggiuntivo e dalla dilatazione dei tempi delle riprese. «Per le produzioni indipendenti», conclude Poillucci, che aveva già espresso la sua preoccupazione su questi aspetti ad aprile, «un 15% in più abbinato all'imponderabilità dei rischi significa non partire: troppa incertezza».

E se è vero che in questo momento, come sottolinea anche Matano, a prevalere sono la soddisfazione per lo sforzo compiuto e uno spirito di collaborazione fortissimo affinché tale sforzo non venga vanificato, c'è anche una riflessione che sulle nuove condizioni di lavoro sul set che Poillucci vuole condividere. Il fatto di poter lavorare solo e necessariamente sulla base di un protocollo in deroga, ovvero che consenta di non rispettare le misure di sicurezza in un numero di casi limitati e determinati da esclusive esigenze di scena (contatti tra gli attori e con gli attori), tende a generare un aggravio di responsabilizzazione e a impattare sui comportamenti che tutti i membri della produzione adottano o dovrebbero adottare anche fuori dal set, suggerendo e raccomandando ulteriori forme di auto-isolamento che, tuttavia, non possono essere normate, e che allo stato attuale non vengono considerate in una eventuale rimodulazione dei compensi²².

²² In qualità di presidente della film commission di una regione di confine, Poillucci sottolinea inoltre le pesanti limitazioni in atto alle coproduzioni internazionali e, più in generale, ai progetti internazionali che prevedano, anche in assenza di soggetto coproduttore, riprese all'estero. La disparità da paese a paese dei protocolli e delle normative anti-Covid tende infatti a incentivare progetti con ridotta mobilità. «I film "Covid compatibili"» spiega Poillucci «sono film domestici. Da un lato questo è un bene, perché si lavora in Italia; ma dall'altro disincentiva le coproduzioni che sono una ricchezza. In questo momento non solo non ci sono progetti internazionali in campo, ma nemmeno vengono ideati e sviluppati».

Sebbene anche la ripartenza dei set, pur con le sue criticità e le sue incertezze, dimostri come negli ultimi mesi si sia potuto assistere a un graduale ritorno all'esperienza collettiva in presenza, drasticamente riconfigurata alla luce degli obblighi e delle restrizioni che hanno trasformato l'isolamento in distanziamento, e introdotto nuove abitudini prossemiche nella vita quotidiana di tutti noi, le sale e i luoghi dello spettacolo continuano a risentire delle preoccupazioni che si sono generate nel periodo della crisi. E così l'AGIS (Associazione Generale Italiana dello Spettacolo) è "costretta" a titolare *Lo spettacolo dal vivo luogo sicuro* il recente annuncio (11 ottobre) relativo agli ottimi dati sull'assenza di contagi negli spazi dello spettacolo:

Su 347.262 spettatori in 2.782 spettacoli monitorati tra lirica, prosa, danza e concerti, con una media di 130 presenze per ciascun evento, nel periodo che va dal 15 giugno (giorno della riapertura dopo il lockdown) ad inizio ottobre, si registra un solo caso di contagio da Covid 19 sulla base delle segnalazioni pervenute dalle ASL territoriali. Una percentuale, questa, pari allo zero e assolutamente irrilevante, che testimonia quanto i luoghi che continuano ad ospitare lo spettacolo siano assolutamente sicuri²³.

Nello stesso modo, la popolare rivista «Film Tv» ha lanciato una campagna che recita, con toni quasi "apocalittici", «andiamo al cinema oggi perché ci sia il cinema domani». Ha spiegato in un editoriale Mauro Gervasini:

Mercoledì 7 ottobre 2020 abbiamo lanciato la campagna Il cinema c'è, «andiamo al cinema oggi perché ci sia il cinema domani». [...] Non si tratta semplicemente di resilienza in un momento particolarmente avverso, ma di una chiamata alle armi (ideale) per difendere il principale luogo di fruizione del cinema: la sala. La decisione delle grosse corporation di posticipare al 2021, se non al 2022, i titoli maggiori [...] rischia di condannare gli esercenti già provati dalle restrizioni dei protocolli anti Covid-19, molti dei quali potrebbero non reggere ai mancati incassi. Senza giri di parole: in gioco c'è la stessa sussistenza del cinema (Gervasini 2020).

²³ <https://www.agisweb.it/coronavirus-lo-spettacolo-dal-vivo-luogo-sicuro-dalla-riapertura-un-solo-contagio-su-350mila-spettatori/>. Si consideri che il presidente di Anica Francesco Rutelli ha denunciato in Senato una perdita di 25 milioni di spettatori a causa della pandemia: cfr. <http://www.anica.it/news-anica/30-6-20-intervento-presidente-rutelli-al-senato-perdita-25-milioni-di-spettatori-causa-pandemia>.

Tutti gli sceneggiatori esprimono preoccupazione per la crisi durissima che la sala si trova ad affrontare. Matano, che già ad aprile aveva manifestato una particolare attenzione verso la questione dell'esercizio, è tornato sul tema:

Il cinema è la parte dell'industria maggiormente in sofferenza. Penso anche agli esercenti, ad esempio, alla difficoltà di riaprire dopo il lockdown con i titoli delle grandi distribuzioni internazionali che slittano a date da destinarsi. In generale, credo ci sia bisogno di uno sforzo ancora ulteriore per tutelare le sale e la produzione indipendente.

Ma la questione non è solo quella dell'uscita posticipata di molti titoli²⁴. Ad aprile, Matano sembrava leggere nell'emergenza anche un'occasione. «La questione» diceva «è se sia possibile, almeno in questi mesi, trovare una sinergia tra i servizi di streaming e i cinema». Da un lato, infatti, la crisi pandemica ha certamente generato iniziative innovative sul piano della rimodulazione delle finestre distributive del prodotto audiovisivo, che hanno cercato forme di convergenza tra la finestra *theatrical* e quella VOD (video on demand), e forme di ibridazione tra l'esperienza di visione in sala (anche nella cornice dei festival) e quella domestica²⁵.

Dall'altro, la provvisoria sinergia sembra configurarsi retrospettivamente come una “tregua”, e la “tregua” appare conclusa. Lo scontro tra gli intermediari tradizionali della filiera, gli esercenti, e le piattaforme di streaming, in particolare quelle globali, si è riaperto platealmente, e la crisi ha esasperato criticità e contrasti già esistenti, soprattutto quelli legati alle possibilità di release *day & date* (ovvero, in simultanea tra sala e piattaforma VOD), se non di una prima release direttamente on demand (Re 2017). Eloquente, in questo senso, la recente presa di posizione di ANEC, l'associazione degli esercenti, che il 9 ottobre si è espressa molto duramente contro la decisione di Disney di far uscire il nuovo film della Pixar, *Soul*, direttamente sulla piattaforma Disney+, come già accaduto per *Mulan*.

²⁴ Che naturalmente non ha riguardato solo i titoli cinematografici. «La mia attività di romanziere» ci spiega Rigosi «ha subito una battuta d'arresto: è stata rimandata la pubblicazione del romanzo che avevo completato nel 2019 e che avrebbe dovuto uscire a settembre 2020. Sorte che è toccata a tanti altri libri».

²⁵ A questo proposito, si vedano le esperienze analizzate da Massimiliano Coviello nel saggio contenuto in questo volume.

Si tratta di una scelta che non possiamo che definire inaccettabile – commenta il Presidente dell'ANEC Mario Lorini – si tratta di un altro duro colpo inferto alle sale cinematografiche. Un prodotto nato per la sala, tra i più attesi del 2020 da noi esercenti e dal pubblico ora passa inspiegabilmente in piattaforma creando un ulteriore disagio e un vuoto nelle nostre programmazioni. Questo per noi è gravissimo – continua Lorini – Viviamo un momento di profonda crisi, i nostri esercizi sono in sofferenza così tutta l'industria del cinema. Gli spettatori devono essere incentivati a tornare in sala e titoli come *Soul*, di alto valore commerciale incoraggiano la visione e ci offrono l'opportunità di intercettare nuovamente le esigenze del nostro pubblico”²⁶.

Nelle riflessioni condivise ad aprile, nella fase più acuta della crisi, emergeva, insieme alla preoccupazione, una nota positiva, ovvero la speranza che quella situazione drammatica potesse trasformarsi in un'occasione di ripensamento e anche miglioramento di alcune criticità del settore. A distanza di sei mesi, si può dire che questa opportunità sia stata colta? «Non ancora e non a pieno», asserisce da Petronio, e le fa eco Rigosi: «È vero, nel nostro settore, come nel resto in molti altri, questa emergenza ha offerto anche spazi di ripensamento e possibilità di cambiamenti positivi, però mi pare che ancora si sia lontani dall'arrivare a un reale miglioramento».

Occorre aspettare, ribadiscono tutti: e l'elemento chiave dello scenario rimane, oggi come sei mesi fa, la percezione di una incertezza profonda, che rende difficile qualsiasi bilancio e qualsiasi valutazione, al di là delle misure assunte e degli sforzi compiuti. «Penso che sia ancora vero quello che ti avevo detto nella precedente intervista», riconosce Assirelli, «ovvero che per molti professionisti del settore, anche per noi sceneggiatori, certi effetti si vedranno a lungo termine». E conclude:

L'opportunità è stata colta in parte, ma se c'è ancora molto da fare. L'associazione di categoria di cui faccio parte, “100Autori”, si sta impegnando moltissimo sia per quanto riguarda gli aspetti pratici del nostro lavoro (come la previdenza), sia per affermare con decisione il ruolo centrale degli autori in questo mercato dell'audiovisivo sempre più in espansione. L'esperienza del lockdown e del blocco dei set ha mostrato a tutti l'importanza dell'industria del cinema, della serialità e in generale dell'intrattenimento, sia in termini economici che simbolici. Per mestiere ci occupiamo di alimentare l'immaginario collettivo con nuove storie e sarà interessante vedere come

²⁶ L'ANEC: “Inaccettabile che *Soul* vada direttamente in streaming a Natale”, <http://www.anecweb.it/notiziaevento.php/32123>.

riusciremo a raccontare questo presente reso ancora più complesso dall'esperienza traumatica – purtroppo tuttora in corso – della pandemia.

Proprio così: l'esperienza traumatica della pandemia è ancora in corso, ci siamo ancora tutti dentro. E se le condizioni attuali non permettono di trarre conclusioni e abbozzare bilanci, occorre quanto meno tenere alta la soglia dell'attenzione e della consapevolezza: continuare a osservare, raccogliere testimonianze, mappare e tracciare, informare e informarsi, condividere esperienze e prospettive. Con l'auspicio che ci sia ancora tempo e che si possano ancora costruire le condizioni per trasformare l'emergenza in una opportunità di cambiamento e miglioramento.

Bibliografia

Volumi:

CABRERA BLÁZQUEZ F.J., CAPPELLO M., CHOCHON L., FONTAINE G., TALAVERA MILLA J., VALAIS S., *The European audiovisual industry in the time of covid-19*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2020.

JENKINS H., *Cultura convergente* (2006), Apogeo, Milano 2007.

JENKINS H., FORD S., GREEN J., *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione* (2013), Maggioli, Santarcangelo di Romagna (RN) 2013.

TRYON C., , *Cultura on demand. Distribuzione digitale e futuro del film* (2013), minimum fax, Roma 2017.

Curatele:

RE V. (a cura di), *Streaming media. Distribuzione, circolazione, accesso*, Mimesis, Milano-Udine 2017.

Articoli in rivista:

BARRA L., NOTO P., *Schermi difficili. Industria ed esperienza cinematografica durante e dopo il lockdown*, «Il Mulino», 27 luglio 2020, https://www.rivistailmulino.it/news/newsitem/index/Item/News:NEWS_ITEM:5312.

DUBINI P., “*Con la cultura non si mangia.*” (*Falso!*), «doppiozero», 14 ottobre 2018, <https://www.doppiozero.com/materiali/con-la-cultura-non-si-mangia-falso>.

GERVASINI M., *Editoriale. Shot in the dark*, «Film Tv», n. 41, 13 ottobre 2020, <https://filmtv.press/?fbclid=IwAR0BuSPdfUzefwheinn0eQXSh0qxGTbgo7wn9FwJyxh7yIEtVkyQ5KS8Rzo>.

GUAGNELINI G., RE V., *Un modo originale di pensare la creatività. La comunicazione istituzionale anti-pirateria in Italia*, «L'avventura. International Journal of Italian Film and Media Landscapes», 2, 2016, pp. 357-375.

RE V., *Cinema, serie tv ed "evasione"*, «il lavoro culturale», 27 aprile 2020, <https://www.lavoroculturale.org/covid19-produzione-audiovisiva/valentina-re/>.