

Alla vigilia delle nomination degli Oscar, il punto su un'industria in grande trasformazione

Le nuove professioni del cinema

Produzioni come quella di Avatar rivoluzionano il settore

Pagina a cura di **Dunio Lui**

Attore, regista o sceneggiatore. Per i giovani che ambiscono a lavorare nel mondo del cinema sono gli sbocchi professionali più ambiti. In realtà il mercato del lavoro nell'ambito della celluloide è una costellazione molto più complessa, che negli ultimi anni ha cambiato radicalmente volto e che oggi offre spazi insperati solo qualche tempo fa.

La principale novità è la diffusione delle tecnologie: il successo mediatico che sta accompagnando il film *Avatar* e la progressiva migrazione delle sale cinema-



Giovanni Oppedisano

grafiche verso il 3D incidono profondamente nello scenario delle professioni. «Siamo nel pieno di una grande trasformazione», ritiene Giovanni Oppedisano, vice-

presidente del Centro Sperimentale di Cinematografia-Scuola Nazionale di Cinema di Roma, ente di formazione dal quale sono passati studenti come Michelangelo Antonioni, Dino De Laurentiis, Gabriele Muccino e Francesca Neri. «Questo scenario ci ha spinti a rivedere l'organizzazione didattica, che da questo anno punta maggiormente sull'interdisciplinarietà».

I corsi attuali della scuola riguardano: regia, fotografia, sceneggiatura, produzione, montaggio, scenografia, tecnico del suono e recitazione. Tutti i corsi hanno posti variabili tra i sei e i dieci allievi (a fronte di centinaia di candidature) e hanno una durata triennale, eccetto i corsi di sceneggiatura e tecnico del suono che sono biennali. L'ingresso in questa scuola è un canale privilegiato per farsi strada nel mondo del cinema, ma non l'unico. Master universitari nel campo dello spettacolo sono organizzati dalla Sapienza di Roma, dalla statale di Udine e dalla Cattolica di Milano, mentre la Scuola Holden di Torino è specializzata in corsi di formazione alla scrittura e l'Accademia di Comunicazione di Milano ha un orientamento più spiccato verso digital media e graphic design.

«In generale, in questo settore non esiste un mercato tradizionale dell'offerta e della domanda, ma contano molto i legami e le conoscenze personali», osserva Gianluca Gioia, managing partner di

Mes, società di ricerca e selezione del personale. «Inoltre la natura stessa dei film fa sì che buona parte dei profili professionali lavori su singoli progetti piuttosto che in maniera continuativa. Negli ultimi tempi notiamo una ri-



Giulia Marletta

chiesta crescente di professionisti legati al mondo della produzione», prosegue il selezionatore, «anche alla luce dei tagli ai fondi pubblici, che spingono le case cinematografiche a cercare nuovi canali di finanziamento. Il produttore deve conoscere il mercato in cui opera, avere la capacità di individuare film o sceneggiati di successo, ma soprattutto deve sapersi districare tra contratti, finanziamento e budget».

L'esposizione di marchi all'interno di film, fiction e cartoon è un settore fin qui poco esplorato e dalle grandi potenzialità economiche. «In Italia il mercato del

product placement esiste solo dal 2004, quando è stata emanata la legge Urbani, per cui anche i profilm professionali sono molto giovani», spiega Paola Mazzaglia, amministratore delegato di Camelot, agenzia di promozionizzazione, che opera come partner strategico di diverse major. «I professionisti del product placement solitamente arrivano da una formazione universitaria in campo umanistico, della comunicazione o del marketing. Al di là del percorso formativo, si tratta di persone con una grande passione per la ricerca e una spiccata sensibilità verso la narrazione cinematografica». Elementi di base che devono poi sposarsi con un orientamento al marketing: «Questo aspetto è ineliminabile perché consente di tramutare le conoscenze e abilità di base in strategie concrete di business», aggiunge Mazzaglia. Solitamente i professionisti del product placement trovano lavoro nell'ambito delle case cinematografiche o presso agenzie di comunicazione e spettacolo. In entrambi i casi, i contratti di consulenza sono ampiamente più diffusi rispetto alle assunzioni.

Se queste sono le figure più gettonate sul mercato, non mancano richieste per i profili classici, dai doppiatori ai fonici, dai montatori agli scenografi. Per ciascuna di queste professioni ci sono scuole di formazione nelle principali città italiane, che sfociano in stage con un periodo di esperienza diretta in azienda.

Quando si parla di cinema si intende anche il luogo delle proiezioni. E anche in questo campo le novità dal punto di vista professionale non mancano. «Con l'avvento del digitale, il lavoro del proiezionista ha cambiato volto», spiega Federico Anzaghi, responsabile tecnico sala regia Uci Italia. «Non si tratta più di svolgere un



Silvio Maselli

lavoro manuale, ma di intervenire e modificare eventuali parametri imprecisi attraverso il pc. Si tratta di un ruolo di responsabilità, che comporta la costruzione delle playlist dei film». L'ingresso in questa professione è subordinato al possesso del patentino di abilitazione. «Oltre a questo», aggiunge Anzaghi, «serve un periodo di affiancamento di oltre un mese per lavorare in autonomia».

(Fotocrediti immagini: Fondazione La Biennale di Venezia-Asac)