

Tv  
**Flop**

«VOTANTONIO» NON L'HA VOTATO NESSUNO  
CANCELLATO LO SHOW DI FABIO CANINO

Povero *Votantonio*, verrebbe quasi da dire: in effetti, il programma di Fabio Canino rischia di passare alla storia come uno dei più vituperati della storia televisiva italiana. Ieri si è deciso che la trasmissione di Rai2 (una finta competizione elettorale tra alcuni fenomeni da baraccone) scompare per sempre dalla faccia della terra, cancellata dopo una sola puntata. La quale unica puntata, come si sa, ha raccolto meno del 5% di share, uno dei picchi negativi assoluti mai raggiunti dalla già tribolata rete diretta da Antonio Marano. Un programma brutto, non c'è che dire: ma non più brutto di altri, come per



esempio *Balls Of Steel* (alla lettera: «palle d'acciaio» e, sì, si intendono proprio quelle palle lì), sullo stesso canale. Solo che è capitato, *Votantonio*, alla fine di una sequenza infinita di flop messi a segno dalla Rai, e proprio mentre l'esasperazione per la bruttura del servizio pubblico era giunta al suo culmine, tanto che è assurdo a metafora assoluta dell'abisso (cosicché da Petruccioli fino all'ultimo uscire di viale Mazzini si sentono in dovere di indicarlo all'abominio delle genti), mentre Marano, che quel programma ha sponsorizzato, è diventato il *casus belli* dell'ultimo apocalittico scontro ai vertici della televisione di Stato. P.S. Al posto di *Votantonio* è stato rimesso in palinsesto *Voyager*. Vi diciamo solo che l'ultima puntata era una roba sulle profezie: dalla padella alla brace andata e ritorno.

Roberto Brunelli

**SCHERMI** Le «pizze» delle pellicole forse non spariranno del tutto ma per i film si sta facendo largo un nuovo modo di arrivare nelle sale, molto più economico di quello tradizionale: «scaricarli» dai satelliti tramite computer e proiettarli digitalmente

di Gabriella Gallozzi



Raz Degan in una scena di «Centochiodi», film proiettato in digitale nell'hinterland milanese

**COS'È** Tramite satellite, parabola e decoder  
Il cinema digitale?  
Un po' come la tv digitale

Il cinema (quello con la «C» maiuscola) è stato l'ultimo baluardo all'invasione del digitale. La pellicola per molti sembra non avere alternative. Anzi sembrava. Perché se già molti registi hanno già adottato il digitale fin dalle riprese, restava pur sempre il limite della distribuzione. Che per lo più continua ad essere fatta con le vecchie «pizze». Di pellicola, quella stessa che si riempiva di graffi e di pelini, quella che saltava inevitabilmente a metà, mentre stavi lanciando la cicca dalla galleria sui malcapitati della platea. Il principio della sala cinematografica digitalizzata non è diverso, in buona sostanza, da quello della tv digitale. Cambia solo la scala tecnica e cambia la destinazione finale. In poche parole, chi ha l'originale del film lo trasmette via satellite, la sala è dotata di una parabola e di un decoder che riceve il segnale e lo manda ad un proiettore digitale. La trasmissione può essere anche off-line: il film viene trasmesso magari di notte, «memorizzato» nel proiettore e poi mostrato al pubblico. Ciò che cambia, sostanzialmente, è la quantità di dati trasmessi: per ricreare un'immagine tv servono alcuni milioni di bit, per un'immagine tv in alta definizione servono miliardi di bit, per un'immagine cinematografica con la risoluzione servono milioni di miliardi di bits. Dunque sistemi di trasmissione e ricezione molto sofisticati e grandi capacità di memoria. Cose che oggi, tuttavia, sono relativamente economiche. Certo più dei chilometri di celluloidi.

t.d.m.

# Il cinema che verrà (dallo spazio)

Il cinema arriva dallo spazio. Via la vecchia cabina di proiezione, le «pizze» in pellicola, il proiezionista. Per vedere il film basta un colpo di mouse. Stiamo parlando del cinema in digitale via satellite. Un sistema già utilizzato in India (2 mila sale) e Cina (i pionieri, è stato il governo ad investire sul digitale e sono in costruzione 7 mila sale), in fase di avvio in Spagna e Francia e che rappresenta, a detta di tutti, il futuro: nel 2013 il 50% degli schermi mondiali saranno digitalizzati. Un modo nuovo di intendere la distribuzione (vera pecora nera nel nostro paese) che in Italia è arrivato con Micro-

grafico, soprattutto tra i giovani (pc, i-pod, lettore dvd, pay tv). Il «meccanismo» è questo: le sale collegate al circuito Microcinema possono «scaricare» attraverso il satellite (in circa 12 ore) i film in uscita e poi proiettarli per il pubblico, con un semplice clic. Se si tratta di eventi live, la trasmissione avviene in diretta, come per le tv. E il tutto con un importante abbattimento dei costi. «Se distribuire circa 500 copie in pellicola - spiega Andrea Papini, presidente di Microcinema - costa sui 750 mila euro, portarne altrettante in sala col digitale consente un risparmio medio di oltre il 90% per l'uscita di ogni film, e con la stessa sicurezza applicata dalle transazioni bancarie».

Una rivoluzione, dunque, nel settore distributivo, quello più sofferente nel nostro paese, schiacciato com'è tra i due colossi RaiCinema e Medusa, per non parlare delle major americane, contro i quali si scontrano le piccole produzioni indipendenti, gli «invisibili». Proprio per loro il digitale può diventare una valida alternativa. «In questo modo - prosegue Papini - si può aprire un nuovo spazio per il cinema povero ma bello, offrendo l'opportunità di portarlo in sala, grazie ai costi distributivi limitati. Tanto che abbiamo già ricevuto

un'infinità di proposte da molte autori». Ma non tutti sono d'accordo. Medusa, per esempio, dice Claudio Trionfera, teme per la pirateria. «Come sistema innovativo è rivoluzionario. Ma sappiamo che lo scaricamento illegale dei film è il maggior nemico del cinema. Dunque non potremo essere tranquilli finché non si riuscirà a trovare un sistema che ci garantisca sul criptaggio del segnale». Di «standard qualitativi» a rischio parla, poi, Alberto Pasquale direttore generale della Fox Italia. La risoluzione dell'immagine pari al 35 millimetri è classificata come 2k, mentre con questo sistema si arriva ad una risoluzione di 1.3k. «È un

**Già «digitalizzate»  
2 mila sale in India e  
7 mila in Cina, nel 2013  
saranno il 50% nel  
mondo. E in Italia c'è  
il circuito Microcinema**

progetto interessante - dice - perché abbatte i costi, ma non garantisce né nei confronti della pirateria né, soprattutto della qualità, legata agli standard del mercato americano. Dove il digitale è già in voga e da tempo, è utilizzato da autori come Lucas, per esempio». Forse, però, la resistenza maggiore è quella a ridisegnare il mercato e i monopoli. Anche se Papini rassicura: «Abbiamo avviato trattative con Mikado, Fandango, Istituto Luce, Buena Vista. Così da diventare un vero e proprio servizio per le distribuzioni». Al momento Microcinema è in fase di sperimentazione, avviata, per esempio, con la proiezione in digitale di *Centochiodi* di Olmi nel cinema Cristallo di Cesano Boscone, nell'hinterland milanese. Ma dopo l'estate andrà a regime. Il prossimo film in catalogo è *Nati per volare*, documentario di Marco Visalberghi e seguiti *Tre dome morali* straordinario film di Marcello Garofalo, il catalogo è in via di definizione. E l'obiettivo ambizioso: «Arrivare a quei dieci milioni di italiani - conclude Papini - che sono senza cinema. Basta un esempio: alcune aree della Sardegna hanno uno schermo ogni 200.000 abitanti, contro gli Usa dove la media è 1 schermo ogni 9.000. Ecco, noi vorremmo arrivare anche là».

**SCHERMI** Nel 2019 sparirà la pellicola?  
E in Svezia lo fanno  
nelle Case del popolo

In Svezia il cinema digitale via satellite è nato nelle Case del popolo, le Folkets Hus, di antica ispirazione socialista. Ed ora sono oltre 240 i cinema di questo circuito alternativo attivo nel paese, soprattutto nelle zone fuori dai centri abitati. Le prime proiezioni sono cominciate nel '99 e via via il «fenomeno» ha preso piede, puntando anche sugli eventi live e i concerti. Qualcosa di simile, documenta Elisabetta Brunella di Media Salles, agenzia europea di monitoraggio sul cinema, è avvenuto anche in Spagna, in particolare nella Catalogna dove è nato un circuito di sale digitali indipendenti destinate soprattutto al cinema catalano. Secondo le ricerche di Media Salles nel 2013 il 50% degli schermi mondiali sarà in digitale e la pellicola sparirà nel 2019. Attualmente gli schermi digitalizzati sono 2.866 in tutto il mondo.

g.a.g.

**SCHERMI DIGITALI** Per l'Istituto Luce è un'opportunità per diffondere film d'archivio. Ferrari della Warner: «Ma quali indipendenti? Questa rivoluzione la faremo noi»  
**Gli esercenti: bene, purché questa tecnologia salvi la nostra autonomia**

Chiaroscuri dal mondo degli addetti ai lavori a proposito del digitale via satellite. Paolo Protti alla testa dell'Anec, l'associazione degli esercenti, parla di «iniziativa interessante, soprattutto dal punto di vista degli eventi. In Italia - racconta - ci sono una cinquantina di schermi digitali che hanno già sperimentato questa strada, con il calcio ma anche con i concerti». Resistenze, invece, dal punto di vista cinematografico. «Il problema - spiega Protti - è lo standard qualitativo, quel grado di definizione dell'immagine che non è garantito dallo «scaricamento», in grado di arrivare a livello inferiore. Per questo i film delle major sono esclusi automaticamente da un circuito simile. Certo, altro discorso, va fatto per i film che non trovano distribuzione e che in questo modo potrebbero trovare uno spiraglio». Alla base secondo Protti c'è il tema dell'indipendenza. «Abituamente - spiega - l'accesso al film avviene

attraverso una «chiave» la quale stabilisce già in quale sala e in che orari va trasmesso il film. Ecco su questo si gioca tutto, perché l'importante è che il nuovo sistema accresca un'effettiva indipendenza nell'assoluto rispetto di tutti i soggetti». Più «sbilanciato» in favore del digitale è, invece, Tonino Carloni, direttore commerciale dell'Istituto Luce che, con Microcinema, è in «trattative da tempo». Anzi, ricorda, «già nel '99 erano cominciate delle sperimentazioni sulla distribuzione in digitale, ma allora il satellite era troppo caro e la tecnologia poco avanzata, oggi le cose sono cambiate». Carloni spiega che il digitale, anche come semplice «supporto» in sostituzione della vecchia pellicola, è già il «presente». «La produzione è già in digitale - prosegue - solo che poi si deve passare il film in pellicola perché non ci sono sufficienti sale trasformate». Il dvd, nell'ultimissimo supporto «Blue Ray», spiega Carloni, «di qualità ancora

maggiore, è già di per sé una rivoluzione. Intanto perché un hard disc può contenere fino a 30 film e quindi nel caso di rassegne pensate alla praticità. E poi, perché si abbattano drasticamente i costi: basta una spedizione per posta prioritaria». Con il satellite, poi, tempi e costi si abbattano ulteriormente: si «scarica» il film e si proietta in sala.

**Per ora la qualità delle immagini proiettate tramite satellite non equivale a quelle delle pellicole e le sale per il digitale non sono tante**

«La qualità - dice Carloni - è rispettata sugli schermi che non superano i 10-12 metri di base. I kolossal, per intenderci, ancora non vanno bene. Ma del resto, noi come Istituto Luce, siamo molto interessati all'apertura dell'archivio e quindi alla distribuzione nei cinema dei filmati storici, dei contenuti alternativi, anche degli eventi. Un modo, insomma, per far anche tornare a vivere la sala». E, soprattutto, per sbloccare quel pantano che è oggi la nostra distribuzione. «Certo - conferma il direttore commerciale del Luce - quando si riuscirà ad arrivare ad un circuito di almeno cento sale in digitale, allora si potrà davvero pensare ad una distribuzione alternativa per quei film che abitualmente restano al palo». E successivamente pensare pure ad un coordinamento europeo, senza troppo preoccuparsi degli standard. «È sempre meglio partire, seppure in Cinquecento - dice Carloni - che non partire per niente. È assurdo pensa-

re di viaggiare in Ferrari se nessuno sa guidarla. Poi i termini qualitativi miglioreranno. E magari riusciremo pure ad eliminare i pop corn». Chi non vede la questione all'ordine del giorno è Paolo Ferrari alla testa della Warner Bros Italia: «Non abbiamo preso nessuna decisione a proposito del digitale - dice -. Per il momento ci limitiamo a fornirlo a quelle sale che ce lo chiedono. E francamente non mi sembra che questo o l'analogo cambi la vita del film». Abbattendo i costi potrebbe farlo, però, per quei piccoli film con difficoltà distributive. «Mah, non mi sembra ci sia motivo di fare una battaglia in difesa del digitale. La gente non va a vedere i film in base a questo criterio». Poi, certo, conclude Ferrari, «quando ci si arriverà sarà una rivoluzione e le rivoluzioni, come sappiamo, sono sempre portate avanti dai più forti, quindi le major».

g.a.g.