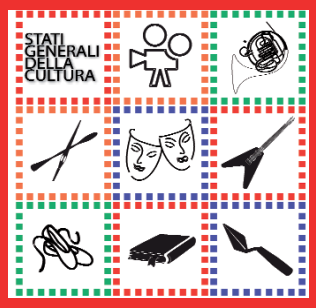
STATI GENERALI CULTURA



NUOVO CINEMA DIGITALE IL FUTURO È QUI

La tecnologia ha modificato il nostro modo di comunicare, anche quello del grande schermo. Nascono così nuovi procedimenti creativi, più ibridi Che potrebbero restituire alle persone la «cultura popolare» che è stata persa

MARCO MÜLLER
DIRETTORE BIENNALE CINEMA

In parallelo alla diffusione dell'informatica e della telefonia mobile, innovazioni decisive per la nostra quotidianità sono state quelle nella tecnologia delle immagini in movimento e del suono: hanno trasformato il nostro modo di lavorare, comunicare e passare le ore libere. Ma quanto accade al cinema, in un contesto dominato da internet e dalla televisione de-regolata, ha finito per sparire, il più delle volte, dagli orizzonti di preoccupazione pubblica.

I CLIENTI

Occorre chiedersi cosa voglia oggi il fruitore, o più precisamente il «cliente» del cinema. Quando paga un biglietto per una proiezione in sala (oppure una piccola somma per - si spera - scaricare legalmente), cerca ancora diversità, negozia l'affermazione di una scelta individuale? Pagare per ottenere un'esperienza invece che un oggetto materiale deve ancora significare un «gesto», un «atto» di partecipazione. Che può avere poco da spartire con il film inteso tanto come merce che come oggetto singolare, frutto di produzione artistica.

I diversi mezzi espressivi del visivo non sono ormai più in conflitto tra loro: coesistono, si scavalcano e si ibridano. Dobbiamo immaginarne quale unico futuro possibile quello della definitiva convergenza? È un argomento in caduta libera di credibilità, poiché suggerisce una falsa impressione di destino e occulta molte delle forze (non tutte posi-