

L'Unità

ORGANO DEL PARTITO COMUNISTA ITALIANO

Le cifre dietro lo schermo

20 gennaio 1967

Diseducazione cinematografica negli «oratori»

Una delle note caratteristiche del mercato cinematografico italiano risiede nel particolare tipo di politica adottata dai proprietari dei maggiori circuiti cinematografici. Si tratta di un indirizzo gestionale che punta direttamente sulla trasformazione dello spettacolo cinematografico da divertimento di massa a intrattenimento di élite. L'aumento vertiginoso dei prezzi d'ingresso registrato in questi ultimi anni è l'aspetto più evidente di questa tendenza, ma non ne è la sola conseguenza. E' interessante, per esempio, osservare quale rapporto di forza venga a stabilirsi tra il piccolo e il grande esercizio. Anche se è obiettivamente difficile tracciare rigidi confini tra questi due campi, non meno stimolante si presenta un confronto tra i due blocchi di cinematografi: quelli che praticano prezzi compresi tra le 100 e le 150 lire e quelli il cui biglietto d'ingresso costa 1.000 e più lire.

Perchè sono stati scelti questi due scaglioni? Per la semplice ragione che il primo raccoglie le più alte frequenze nei comuni sino a 20 mila abitanti (raggruppando la maggior parte dei locali « non cittadini ») e il secondo si presenta solo nei centri con popolazione superiore ai 200 mila abitanti e raduna il nucleo delle principali « prime visioni ». Ovviamente il primo gruppo comprende esclusivamente locali ad indirizzo popolare ed incide percentualmente sul mercato nel modo seguente: 33,1 % come numero di locali, 20,38 % come numero di spettatori e 9,59 % come mole d'incasso. Gli stessi dati, questa volta riferiti al secondo gruppo di locali segnano rispettivamente: 0,3, 126 e 5,6 per cento.

Ne deduciamo che, mentre il numero dei locali e quello delle frequenze forniscono dati che non sono neppure lontanamente comparabili, quelli

inerenti alla mole degli incassi segnalano un preoccupante ravvicinamento. In altre parole i cinema di prima visione incassano una quota enormemente superiore a quella che spetterebbe loro in rapporto al numero dei locali e alla massa dei frequentatori. Se ne può quindi dedurre l'esistenza di due veri e propri « centri di potere » cinematografici: uno che basa la propria forza su un gran numero di locali e su un allargamento quanto maggiore possibile delle frequenze, ed un altro che gioca le sue carte migliori sul salassamento finanziario delle grandi masse urbane.

Questa analisi trova riscontro nelle parole che i compilatori dell'annuario della SIAE hanno inserito nella presentazione del capitolo dedicato alla distribuzione geografico-economica dei cinematografi italiani (vedi « Lo spettacolo in Italia », ed. SIAE, 1966, pag. 147). In esso si legge che uno dei principali motivi per cui il mercato cinematografico ha presentato nel 1965 una gamma di prezzi tali da far ritenere che ci si trovi, in confronto al 1952, davanti a « curve di servizi diversi » risiede « nell'accentuarsi della politica di ricerca dei prezzi massimi d'applicarsi alla clientela ». Una politica in cui lo esercizio viene favorito « dalla particolare posizione in cui si trova, per il freno al sorgere di nuove imprese costituito dalle norme ministeriali che disciplinano l'apertura di nuove sale ». Ci troviamo quindi davanti ad una situazione in cui un gruppo di speculatori privati si avvantaggia delle norme che lo Stato ha posto a tutela del cinema come strumento culturale per rimpinguare i propri bilanci.

Sempre sul fronte dell'esercizio cinematografico nazionale occorre anche tener presente il ruolo giocato dagli oratori parrocchiali. Nel gennaio 1966 ne esistevano ben 3.588 su un totale di 10.456 cinema in funzione in tutto

il Paese, con una percentuale di incidenza che superava il 34 per cento. Questi cinematografi agiscono prevalentemente nell'Italia settentrionale e nei comuni con popolazione inferiore ai 5.000 abitanti. In queste zone essi assumono una posizione di « quasi monopolio » per la mancanza di ogni forma di concorrenza da parte dell'esercizio « industriale ». Questa geografia consente una prima interpretazione, politica oltretutto culturale, del ruolo che il cinema a gestione confessionale svolge nel nostro Paese, un ruolo che è strettamente connesso ai ceti meno abbienti ed a un pubblico fondamentalmente « semplice ».

La sua forza nasce direttamente dalla struttura stessa della parrocchia da cui naturalmente promana ed alla cui forza di penetrazione politico-religiosa attinge direttamente. L'oratorio si trova così obbligato a svolgere una funzione di freno culturale, per lo meno nel senso che è strettamente collegato ad un pubblico che non richiede stimoli critici ma favole edificanti. Giocando sulla posizione di esclusività in cui spesso si vengono a trovare, i cinema parrocchiali sono oggi in Italia gli ultimi alfieri di un cinema che non è tanto digestivo quanto puerilmente mistificante.

Vi è tuttavia un altro dato di cui tener conto. Questo tipo di spettacolo presenta una improvvisa e momentanea riviviscenza nei comuni con popolazione compresa tra i 50 ed i 100 mila abitanti. Questo « ritorno di fiamma » può essere spiegato con una situazione in cui l'esercizio industriale non trova ancora sufficienti margini di utile per un'ulteriore espansione, mentre i bassi costi di gestione dell'oratorio (personale spesso volontario, locali per cui non si paga affitto, noleggio a condizioni di particolare favore, ecc.) e gli sgravi fiscali che la legge gli concede, mettono questo tipo di locale in grado di sfruttare anche le situazioni cinematograficamente meno favorevoli.

Occorre anche tenere presente che gli oratori svolgono, nelle succitate situazioni, una notevole azione concorrenziale nei confronti dei locali basati su concetti gestionali esclusivamente speculativi. Infatti essi praticano prezzi che rimangono, in media, costantemente al disotto di quelli dell'esercizio industriale. In campo nazionale tale divario segnala uno scarto superiore al 46 %.

Umberto Rossi