



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata
Corso di laurea in Comunicazione

Il cineforum come evento culturale
Formati, pratiche e forme di socialità

Relatore:

Ch.mo prof. Paolo Magaudda

Laureando:

Andrea Opicini

Matricola: 2002010

ANNO ACCADEMICO 2022/2023

A nonno Antonio

Indice

07	Introduzione
09	Capitolo 1 Cinema e cineforum
09	1.1 <i>Che cos'è un cineforum</i>
13	1.2 <i>Cinema e giovani</i>
18	1.3 <i>La storia dei cineforum in Italia</i>
19	1.3.1 La nascita dei cineforum
20	1.3.2 L'evoluzione dei cineforum
21	1.3.3 La contaminazione dei cineforum
22	Capitolo 2 Cambiamento del consumo cinematografico nell'era digitale
22	2.1 <i>Verso la digitalizzazione</i>
24	2.1.1 Produzione
25	2.1.2 Distribuzione
27	2.1.3 Consumo
29	2.2 <i>Dalla digitalizzazione alla convergenza</i>
30	2.2.1 Cultura convergente
32	2.2.2 Digital divide
36	Capitolo 3 Orizzonti del cineforum: il caso genze a Castelfranco Veneto
37	3.1 <i>Le origini</i>
41	3.2 <i>L'offerta culturale</i>
41	3.2.1 Il cineforum
46	3.2.2 Gli altri eventi culturali
47	3.2.3 ècomoda?
51	Conclusioni
54	Bibliografia
57	Sitografia

Introduzione

L'idea per "Il cineforum come evento culturale: formati, pratiche e forme di socialità" nasce da un'esperienza diretta, ossia dalla partecipazione al progetto *genze* a Castelfranco Veneto. In quest'associazione informale in provincia di Treviso ho avuto l'opportunità di ideare, organizzare e realizzare degli eventi culturali, in particolare il palinsesto di una stagione di cineforum da ottobre 2022 a maggio 2023. Attraverso questo gruppo di volontari e volontarie, oltre ad aver conosciuto persone nuove, ho avuto modo di pensare con più consapevolezza agli eventi culturali e al loro impatto su un territorio. Così questo lavoro di ricerca si sviluppa per delineare le caratteristiche dei cineforum, il rapporto con la crescente digitalizzazione e le socialità attivate in un progetto indipendente come *genze*.

Nel primo capitolo si indagherà il rapporto tra cinema e cineforum. Si comincerà prendendo in analisi una breve ricostruzione storica sulle prime tracce delle parole "cineclub" e "cineforum" nei vocabolari nella lingua italiana. Dopo questo glossario minimo, si analizzeranno le modalità di fruizione del cinema e nello specifico dei cineforum tra gli anni Cinquanta e Sessanta in Italia, decenni in cui la frequentazione dei cineclub era molto diffusa nelle giovani generazioni. Poi si concluderà il capitolo raccontando la genesi dei cineforum in Italia, dalla loro importazione fino al loro declino associativo.

Nel secondo capitolo si approfondirà il discorso cinematografico trattando il suo nuovo consumo nell'era digitale. Il precedente paradigma di fruizione muta a causa della digitalizzazione, che permea sia il consumo da parte del pubblico ma anche gli aspetti produttivi e distributivi. L'altra parte del capitolo verterà sulle questioni di cultura convergente e di divari digitali. Si vedrà come la digitalizzazione ponga uno scarto significativo rispetto al passato, poiché permette la concentrazione di più funzioni in un unico dispositivo mediale. Inoltre si prenderanno in esame l'accesso alle risorse e l'alfabetizzazione digitale, infatti ci sono alcune fasce della popolazione

mondiale che non rientrano nella rappresentazione del sistema digitale, dal momento che non dispongono di servizi o di conoscenze per usare Internet.

Il terzo capitolo evidenzierà la storia, l'offerta culturale e le peculiarità del collettivo genze. Verrà dedicato spazio alla storia di come nasce il progetto, con un'intervista ai fondatori Luca Antonello e Mikal Fol, dello sviluppo e della diffusione a Castelfranco Veneto. In seguito si descriverà l'operato di curatela cinematografica dell'associazione, tenendo in considerazione le rassegne tematiche proposte e la commistione di film proiettati al pubblico. Infine si tratteranno le altre attività culturali organizzate tra 2022 e 2023 da genze con particolare attenzione ad *ècomoda?*, una manifestazione sulla moda sostenibile con vendita di abbigliamento artigianale, talk di sensibilizzazione, spettacolo teatrale e musica dal vivo.

Capitolo 1

Cinema e cineforum

1.1 *Che cos'è un cineforum*

Risalire all'origine del significato di una parola va oltre il valore unicamente lessicale del lemma. L'origine e i cambiamenti di una termine dicono molto della sua storia, pertanto ricostruire per la genesi dei cineforum è necessario chiarire il suo significato e le sue differenti accezioni.

La prima testimonianza di una parola simile risale 1948 nel "Filmlexicon" di Francesco Pasinetti, autore di un'opera settoriale sul gergo e il linguaggio dei film. Nei vocabolari della lingua italiana la voce "cineclub" compare per la prima volta nel 1961 nel "Grande Dizionario della lingua italiana" di Salvatore Battaglia e veniva definita come

associazione, circolo, sodalizio, che ha lo scopo di stimolare l'interesse per il cinematografo d'arte e di diffondere la cultura mediante la presentazione di film di particolare valore artistico e documentario, di film inediti, d'avanguardia, sperimentali, e mediante periodiche conferenze e dibattiti su problemi dell'arte cinematografica.

Le edizioni successive di dizionari hanno dato altre definizioni del "cineclub". Dalle "Parole nuove" del linguista Bruno Migliorini, allo storico dizionario Devoto-Oli che nel 1967 classifica i "cineclub" come

associazione o circolo creati con lo scopo di diffondere cultura cinematografica mediante proiezione di film di particolare valore artistico e documentario, oppure inediti o d'avanguardia, debitamente illustrati da conferenze sui problemi specifici della tecnica e dell'arte cinematografica (Devoto, Oli 1967).

Si comincia a configurare un'idea condivisa sulla natura e sulle caratteristiche peculiari di un cineclub. Le principali sono la dimensione associativa, l'interesse per il lato artistico dei film e la presenza di dibattiti

che sviscerano i temi e le tecniche delle opere. Nel 1970 la decima edizione dello Zingarelli ribadisce questi fattori, infatti definisce cineclub come

associazione che promuove la diffusione della cultura cinematografica organizzando proiezioni di film, conferenze, dibattiti (Zingarelli 1970).

Lo Zingarelli del 1970, oltre a sintetizzare con efficacia l'essenza del cineforum, comprende anche la definizione di "cineforum":

dibattito su argomento cinematografico, di solito riguardante un film appositamente proiettato (ibidem).

In origine cineclub e cineforum hanno due significati simili, ma leggermente diversi tra loro. Cineclub è lo spazio, reale e simbolico, dove un'associazione o circolo culturale guarda i suoi film. Mentre cineforum è uno strumento, il mezzo che si adotta durante il dibattito, che comprende la presenza di moderatori, talvolta esperti e l'intervento del pubblico. Il cineforum è una «forma di dibattito applicata al cinema» (Mosconi 2018, p. 159). Per agevolare la chiarezza espositiva in queste pagine si userà "cineforum" e "cineclub" senza distinzione, con l'intenzione di includere sia l'aspetto associativo del fenomeno (cineclub) che quello relativo al dibattito sul film (cineforum).

In Italia le prime testimonianze di cineforum cominciano a formarsi nella seconda metà degli anni Quaranta. Delle organizzazioni simili erano già presenti in Europa come in Francia, dove esisteva una "Federazione francese dei cineclub", e in Inghilterra e Scozia con le "Film societies" (Tosi 1999, p. 26). In Italia i primi cineclub nascono nel 1945 e si diffondono in diverse città. Si ricordino le antesignane Treviso (14 luglio 1945) e Parma (2 agosto 1945), poiché in questi territori sono nati i primi circoli del cinema. In seguito i cineforum si sono diffusi e hanno prosperato a Milano, Genova, Torino, Reggio Emilia, Bergamo, Livorno, Varese, Verona, Biella, Pavia e Roma (ibidem). Sulla funzione dei cineclub nei piccoli paesi e centri abitati, Virgilio Tosi commenta:

C'è poi il particolare e importantissimo ruolo assolto dai circoli del cinema nelle piccole città di provincia, dove il semplice fatto che un simile tipo di associazione esista e la sua attività, costituiscono una vera e propria rivoluzione culturale, una rottura del torpore intellettuale di questi centri. [...] Da gruppi di studiosi che si riuniscono per conoscere e discutere in modo approfondito opere e problemi, a circoli che raccolgono la parte migliore del pubblico cinematografico normale trasformandola, attraverso una continua opera di miglioramento del gusto e del senso critico, in una schiera sempre più numerosa di "spettatori qualificati" (Tosi 1950, p. 62).

I cineclub dell'epoca non nascono per essere poli elitari ed esclusivi, ma per essere aperti e inclusivi verso tutta la popolazione affinché la dimensione culturale fosse aperta a quante più persone possibili. I cineclub prevedevano una sede, uno statuto sociale e un'iscrizione a pagamento per i soci, che in seguito ottenevano una tessera personale (Tosi 1999, p. 56).

Alla fine degli anni Cinquanta il fenomeno dei cineforum riscuote molto successo in Italia: si formano sempre nuovi circoli, anche nei piccoli centri con pochi abitanti. La presenza di un nuovo modo di fruire il cinema, linguaggio che diventa più popolare e accessibile, affascinava le persone. Nonostante l'arrembante inizio, la proliferazione dei cineclub metteva in luce anche alcune storture organizzative degli stessi. Le difficoltà che si riscontravano all'epoca — e che si presentano nuovamente nei cineforum attuali — sono di natura economica e legale. Spesso questi due aspetti sono intrecciati e si influenzano vicendevolmente. Gestire un cineclub implica dei costi che talvolta è difficile coprire del tutto e ammortizzare con efficacia. Le spese riguardano l'affitto dello stabile, se non è di proprietà diretta del circolo, il pagamento dei tecnici per la proiezione del film, la stampa delle schede informative per la visione. Bisognava pagare anche moderatori del dibattito, gli esperti e critici che intervenivano prima e dopo i film. La preparazione e la presentazione del film per i tesserati non si poteva improvvisare, ma doveva esserci uno studio preliminare alla base: «chi fonda un cineclub per vedere, egli stesso, per la prima volta quei film classici di cui ha solo sentito parlare, deve prepararsi, documentarsi, [...] per poter presentare i film agli altri soci» (ivi, p. 57). Infine si trova il costo principale, ossia il noleggio del film e la relativa spedizione dalla casa di distribuzione (ivi, p. 30). A tutto questo si aggiunge la parte legale, come il

reperimento legittimo dell'opera e il pagamento della SIAE per i diritti d'autore. Come vedremo nel terzo capitolo, non è sempre facile conciliare la scelta del film con la sua reperibilità lecita. La curatela di un cineclub necessita di una programmazione cinematografica che accolga e valorizzi le istanze artistiche dell'opera, tuttavia la decisione di proiettare un determinato titolo richiede che questo sia disponibile in un catalogo per il noleggio. Non rispettando l'aspetto legale, che si comincia a capire perché così legato a quello economico, si rischia di infrangere la liceità del cineforum. Di conseguenza il palinsesto di un circolo cinematografico è di continuo davanti una dialettica di fondo, ad un duplice bivio tra i film che si vorrebbe far vedere e quelli che si può effettivamente mostrare al proprio pubblico. Nel terzo capitolo si prenderà in esame un caso studio recente, dove si analizzerà questa doppia tensione economica e legale, ossia il cineforum dell'associazione culturale "genze" a Castelfranco Veneto (provincia di Treviso).

Tornando sulla nascita dei cineforum, in un numero del 1948 della rivista "Cinema" si spiegano alcune ragioni dietro la fondazione dei cineclub che servono

per proiettare i film d'arte, i "classici" della storia del cinema, i film in lingua originale e in edizione integrale; per proiettare i film di quei paesi e di quei registi che varie considerazioni commerciali o politiche o di censura tengono lontano dagli schermi normali; per discutere criticamente sui film visti, per organizzare sempre più efficacemente la lotta per il buon cinema, contro le degenerazioni commercialistiche dei produttori che hanno solo interessi speculativi, contro chi considera il cinema soltanto uno strumento di evasione dalla vita reale.

Ecco, in poche parole, che cos'è un circolo del cinema, e i suoi scopi. (Tosi 1948, p. 127).

Quindi la proposta culturale di un cineforum comprendeva film classici, d'autore e alcune anteprime come "Alessandro Nevsky" e "Bambi" nel caso del cineclub di Cremona. Alcuni dei titoli più diffusi nelle proiezioni di fine anni Cinquanta sono: "Nascita di una nazione" di David Wark Griffith, "Il gabinetto del dottor Caligari" di Robert Wiene, "Un chien andalou" di Luis Buñuel, "L'Atalante" di Jean Vigo, "La passione di

Giovanna d'Arco" di Carl Theodor Dreyer, "Cabiria" di Giovanni Pastrone e "Nosferatu il vampiro" di Friedrich Wilhelm Murnau (Tosi 1999, p. 31).

Negli anni seguenti, ossia tra 1953 e 1954, il cineforum cambia organizzazione e significato. Il format del cineforum nelle associazioni cattoliche prende il nome di "film forum" e lì si adotta un'analisi del testo cinematografico da un punto di vista principalmente morale e meno artistico. Mentre il cineforum in senso stretto, quello laico, è avulso dalla lettura religiosa e continua a definirsi come un'associazione culturale di circoli cinematografici. In generale la nuova idea di cineforum prevede una regolamentazione inedita rispetto alle esperienze precedenti: la programmazione è rivolta ai soci maggiorenni, le proiezioni prevedono l'intervento di esperti e in un anno ci devono essere almeno dodici film giudicati di qualità con un conseguente dibattito (Mosconi 2018, p. 162).

1.2 *Cinema e giovani*

Tra gli anni Cinquanta e Sessanta il cinema vive un'età d'oro, soprattutto tra i giovani che attribuiscono significati e pratiche ben precise all'esperienza mediale di consumo cinematografico. Il consumo di film in sala, legato ad una precisa scelta di film da andare a vedere, attribuisce identità ad una nuova generazione che considera il cinema come un proprio tratto peculiare e caratteristico. Pertanto il cinema e la sua fruizione diventano origine di numerosi significati e funzioni nella società italiana. Mariagrazia Fanchi individua cinque elementi che contraddistinguono la visione di cinema tra i giovani e «i processi di costruzione dell'identità generazionale» (Fanchi, Mosconi 2002, pp. 153-154).

Dalla fine degli anni Cinquanta il consumo di film comincia a cambiare, dal momento che il pubblico va al cinema più spesso e non solo nei fine settimana, come negli anni precedenti. La gente scopre del «tempo libero che non sapeva di avere» (Pinna 1958, p. 65) e anche il cinema ne giova, poiché le persone aumentano la propria fruizione di film in sala anche nei giorni feriali. In quegli anni le pratiche della sala erano molto

diverse rispetto a quelle della nostra contemporaneità: gli spettatori e le spettatrici si recavano al cinema quando volevano e non secondo gli orari di programmazione, di conseguenza talvolta entravano in sala con il film che era già cominciato e rimanevano a vedere anche la proiezione successiva. Si rimaneva a vedere un film più volte anche in altre circostanze, come quando c'erano i grandi nomi della stagione — ne sono un esempio “I dieci comandamenti” nel 1956 o “Ben Hur” nel 1959, entrambi film che durano più di tre ore — oppure quando il biglietto cominciò a diventare più costoso e si guardava il film più volte di fila per ammortizzare il prezzo d'ingresso (Fanchi, Mosconi 2002, p. 154). Oltre a questo tipo di consumo, la fruizione di cinema in sala assume significati sociali altri, che sono indipendenti dal valore artistico dei film in senso stretto. Guardare un genere specifico di film classifica chi li vede in delle determinate categorie culturali e sociali: scegliere di guardare “Viale del tramonto” di Billy Wilder o “Il settimo sigillo” di Ingmar Bergman non è la stessa cosa e, in senso più ampio, non è la stessa esperienza. Per chi fruisce di delinea un orizzonte identitario diverso, in quanto le aspettative testuali, le cariche valoriali e le storie sono diverse. Il cinema assume nuovi ruoli, conia paradigmi inediti e diventa foriero di cambiamento radicale per i giovani e le giovani di quegli anni. Infatti secondo Fanchi

il cinema è insomma, per questa generazione, un territorio di frontiera teso fra realtà e immaginazione, fra gioco e impegno, fra dovere sociale e trasgressione. Sia che si cerchi una definizione del proprio ruolo sociale, sia che si cerchi il divertimento o l'evasione, il cinema resta il luogo dove più facilmente si dà corpo ai desideri e si concretano i progetti (ivi, p. 156).

Già all'inizio degli anni Sessanta il cinema e la sua esperienza di consumo definiscono il tipo di pubblico che ne usufruisce. Negli anni precedenti il cinema è stato portatore di cultura, di nuove tendenze e di commistione tra le arti. A partire dagli anni Sessanta, oltre a queste funzioni già preesistenti e di nuovo presenti, il cinema rappresenta anche un'esperienza formativa e si pone come momento educativo per le nuove generazioni di spettatori. Per le persone cresciute in famiglie borghesi il cinema diventa una finestra inedita attraverso cui guardare il mondo e

interpretarlo. La visione frequente di film aiuta a comprendere le sue dinamiche e i suoi linguaggi. Perciò chi guarda i film non ricava solo un giovamento tecnico e relativo unicamente alla grammatica cinematografica, poiché i film aiutano a filtrare la realtà e «il cinema propone un *punto di vista alternativo* sulle cose» (ivi, p. 157). Attorno agli anni Sessanta si diffonde una divisione generale sui tipi di film nelle sale: da una parte ci sono le commedie e dall'altra i film d'autore. Come riportato sopra, il tipo di film che il pubblico sceglie di andare a vedere in sala lo definisce e lo identifica. Pertanto guardare un genere di produzioni, che siano d'autore o commedie, aiuta a definire e a dare identità e attribuire certe caratteristiche a chi guarda quei film. In quegli anni tra le pellicole d'autore, ossia quelle che trovano più spazio nei palinsesti dei cineforum, emergono i casi de "La dolce vita" di Federico Fellini e "Rocco e i suoi fratelli" di Luchino Visconti. Questi due film erano usciti entrambi nel 1960 in Italia e si distinguevano da altre opere dell'epoca per i loro tratti anticonformistici, oltre che «per la loro capacità di scardinare gli assunti più retri, ma anche più radicati, della morale del tempo» (ibidem). Come osserva la stessa Mosconi, la nuova generazione di spettatori e spettatrici si distingue perché adotta uno spirito «più consapevole e impegnato» rispetto alla precedente. L'impegno e la consapevolezza si inseriscono come fattori molto influenti nella costruzione dell'identità, sia cinematografica che sociale.

Tra i giovani emerge una nuova visione del mondo e il cinema concorre a plasmare ideali e orizzonti di senso. Il consumo identitario di cinema serve a prendere distanza con la generazione di spettatori precedenti e con i valori più tradizionali. Il cinema si propone come un nuovo luogo di ritrovo tra pari, alternativo alla famiglia e dove coltivare i legami di socialità e vivere un'esperienza condivisa con altre persone. Durante la visione di un film il pubblico prova delle emozioni sincronizzate con gli altri spettatori, dal momento che tutta la gente presente in sala assiste assieme e contemporaneamente allo stesso film. La comunità che si crea durante la visione è salda, seppur solo per la durata del film: il pubblico condivide gioia, tristezza, la paura, sgomento. La riflessione collettiva si sviluppa in un *hic et nunc* preciso, ossia al cinema. La nuova visione del mondo che porta il cinema, e di cui è anche investito, è evidente nella logica dei miti e

dei modelli. I giovani e le giovani guardavano e aspiravano al modello americano. Molti uomini si vestivano come i divi di Hollywood per somigliare loro e riprendere alcune fattezze iconiche di personaggi di film. La novità di questo discorso cinematografico era così influente e pervasiva che alcuni aspetti della realtà venivano plasmati a modello della rappresentazione americana. Gli Stati Uniti sono un paradigma emulativo, diventando un punto di riferimento e confronto più libero e spregiudicato rispetto ai costumi italiani. Speculare al modello americano si trova il cinema d'autore, noto per essere più impegnato e meno accessibile per temi e ritmo. Il consumo del cinema d'autore identifica un altro tipo di pubblico, che è sensibile ad altre questioni. Parallelamente al cinema americano e a quello d'autore, riscuote successo anche la cosiddetta "commedia all'italiana" che mette in scena episodi e scene di quotidianità in un Paese sempre più fiorente dal punto di vista economico. Le commedie di quegli anni sono uno spaccato vivace della società del tempo e se ne ricava un ritratto fedele. Nonostante la forte componente nazionale e autoreferenziale, la commedia all'italiana non riuscirà a seguire le tracce dei miti e dei modelli americani. In Italia non è facile replicare i divi come nello *star system* statunitense, forse l'unico caso riuscito riguarda il genere degli *spaghetti western* in cui il sistema valoriale italiano viene rovesciato rispetto a quello americano.

Il cinema contribuisce anche ad una funzione di costruzione della sfera collettiva. La portata socializzatrice del cinema si rileva in almeno un paio di altri aspetti, ossia un nuovo avvicinamento all'altro sesso e l'identificazione in una determinata classe politica. Per le donne la partecipazione alle sale cinematografiche e ai cineforum rappresentava un'occasione di emancipazione e di inedita socialità. L'importanza attribuita all'andare al cinema era tale che frequentare alcuni cinema o addirittura sedersi in alcuni posti erano elementi significativi e significativi, che fosse una persona o una coppia. Così come la visione del film determinava e attribuiva delle caratteristiche su chi li guardava, anche andare in un determinato cinema piuttosto che in un altro classificava il tipo di spettatore o spettatrice. Andare al cinema la domenica pomeriggio o il giovedì sera non era la medesima pratica sociale, così come andare a vedere un film

appena uscito non equivaleva ad assistere ad una seconda o terza visione. Il cinema oltrepassava il film in senso stretto, poiché era portatore di pratiche e di valori per chi ne fruiva. Il cinema aiutava e aumentava le occasioni di conoscenza tra pari, che siano dello stesso sesso o meno, e favoriva anche la formazione di una coscienza politica. Questo tratto peculiare era ad appannaggio più dei cineforum rispetto al cinema tradizionale in sala. A Lecce esisteva un caso particolare di cineforum, dal momento che era frequentato principalmente dagli avvocati della città. Di conseguenza l'iniziazione a questo appuntamento per i neofiti era carico di un forte valore simbolico, siccome alle serate partecipavano persone colte e altamente scolarizzate. La dimensione emancipatoria del cinema si opponeva alla televisione, che aveva tratti più sedimentari e meno dinamici. Se il cinema era fonte di sperimentazione, la tv si presentava come più rassicurante e adatta al consumo domestico. La televisione catalizzava le relazioni familiari, a differenza della rottura che esercitava la sala cinematografica. Così la televisione comincia a sostituire parte dell'esperienza al cinema e limita l'orizzonte di fruizione entro le mura casalinghe e ne modifica la socialità. Si cominciava a delineare un'nuovo orizzonte tra cinema e tv, tra forme e contenuti, tra pubblico e privato. Nel secondo capitolo si tornerà su questo argomento con più dovizia di esempi e studi.

Un altro fattore rilevante del cinema in Italia è la costruzione di un sistema divistico molto diverso rispetto al modello statunitense. Se il pubblico italiano guardava all'America come un modello, come un mito cui aspirare e somigliare, per lo spettatore italiano la mimesi completa non si è mai realizzata completamente. Infatti in Italia l'afflato divistico era debole e non si è mai riuscito a replicare uno *star system* simile a quello di Hollywood. Una delle ragioni principali di quest'insuccesso è che in Italia il cinema era ancora legato ad una dimensione di evasione e di disimpegno. La commedia all'italiana, ossia il genere principale di quegli anni, non ha saputo sfruttare la sua popolarità per far emergere divi di rilievo come negli Stati Uniti. Un altro motivo del fallimento del divismo in Italia risiede nella mancanza di riconoscimento con le *star* e nell'assenza di identificazione da parte del pubblico, infatti gli spettatori italiani emulavano il modo di vestire

e di comportarsi ai divi hollywoodiani. Sovente uomini e donne somigliavano ai divi nell'abbigliamento, nel trucco e nel taglio di capelli ma la loro identificazione verso il divo o la diva era solo parziale. Spesso la mimesi con la star seguiva unicamente i tratti estetici e non i valori e il significato che quello stesso idolo veicolava e rappresentava. Così magari le donne si pettinavano come Audrey Hepburn e gli uomini somigliavano a Marlon Brando, senza però capirne la loro portata simbolica e sociale. Semplicemente si limitavano ad una riproduzione estetica della loro immagine.

Queste sono alcune delle caratteristiche che emergono tra una nuova generazione di spettatori e spettatrici e la fruizione di una forma d'arte, che diventa popolare e modifica la vita e le pratiche delle persone, definendo nuovi orizzonti per la socialità e l'idea di tempo libero. Numerosi comportamenti e associazioni valoriali del cinema possono essere traslate anche ai cineforum, ricordando che questi ultimi possiedono alcuni tratti salienti diversi rispetto alla sala tradizionale.

1.3 *La storia dei cineforum in Italia*

La genesi dei cineforum in Italia attraversa principalmente tre fasi temporali (Mosconi 2018, p. 158), che si distinguono tra loro per la quantità di figure attive, enti e organizzazioni per la diffusione e promozione del progetto culturale. Le forme primigenie di cineforum si diffondono in Italia tra il 1946 e il 1953, per merito dell'influente partecipazione e innovazione di Félix Morlion, un padre belga domenicano. La seconda parte nella storia dei cineforum in Italia, quella più cospicua e culturalmente vivace, viene compresa tra il 1953 e il 1961: in questi anni nascono le prime associazioni nazionali, tra cui il Centro Cattolico Cinematografico (CCC). Dagli anni Sessanta in poi emergono nuove istanze sociali, politiche e culturali, pertanto si perde la dimensione unitaria e coesa del cineforum che andrà progressivamente a sciogliersi in sedi più piccole e indipendenti (ibidem).

1.3.1 *La nascita dei cineforum*

Dopo la Seconda guerra mondiale padre Félix Morlion introdusse in Belgio l'idea di "cineforum", una soluzione innovativa per avvicinare la comunità cattolica al cinema. Lo spirito lungimirante di Morlion in materia sociale e cinematografica emerge in almeno due circostanze precedenti. Infatti nel 1930 il padre berga fondò il *Centre catholique d'action cinématographique*, organo dentro l'*Office Catholique International du Cinéma* (OCIC), e istituì una «documentazione completa su tutti i film usciti, accompagnata da un'analisi critica e da un giudizio morale». È possibile notare come per padre Morlion il cinema sia legato ad una missione di evangelizzazione rispetto ad una dimensione più artistica, infatti «il domenicano punta all'educazione delle masse e alla formazione dell'opinione pubblica in senso cristiano e anticomunista, e vede nei film un efficace mezzo di propaganda e diffusione di idee» (ibidem).

Dopo una parentesi negli Stati Uniti, nel 1944 padre Félix Morlion giunge in Italia dove nel 1945 fonda a Roma l'Università Internazionale di Studi Sociali "Pro Deo" (dal 1977 cambia nome in "Luiss — Libera Università Internazionale degli Studi Sociali").

La formula di padre Morlion «prevede una breve introduzione al film, la visione collettiva e un dibattito guidato da un moderatore, preferibilmente laico» (Mosconi 2018, p. 159). All'inizio del dibattito si chiedeva al pubblico ad riconoscere i temi principali del film, riportando i momenti più suggestivi per gli spettatori e le spettatrici. Una volta esaurito questo primo momento del dibattito, gli esperti o le persone deputate a moderare la discussione chiarivano al pubblico gli aspetti più tecnici del testo cinematografico, come regia, sceneggiatura, fotografia, montaggio, ambientazione e colonna sonora. L'ultima parte del dibattito analizzava gli aspetti morali e sociali del film, con particolare attenzione per i primi, così «il cinema si presenta come un'attrattiva formidabile perché popolare e istruttiva» (ibidem).

Nel 1950 la Pro Deo di Morlion comincia a coordinare la numerosa presenza dei cineforum in Italia, che richiedeva un intervento esterno vista la crescente numerosità dei cineforum. Tuttavia, dal momento che il

Vaticano non approva l'eccessiva vicinanza tra cineforum e Pro Deo, nel gennaio 1953 Morlion affida l'associazione dei cineforum al Centro Cattolico Cinematografico (CCC) (Mosconi 2018, p. 160). Fernaldo Di Giammatteo, storico e critico cinematografico, commenta così l'attività religiosa e culturale di Félix Morlion:

Questo frate fiammingo [...] si è imposto di rendere “simpatico e sorridente” il Cristianesimo e di mostrarsi sempre, in ogni occasione, lui per primo simpatico e sorridente» (Di Giammatteo 1950).

1.3.2 *L'evoluzione dei cineforum*

Nel 1953 si tiene il “Primo convegno nazionale del Cineforum italiano” a Roma, in quest'occasione si decreta l'importanza della componente cattolica nel movimento culturale dei cineclub durante quegli anni. Questa scelta limita la diffusione su scala nazionale dei film con minor afflato religioso e morale. La Pontificia Commissione per la Cinematografia (PCC) suggerisce la creazione di commissioni regionali per valutare la proiezione dei film nelle sale dei cineforum parrocchiali, dove si vedono film “per tutti” e di rado pellicole per il pubblico adulto. Altre categorie di film, come quelli “per adulti con riserva” e “sconsigliabili”, vengono proibite del tutto (Mosconi 2018, p. 162). Di conseguenza il Centro Cattolico Cinematografico sfavorisce la circolazione di alcuni tipi di film e incentiva la fruizione di altri, ossia quelli più compatibili con il discorso religioso. In questo modo i film banditi dal CCC non vengono mostrati e discussi nei cineforum cattolici, la cui programmazione cinematografica è subordinata ai giudizi stringenti del clero (Tosi 1999, p. 191). Pertanto la politica accentratrice delle autorità cattoliche e la minor disponibilità di offerta cinematografica causano un'omologazione del gusto nel pubblico che frequenta i cineforum parrocchiali (Mosconi 2018, p. 162).

Nel convegno 1953 si formano anche le prime increspature tra le autorità del cattolicesimo (Tosi 1999, p. 191). Da un lato emergono le posizioni di monsignor Albino Galletto, dirigente del Centro Cattolico Cinematografico, che critica le “tentazioni di indipendenza” poiché «sono sempre indice di scarsa fede e sovente di povertà o di disorientamento

mentale» (Galletto 1953, p. 3). Dall'altro c'è la visione più moderata di padre Morlion, che identifica il cineforum come un'attrazione che «unisce facilmente uomini e donne di tutte le classi». La varietà delle proposte culturali di Morlion è confermata dalla sua consapevolezza del pubblico di riferimento, dal momento che il cineforum era differenziato per una partecipazione popolare, giovanile o specializzata (Brunetta 1982, p. 131). Come sostiene Mosconi, le spaccature interne paralizzano i cineforum e le diversità ideologiche drenano la coordinazione interna alle associazioni (Mosconi 2018, pp. 164-166). La figura di Morlion viene progressivamente marginalizzata nella politica cinematografica cattolica e nel 1956 la direzione dei cineforum viene affidata a don Giuseppe Gaffuri (della Maggiore, Subini 2017, p. 18).

1.3.3 *La contaminazione dei cineforum*

A partire dagli anni Sessanta i cineforum cattolici cominciano ad assumere nuove forme e progressivamente compiono un'ibridazione con altre realtà, come testimonia l'accordo tra l'Associazione Cattolica Esercenti Cinema (ACEC) e la Federazione Italiana Cineforum (FIC). La FIC poteva appoggiarsi agli spazi dell'ACEC, purché ne rispetti le regole della programmazione perciò con una scelta ridotta di film (Mosconi 2018, p. 170). Sebbene all'inizio queste condizioni vadano bene ad entrambe le parti, poco dopo la FIC comincia non accettare il compromesso con l'ACEC; la ragione della rottura dei già fragili equilibri risiede proprio nella limitata offerta culturale che la Federazione Italiana Cineforum avrebbe potuto dare alle persone iscritte. Sulla rivista "Cineforum" Darko Bratina problematizza così le nuove funzioni del cineforum e i suoi rapporti con la cultura:

In breve i Cineforum oggi non si pongono più come circoli di cultura cinematografica, ma come circoli cinematografici di cultura. [...] Una cultura che sia *negotium* e non solamente *otium*, o peggio ancora una specie di *ars consolatoria*, la quale ineluttabilmente si risolve in inazione culturale e politica e in definitiva in immoralità culturale organizzata (Bratina 1968).

Capitolo 2

Cambiamento del consumo cinematografico nell'era digitale

Dopo aver approfondito la genesi e il fenomeno dei cineclub in Italia, soprattutto nel periodo di loro massima diffusione e splendore, si cercherà di analizzare la situazione attuale del consumo cinematografico, i modi in cui è cambiato e come differisce rispetto al passato. Questo secondo capitolo mira ad esplorare la nuova fruizione del cinema, che lascia l'ambiente fisico delle sale dei cinema e dei cineforum per andare in un'altra direzione. Con l'avvento di Internet si inaugura una nuova frontiera per i contenuti culturali: nasce l'era della digitalizzazione, una nuova fase dove i prodotti culturali — non si consideri unicamente il cinema ma le forme d'arte in generale, come letteratura, musica, teatro — non sono più vincolati dalla dimensione fisica e dalla partecipazione in presenza, prerogativa necessaria nei decenni precedenti. La digitalizzazione conia altre forme di consumo, contribuisce alla creazione di contesti inediti e ridisegna gli orizzonti dell'ecosistema mediale con nuove figure e pratiche.

2.1 *Verso la digitalizzazione*

Come all'inizio del capitolo precedente, è necessario partire da premesse di significato chiare e condivise affinché si possa concordare sul senso di una parola. Secondo il manuale “Sociologia dei new media”,

la digitalizzazione significa la codifica delle informazioni in formato digitale, cioè numerico binario. (Stella *et al.* 2018, p. 59).

Questa prima definizione denota il carattere tecnico dei dispositivi e del loro codice, ossia il sistema binario. Tuttavia la descrizione precedente non ancora è sufficiente per individuare i tratti peculiari e distintivi di questo fenomeno. Bisogna che si rimandi ad altro, in particolare ai suoi processi sociali, infatti si prosegue affermando che la digitalizzazione

in senso più ampio, rappresenta il passaggio che ha caratterizzato gli ultimi decenni e che ha visto l'utilizzo sempre maggiore delle scienze informatiche e delle sue tecnologie (ibidem).

Con quest'aggiunta significativa si espande l'idea alla base della digitalizzazione, poiché viene identificata come un "passaggio" recente e che si è verificato negli "ultimi decenni". Di conseguenza emergono alcune caratteristiche salienti della digitalizzazione: la prima è la continuità con qualcosa di già esistente in precedenza, nonostante la novità formale con cui si diffondono i contenuti; in secondo luogo si trova la novità della digitalizzazione, in quanto la sua proliferazione è aumentata con l'avvento di Internet e delle nuove tecnologie.

Dalla definizione de "Sociologia dei new media" si arriva alla conclusione che la digitalizzazione non riguarda solo gli aspetti tecnologici del medium, ma ne influenza la struttura stessa e i contenuti, i quali vengono prodotti, distribuiti e consumati secondo nuove logiche (Ayu 2022, p. 44; Stella *et al.* 2018, p. 61).

L'ibridazione del sistema mediale col digitale riguarda non solo i contenuti, ma anche le figure collegate ad essi. Infatti i consumatori assumono un ruolo più attivo rispetto al passato e non sono unicamente spettatori (Benkler 2006, p. 417), dal momento che alcuni di loro diventano dei creatori di contenuti e sono in grado di rinegoziare ciò di cui usufruiscono. Ayu (2022) sostiene che l'avanzare della tecnologia ha incoraggiato le persone a diventare *content creator* poiché la tecnologia, tra cui anche quella di alta qualità, è diventata meno costosa rispetto al passato e molte persone in più possono acquistarla e usufruirne.

Ne deriva che la tecnologia, che è vettore di digitalizzazione, ha permesso l'intermediazione tra produttori e consumatori — oltre a sfumarne

maggiormente i confini. Dalla distinzione meno netta e più labile tra queste due parti emerge il *prosumer*, ossia

la moderna figura dell'utilizzatore del web che, contrariamente a quel che accadeva in passato con i pubblici televisivi o radiofonici, non si limita a un consumo passivo dei contenuti di siti e blog, ma partecipa attivamente alla loro produzione (di qui il termine che mette insieme *producer* e *consumer*) (Stella *et al.* 2018, p. 12).

Partendo da queste definizioni preliminari, adesso vaglieremo gli effetti della digitalizzazione sulla produzione, distribuzione e consumo in merito ai film e all'industria cinematografica.

2.1.1 *Produzione*

La digitalizzazione ha contribuito a plasmare un nuovo tipo di contenuti e a influenzarne gli aspetti produttivi. Nell'industria dei media, e nel caso specifico di quella cinematografica, vengono investiti fondi ingenti per la produzione e la realizzazione di un prodotto, infatti l'industria mediale prevede costi particolarmente elevati. Il fenomeno di digitalizzazione ha permesso di avere strumenti migliori e con prestazioni maggiori ad un prezzo minore e più accessibile. Quindi i mezzi cinematografici che si usavano in passato sono stati sostituiti rapidamente da modelli simili e più performanti nel giro di pochi anni (Gornostaeva e Pratt 2006, p. 3).

La digitalizzazione permette di rompere le barriere tra produttori e consumatori dal punto di vista produttivo, grazie alla figura del *prosumer*. Ora la creazione di un testo mediale non è solo appannaggio delle grandi compagnie di produzione, dal momento che potenzialmente chiunque realizzare un prodotto per il cinema:

In this sense, ordinary people could produce their production by using the digital tools and online platform. The low cost and accessibility system offers a larger opportunity for ordinary people to create content for the media industries (Ayu 2022, p. 44).

Un caso originale ed emblematico è il film “Tangerine” del regista statunitense Sean Baker. La particolarità di questa pellicola è la sua realizzazione, poiché per le riprese sono stati usati soltanto tre iPhone 5s e la troupe non ha utilizzato strumenti canonici per filmare, come telecamere professionali o pellicola. In “Tangerine” recita un cast di attori e attrici non professionisti e nella fase di montaggio e post-produzione, curate da Baker stesso, all’inizio il regista ha usato Final Cut Pro di Apple. In un secondo momento ha utilizzato DaVinci Resolve, un altro software di montaggio video, che si distingue per essere gratuito. Con quest’esempio è possibile notare come la digitalizzazione sia la *conditio sine qua non* per alcuni tipi di testi filmici: senza il supporto dei dispositivi digitali, come gli iPhone e i software di montaggio video digitali, non esisterebbe “Tangerine” nella forma in cui lo conosciamo noi oggi. Il film è uscito il 23 gennaio 2015 negli Stati Uniti ed è stato presentato lo stesso anno al Sundance Film Festival dello Utah, una delle manifestazioni più importanti in tutto in mondo sul cinema indipendente. In Italia “Tangerine” è stato mostrato il 21 novembre 2015 al Torino Film Festival, uno dei principali festival italiani dedicati al cinema indipendente.

2.1.2 *Distribuzione*

Le dinamiche di produzione sono strettamente collegate a quelle di distribuzione e consumo, dal momento che tutti queste tre componenti si influenzano a vicenda. Anche in questo caso la digitalizzazione ha un ruolo fondamentale riguardo la circolazione di prodotti mediali, infatti potenzialmente ogni persona può avere accesso ai contenuti disponibili online se possiede un dispositivo compatibile e una connessione Internet. Riprendendo il caso precedente, ossia il film “Tangerine” di Sean Baker, è possibile notare come un film indipendente dal punto di vista produttivo sia stato presentato a dei festival cinematografici del settore fuori dagli Stati Uniti. “Tangerine” è un film noto principalmente nel filone del cinema indipendente ma ha comunque ottenuto una distribuzione, seppur limitata, negli Stati Uniti e nel Regno Unito. In Italia attualmente il film è disponibile nel catalogo a pagamento di IWONDERFULL su Amazon Prime Video.

Ci sono anche altri esempi che evidenziano il fenomeno di distribuzione digitale in materia filmica. La digitalizzazione può permettere la disintermediazione di una distribuzione intesa nel senso più tradizionale del termine, come testimoniamo le numerose attività di raccolte fondi e *crowdfunding* online. Il digitale offre la possibilità di promuovere i propri progetti di cortometraggi e lungometraggi, anche se sono in una fase preparatoria e preliminare. Il contributo volontario da parte dei futuri consumatori su piattaforme dedicate, come Patreon, Eppela, Ulule o Tipeee, di solito garantisce ai produttori del film — figure perlopiù indipendenti, che non hanno avuto fondi sufficienti per l'avvio autonomo del progetto — piena libertà artistica e creativa sul lavoro finale. La raccolta fondi sulle piattaforme di *crowdfunding* prevede delle ricompense per coloro che decidono di donare, con riconoscimenti diversi a seconda dell'importo o del pacchetto che si destina all'iniziativa. Nella maggior parte dei casi il team creativo e produttivo del film promuove la raccolta fondi online, in particolare nelle loro pagine social. Questo è anche il caso di due lungometraggi italiani, come “Cotto & Frullato - Il Gran Finale” nel 2016 e “Twinky Doo's Magic World” nel 2021.

“Cotto & Frullato - Il Gran Finale” è il film conclusivo della webserie “Cotto & Frullato”, ideata da Paolo Cellammare e pubblicata su YouTube. La campagna per la raccolta fondi online è stata lanciata l'11 marzo 2016 ed è terminata il 24 aprile 2016, ha raccolto 41.712 € (a fronte di un obiettivo iniziale di 39.000 €) con l'aiuto di 1713 sostenitori. Tra le ricompense per chi aderiva c'era la possibilità di acquistare già il biglietto per la proiezione al cinema con la presenza del cast in alcune sale selezionate a Milano, Roma e Napoli.

“Twinky Doo's Magic World” è un film dei Licaoni, ossia una società di produzione cinematografica indipendente e già nota su YouTube per la pubblicazione cortometraggi, brevi lezioni di cinema e tutorial su regia e montaggio. “Twinky Doo's Magic World” non è ancora stato distribuito, ma per la sua realizzazione anche i Licaoni si sono appoggiati al *crowdfunding* online. Per il loro film la campagna di *fundraising* è partita il 18 maggio 2021 ed è finita il 15 luglio 2021, ha raccolto 23.655 € (su un obiettivo di 20.000 €) grazie alle donazioni di 411 sostenitori.

La disintermediazione digitale tra produzione, distribuzione e consumo — che in questo caso emerge dal supporto concreto degli appassionati — favorisce la libertà artistica e la completa direzione creativa sul lavoro finale, dal momento che non ci sono vincoli emessi da figure terze dell'industria cinematografica. Anche se può sembrare avulso dal discorso relativo alla digitalizzazione, analizziamo il caso dell'edizione italiana del film “Il disprezzo” del regista francese Jean-Luc Godard e della talvolta eccessiva influenza dei distributori cinematografici. Uno dei produttori della pellicola, Carlo Ponti, fece ridurre la durata del film per il mercato italiano, tagliò alcune scene ritenute troppo esplicite e inserì un doppiaggio che si allontanava dal senso originale. Inoltre Ponti sostituì la colonna sonora originale di Georges Delerue con delle musiche dell'italiano Piero Piccioni e volle modificare il montaggio, infatti chiese di cambiare l'ordine e la sequenzialità di determinate scene. Questa scelta così invadente rispetto all'idea originaria del regista snaturò completamente “Il disprezzo”, almeno nella sua versione italiana, che aveva assunto un significato nuovo e indesiderato da Godard, che infatti si dissociò dalle operazioni di Ponti.

2.1.3 *Consumo*

Il consumo di contenuti mediali è influenzato dalla digitalizzazione, dal momento che per fruire di qualsiasi prodotto disponibile in rete sono sufficienti un dispositivo compatibile e una connessione a Internet. Anche se, come si vedrà a breve, non tutte le persone dispongono i mezzi e per accedere online e la conoscenza per codificare e comprenderne le pratiche; infatti chi ha i mezzi usare Internet non è automaticamente incluso nel sistema digitale, serve altro.

Dunque la digitalizzazione permette di fruire di numerose risorse, quasi inimmaginabili, su molti dispositivi con maggiore facilità rispetto al passato. Secondo Mariagrazia Fanchi

la maggiore flessibilità delle piattaforme digitali e il più ampio margine di manovra che esse concedono al fruitore moltiplicano le occasioni di consumo (Fanchi 2009, p. 570).

Applicando queste novità al discorso cinematografico, è possibile notare come la visione di film si sposti in cornici di consumo più eterogenee e meno legate solo alla sala del cinema. Le piattaforme di streaming video hanno un catalogo di contenuti estremamente ricco e variegato: si trovano film, serie televisive, documentari, reality, talk show, concerti ed gare sportive. Queste ultime due categorie si distinguono per essere eventi sia in diretta che talvolta registrazioni di partite storiche. Avere a disposizione una quantità così nutrita di video non è prerogativa unica della digitalizzazione e dei suoi effetti, dal momento che anche prima del massiccio avvento di Internet esistevano supporti fisici come le cassette VHS e i DVD. Tuttavia ci sono delle differenze sostanziali e decisive che separano l'home video tradizionale dallo streaming video odierno.

Anzitutto la prima diversità tra i due approcci di consumo è il costo. Le piattaforme di streaming video — come Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, per citare alcune delle più diffuse in Italia — vendono contenuti, di cui una parte sono una loro esclusiva, in cambio di una sottoscrizione mensile o annuale. Il prezzo medio mensile di queste piattaforme corrisponde o è addirittura minore del costo d'acquisto di un DVD. Ne consegue che la sottoscrizione ad una compagnia di lo streaming video in molti casi è più conveniente rispetto alla maggior parte dei supporti fisici.

Come già accennato prima, una seconda divergenza tra home video e streaming riguarda la quantità di contenuti disponibili. In una cassetta o in un DVD è disponibile il film e talvolta dei contenuti aggiuntivi, come trailer, il backstage del set o qualche intervista. Invece nelle piattaforme di streaming video sono presenti molti più contenuti e il catalogo offre più varietà rispetto ad un DVD singolo, pertanto a parità di prezzo lo streaming supera i formati fisici per numero di prodotti al suo interno.

Nonostante il vantaggio del digitale, è necessario precisare che le piattaforme di streaming video funzionano con una connessione Internet, mentre per la riproduzione dei DVD serve un supporto fisico. Quindi per entrambe servono altri dispositivi per la visione, che siano un lettore o la rete. Inoltre le piattaforme di streaming video hanno un'altra caratteristica che le differenzia rispetto ai DVD, ossia i diritti dei propri contenuti (Scaglioni, Sfardini 2017, pp. 283-284). Fatta eccezione per i contenuti

originali di una determinata piattaforma, si può verificare la scadenza di licenza dei prodotti mediali e possono non essere più disponibili nel catalogo.

Un ultimo approfondimento sulla questione riguarda la natura stessa di alcuni contenuti. I lungometraggi sono nati intrinsecamente con la loro proiezione in sala e solo in un secondo momento si è potuto vederli in posti diversi, come la televisione, il computer e lo smartphone. Altri oggetti di consumo mediale, come le serie televisive, i programmi tv e le gare sportive, invece sono stati prodotti e distribuiti già presupponendo una loro fruizione sul piccolo schermo e non sul medium cinematografico — tranne in rare circostanze, come serie o partite “evento”. Di conseguenza la visione di un film su canali televisivi, su supporti fisici o in streaming video modifica l’esperienza di visione di quell’opera e ne rinegozia i significati rispetto alla fruizione al cinema.

Un film, per es., per quanto sia ‘consumabile’ attraverso la mediazione di molti apparati (dalla televisione al personal computer, dalla PlayStation ai lettori MP4 fino ad arrivare al videofonino) manifesta una patente inconciliabilità con molti di essi. Si pensi a cosa possa significare guardare un’inquadratura in campo lungo su uno schermo di pochi pollici, ma anche a che cosa significhi vedere un film in un contesto ‘non dedicato’ e in modo discontinuo, condizioni d’impiego usuali per molti *devices* mobili della comunicazione (Fanchi 2009, p. 570).

2.2 ***Dalla digitalizzazione alla convergenza***

Come osservato in precedenza, il fenomeno della digitalizzazione è strettamente connesso alle nuove tecnologie e alla numerosa quantità di dati disponibili su Internet. Dal momento che questa parte della ricerca mira ad analizzare il legame tra digitalizzazione e cinema, si introdurrà il concetto di convergenza multimediale,

con cui si intende la fusione di contenuti (video, audio, dati), supporti (computer, tv, dispositivi portatili, videogiochi ecc.) e distribuzione (come i contenuti arrivano al supporto) (Stella *et al.* 2018, p. 61).

Se la digitalizzazione ha un ruolo fondamentale in certi casi di produzione e distribuzione, come nell'esempio del film "Tangerine" di Sean Baker, anche la convergenza dei media è un fenomeno caratteristico dell'era digitale. L'uso di più funzionalità concentrate in un unico dispositivo, come ad esempio gli smartphone, era impensabile fino a pochi anni fa.

2.2.1 *Cultura convergente*

Secondo Gianfranco Bettetini, «la convergenza multimediale vede la sua realizzazione nella digitalizzazione pervasiva e nella combinazione di due sistemi prima separati» (ivi, p. 62). L'autore con ibridazione dei "sistemi prima separati" intende i media tradizionali e la nuova frontiera della digitalizzazione, che reputa sempre più invadente nei processi sociali delle persone. Questi sistemi, che prima erano indipendenti tra loro, ora convergono su tre livelli.

Il primo aspetto riguarda la produzione dei media e la distribuzione dei contenuti. Sempre legato alla connessione tra industria cinematografica e nuovi media, il manuale "Sociologia dei new media" riporta l'esempio della Walt Disney Company. Questa compagnia nasce come conglomerato per i media tradizionali, ma progressivamente sposta parte dei suoi investimenti produttivi sul digitale e su mercati secondari rispetto a quello cinematografico, come i parchi a tema e i negozi fisici del loro *merchandising*. Sulla quantità e l'importanza di investimenti che Walt Disney riserva ai nuovi media, si pensi al film d'animazione "Luca" del regista Enrico Casarosa. Il film è stato prodotto dalla Walt Disney e sarebbe dovuto essere distribuito nelle sale nel 2021. Tuttavia, a causa della pandemia di COVID-19, la compagnia statunitense ha attuato una strategia commerciale a favore della propria piattaforma di streaming: "Luca" sarebbe uscito in esclusiva solo su Disney+ e non al cinema. L'unica eccezione erano gli degli stati in cui Disney+ non è ancora disponibile, in questo caso il film sarebbe stato distribuito al cinema regolarmente. Pertanto in Italia, dove Disney+ ha copertura, "Luca" non è stato proiettato nelle sale.

In secondo luogo c'è la convergenza tecnologica, ossia la sintesi di più dispositivi in uno solo. Come anticipato prima, l'esempio più funzionale è lo smartphone che ingloba più funzionalità e supporti in precedenza separati (navigazione in Internet, fotocamera, videocamera, indicazioni stradali, riproduzione di foto e video). Fino a metà degli anni Novanta tutte queste caratteristiche erano divise nella «memoria collettiva e dalle pratiche di consumo» (Bettetini *et al.* 2001, p. 176).

Infine si trova la convergenza simbolica, intesa come i linguaggi come si ibridano e si mescolano tra loro nei contenuti mediali. Alcuni prodotti usano una nuova lingua e codici inediti per comunicare. Sempre rimanendo nell'ambito filmico, si noti come alcuni lungometraggi abbiano caratteristiche e dinamiche intrinseche simili alle serie televisive. Sono numerosi i casi, non sempre riusciti, di saghe cinematografiche divise in più parti o il cui finale di un film lascia in sospeso fino alla visione del successivo. Per converso è possibile riconoscere che alcune serie offrono un'esperienza di visione simile a quelle di un film, per regia e durata dei singoli episodi. Talvolta, come nel caso della webserie "Cotto & Frullato", si ricorre all'espedito del film per concludere o per chiarire alcuni aspetti di un prodotto seriale. Altri esempi più illustri sono nel 2019 "El Camino - Il film di Breaking Bad", coprodotto e distribuito da Netflix, e nel 1992 "Fuoco cammina con me" che racconta gli antefatti della serie "I segreti di Twin Peaks". Entrambi i film sono diretti dagli ideatori stessi della serie originale, ossia rispettivamente Vince Gilligan e David Lynch.

In tempi più recenti Henry Jenkins approfondisce l'idea di convergenza, definendola come

termine che descrive il cambiamento sociale, culturale, industriale e tecnologico inerente alle modalità di circolazione della nostra cultura. [...] Probabilmente, più, in generale, la convergenza mediatica si riferisce a una situazione di coesistenza tra sistemi mediatici multipli, nella quale il flusso dei contenuti è fluido (Jenkins 2007, p. 345).

Secondo questa definizione la convergenza comincia ad assumere tratti culturali e non solo legati alla tecnologia e ai dispositivi utilizzati. Jenkins riconosce che il flusso digitale sia multitestuale e "fluido", continuando

quindi a dare rilevanza al mezzo, ma esamina anche l'importanza del fattore culturale nella convergenza. L'unione tra l'ibridazione mediatica e la cultura partecipativa, dove spicca la figura del *prosumer*, dà origine alla cultura convergente che è «un vero e proprio cambiamento antropologico» (Stella *et al.* 2018, p. 47).

Di conseguenza una delle principali virtù del lavoro di Jenkins è stato quello

di rimettere al centro della questione gli usi e i significati culturali e sociali della convergenza, di cui gli utenti consumatori sono i principali soggetti (ivi, p. 64).

Partendo da questo assunto, la possibilità di accedere ai media e l'alfabetizzazione digitale ricoprono un ruolo fondamentale per far parte della cultura convergente. Vedremo quest'aspetto nel prossimo paragrafo, in cui si approfondirà la questione del *digital divide*.

2.2.2 *Digital divide*

Come già ribadito in precedenza, la digitalizzazione ha portato con sé effetti significativi nella società e nella cultura: maggiori funzionalità dei dispositivi con la convergenza tecnologica, abbattimento dei costi produttivi e distributivi, inclusione di più persone nel discorso digitale. In realtà bisognerebbe problematizzare quest'ultimo aspetto, poiché l'accesso al digitale e la comprensione dei suoi linguaggi non sono così scontati. Anzitutto non tutte le persone hanno effettivamente accesso Internet e ai dispositivi digitali; in secondo luogo anche chi può accedere alla rete non sempre ha la conoscenza o l'esperienza adeguata per cogliere le sue opportunità e non incorrere nei suoi rischi.

Alla fine degli anni Novanta

nasce e si sviluppa la discussione sul cosiddetto «digital divide», ovvero sul divario esistente tra coloro che hanno accesso alle nuove tecnologie informative e della comunicazione e coloro che, invece, non hanno tali opportunità (ivi, p. 116).

Quindi comincia ad emergere una discrasia tra aspettativa e realtà, dal momento che in teoria la digitalizzazione si promette come ponte tra le persone ma nei fatti non è sempre così. Questa dialettica viene sollevata anche in “Sociologia dei new media”, quando si aggiunge che

Internet è «potenzialmente» disponibile per ogni individuo in ogni angolo del globo ma, «praticamente», continua a essere evidente l'esistenza di un divario tra continenti, tra nazioni, tra aree geografiche e contesti urbani, finanche tra quartieri di una stessa città (ibidem).

Il tema del divario digitale — o dei divari al plurale, come vedremo a breve — è fondamentale nel discorso che lega cinema e digitalizzazione. Nel capitolo precedente si è visto come nell'età d'oro dei cineforum, quando ancora l'apparecchio televisivo era poco presente nelle famiglie e nelle rispettive case, le sale godessero di molti spettatori e spettatrici. Per determinate classi sociali e per alcune donne l'esperienza di cinema e di cineclub restituivano significati altri rispetto a quelli meramente artistici, come ad esempio aggregazione ed emancipazione. In questo capitolo si sono viste nuove forme di fare e vedere film, che sono più domestiche e meno vincolate al rituale di andare al cinema. Di conseguenza qui torniamo all'aspetto saliente del divario digitale. Se con le nuove tecnologie il cinema migra altrove e trova contesti di fruizione digitali, allora essere inclusi nella digitalizzazione del discorso filmico permette di fruire delle nuove dimensioni del cinema o al contrario di esserne esclusi. I fattori principali che determinano i divari digitali sono il reddito, l'età, il genere e l'istruzione.

La prima discriminante da tenere in considerazione è il reddito, dal momento che Internet e i suoi dispositivi hanno un costo. La connessione alla rete è a pagamento nella maggior parte degli stati del mondo. Oltre all'abbonamento per Internet, che di solito è una spesa mensile, è necessario acquistare anche i dispositivi per accedere alla rete. Di conseguenza c'è un prezzo iniziale da pagare per usufruire della digitalizzazione, che si presuppone verrà poi ammortizzato nel tempo. Però questo investimento di partenza non è abbordabile per tutti: se una persona non ha risorse

economiche sufficienti, non può permettersi Internet e strumenti per accedervi.

Un secondo aspetto dei divari digitali riguarda l'età. Il dato anagrafico sull'uso delle nuove tecnologie tanto più favorevole ai giovani quanto più sfavorevole alle persone anziane, che trovano maggiori difficoltà a comprendere i linguaggi, i meccanismi e le pratiche dell'era digitale. Sempre "Sociologia dei new media" afferma che coloro

nati molto prima dell'avvento della società dell'informazione, hanno subito la rivoluzione tecnologica spesso in modo passivo ed estraneo, senza essere coinvolti dai processi e dalle trasformazioni in atto (ivi, p. 126).

Si tende a raggruppare i consumatori che hanno dimestichezza col mezzo tecnologico in tre categorie, ossia nativi digitali, *digital immigrants* e tardivi digitali. Nativi digitali indicano le persone che sono cresciute con la digitalizzazione sin dalla nascita; *digital immigrants* sono coloro che non sono nati con le nuove tecnologie ma ci sono appunto "migrati" in un secondo momento, mentre i tardivi digitali sono una fascia che guarda questo fenomeno con scetticismo.

L'accesso diseguale ad Internet e all'uso delle nuove tecnologie può essere rappresentato anche dal genere di riferimento. Considerati i fattori visti finora di divario digitale, i numeri sulla composizione della popolazione globale non rappresentano in automatico la popolazione mediale. Come fa presente Roberta Bracciale (2010),

se nel Nord America, in Nuova Zelanda, in Russia e in Canada si registra una sostanziale parità di genere per ciò che concerne l'accesso alla rete, in America Latina, Asia ed Europa le donne sono sottorappresentate rispetto ai maschi (Stella *et al.* 2018, p. 128).

Nelle fasce più giovani il divario è molto meno marcato, mentre nelle persone più anziane si accentua a seconda dell'età e del livello di scolarizzazione.

Infatti l'istruzione è l'ultimo elemento significativo per interpretare i divari digitali, capendo chi è incluso negli usi e nelle pratiche medialità e chi

invece ne rimane escluso. Se tra le giovani generazioni non ci sono distinzioni particolari tra usi e scolarizzazione, invece per gli adulti e gli appartenenti alla terza età l'alfabetizzazione digitale è più diffusa tra coloro che hanno un'istruzione più elevata. Si è anticipato che per i giovani ha poco senso parlare di inclusione digitale o meno, poiché la maggior parte di loro ha già avuto esperienze con Internet e supporti che ne garantissero l'accesso. Le ultime generazioni sono già cresciute con il fenomeno di Internet, infatti per i nativi digitali questo sistema — così rivoluzionario e inedito negli anni di diffusione — non rappresenta più una novità. Per i più giovani oggi il discorso si sposta più sugli usi e le pratiche del digitale.

Capitolo 3

Orizzonti del cineforum: il caso genze a Castelfranco Veneto

Questo terzo capitolo verte su una mia esperienza associativa diretta: la partecipazione alle attività culturali di “genze”, ossia un gruppo informale di volontari e volontarie a Castelfranco Veneto, in provincia di Treviso. Ad aprile 2022 Sebastiano Scapinello, mio amico e già chiamato nel progetto che stava per partire, mi parlò di un gruppo di giovani che si stavano impegnando per fare attività culturali nel territorio trevigiano. L’idea originaria apparteneva a Luca Antonello e Mikal Fol, a cui ho fatto un’intervista qualitativa in profondità, nati rispettivamente nel 2001 e 2002, due giovani ventenni che abitano nella frazione di Sant’Andrea oltre il Muson (Tv) vicino a Castelfranco Veneto. Loro due miravano a creare una situazione amichevole e informale dove poter condividere e diffondere cultura in ogni sua forma. Seppur ci fosse impegno e passione, le idee di partenza non avevano ancora trovato una formazione definitiva. Sia Luca che Mikal conoscevano Spazio Zephiro, ossia un’associazione culturale che era attiva già dal 2014 a Castelfranco Veneto. Come si legge nel loro sito:

Zephiro è un luogo fisico, un vecchio capannone industriale recuperato e reinterpretato, alla periferia di Castelfranco Veneto. Ma è, prima ancora, nella visione delle tante persone che lo compongono, un modo di ripensare la città e la qualità delle relazioni sociali, il tempo libero, il lavoro collaborativo e le nuove tecnologie, il fare cultura e il condividere conoscenze.

È Comunità che include, elabora e produce novità, che si allarga e che disegna nuovi scenari, giorno dopo giorno.

Dopo aver proposto l’idea ai proprietari di Spazio Zephiro, che si sono dimostrati da subito entusiasti e disponibili, Luca e Mikal hanno concordato quella sede — quello spazio, appunto — come luogo principale

dove svolgere le future attività. I volontari del periodo desideravano dare un'alternativa ai consumi culturali della città e creare qualcosa di cui Castelfranco Veneto prima non disponeva. Tra le idee vagliate da aprile in poi è emerso che il cineforum sarebbe potuto essere un buon esordio, un buon punto d'inizio per il neonato collettivo. L'attività principale dell'associazione nei mesi successivi sarà un cineclub continuativo riservato agli iscritti di Spazio Zephiro, previo pagamento della quota associativa di cinque euro annui. L'esordio col pubblico è stato venerdì 7 ottobre 2022. Nei mesi che separavano aprile ad ottobre il gruppo è cresciuto e all'esordio di ottobre contava circa quindici volontari. Il collettivo si chiama *genze*, nome nato dalla crasi tra “gen Z” (generazione Z) e “Zephiro” (luogo di ritrovo del gruppo).

3.1 *Le origini*

L'idea di fondare un'associazione culturale, che poi confluirà in *genze*, nasce da Luca Antonello e Mikal Fol. I due immaginavano da tempo una nuova realtà culturale loro città di riferimento, Castelfranco Veneto, e nella prima parte di 2022 cominciano a prendere contatti con Spazio Zephiro. Luca e Mikal conoscevano già l'organizzazione e alcune sue figure interne, infatti sondano la disponibilità per capire se Spazio Zephiro fosse eventualmente disponibile ad accogliere il loro progetto. I proprietari, che già organizzavano eventi culturali in quella sede, hanno accettato la proposta di usare il loro spazio per nuove attività di cultura e rivolte principalmente ad un pubblico giovane. Spazio Zephiro è una realtà esistente dal 2014 e dispone di una sala di coworking, dove lavorano alcuni liberi professionisti e soci di Zephiro, un'altra sala in cui di solito si tengono corsi e infine una grande stanza che dispone di gradoni in legno e un proiettore. In quest'ultima stanza, durante gli anni di attività di Spazio Zephiro, si sono tenuti spettacoli teatrali, incontri con ospiti e installazioni artistiche. Di rado questa stanza, che già disponeva di un proiettore appartenente all'associazione, ha ospitato proiezioni in passato. Prima di

genze le occasioni in cui facevano vedere film a Zephireo erano sporadiche ma lo spazio era adatto alla funzione, dal momento che erano presenti anche alcune poltrone, cuscini e una grande parete bianca dove proiettare i film.

Nei primi mesi di attività genze propone ai gestori di Spazio Zephireo il permesso di organizzare un cineforum nella loro sede, in particolare nella stanza già adibita alle proiezioni. L'inizio della stagione di cineclub e apertura al nuovo pubblico è fissato per il mese di ottobre 2022.

Per agevolare la scelta dei film e l'aspetto curatoriale degli stessi, alcuni volontari di genze con maggiore sensibilità e attenzione verso il cinema si raggruppano e periodicamente scelgono i film delle rassegne, che ha un tema diverso ogni mese. Il gruppo curatela varia dalle cinque alle sette persone e la loro collaborazione si estende oltre la scelta del film. Per arricchire l'offerta culturale che desidera diffondere, genze accompagna ogni film con una cartolina scritta da coloro che sono nel gruppo della curatela. La cartolina presenta davanti un'immagine significativa del film e i dettagli tecnici (titolo, regista, anno, paese di produzione, giorno di proiezione), mentre sul retro ci sono una breve sinossi del film che si andrà a vedere quella sera e un commento scritto da uno dei volontari, di solito da chi ha proposto il film. L'idea della cartolina nasce per una duplice ragione. La prima è quella di replicare la scheda d'accompagnamento al film, come nei cineclub del passato. Il secondo motivo, nonché probabilmente quello più significativo, è di natura simbolica: la cartolina è un elemento tangibile di un'esperienza simbolica. Prendere la cartolina trascende l'idea di presentazione propedeutica al film, poiché l'orizzonte valoriale è il ricordo della serata, un semplice oggetto da collezione — così come le locandine dei film — o un modo per supportare con un piccolo gesto una realtà emergente. Infatti la cartolina si può prendere liberamente o a fronte di un'offerta libera per contribuire simbolicamente alla sostenibilità del progetto. Dare un contributo per prendere la cartolina è facoltativo e non obbligatorio.

Si apre un altro punto molto importante per la recente storia di genze, ossia i finanziamenti che riceve. Dal momento che è un gruppo informale nato da poco, genze non dispone di fondi precedenti o di guadagni cui attingere per le attività che vuole proporre al pubblico.

L'associazione che ospita genze, Spazio Zephiro, permette di usare i propri spazi e le attrezzature che già dispone ma non denaro per l'avvio dell'iniziativa. Zephiro ha una sala dove guardare i film e un proiettore ma è necessario anche altro per la realizzazione del cineforum, come delle casse audio e una licenza per la proiezione legale dei film. Inoltre il collettivo genze desidera investire anche sulla cornice di visione: il cineforum non dovrà essere come andare al cinema ma un'esperienza culturale diversa. Pertanto si pensa di vendere alcune bevande e snack e di fare un dibattito dopo il film. Se da un lato le idee non mancano, al contempo emergono i primi costi con cui genze si deve confrontare.

Un altro aspetto importante da tenere in considerazione è che quasi nessuno dei partecipanti al progetto genze è un professionista che lo fa per lavoro, piuttosto sono tutti volontari con grande impegno e passione. Alla nascita genze non ha una gerarchia ben precisa: Luca e Mikal sono i responsabili del progetto, ma non c'è una distinzione netta dei ruoli interni. Col passare dei mesi, oltre al gruppo che si occupa della direzione artistica del cineforum, si formano altre categorie come il gruppo della comunicazione, uno che si prende in carico la spesa da fare e un altro che segue la contabilità. Dopo l'estate del 2022, periodo in cui si sono aggiunte altre persone a genze, il gruppo si è riunito e ha raggiunto una formazione quasi definitiva a livello di partecipanti.

Gli obiettivi da raggiungere prima di ottobre, momento scelto come inizio del cineforum, erano l'acquisto della licenza per proiettare i film e di un paio di casse audio. Poiché nessuno dei volontari di genze aveva avuto altre esperienze di raccolta fondi, alcuni membri del collettivo si sono resi disponibili per creare una presentazione del progetto con le caratteristiche principali da proporre ai futuri investitori. La funzione era presentare a esercizi e negozi locali un documento in cui si riassumeva la breve storia di genze e la visione per le attività future. Alla fine della presentazione c'erano dei pacchetti per finanziare economicamente il lancio del cineforum e di genze in generale. A seconda del pacchetto scelto, genze offriva dei servizi diversi che spaziavano dall'inserimento del logo nelle cartoline alla visione di uno spot prima della visione del film. Le prime ricerche di *fundraising* sono state a Castelfranco Veneto e nelle frazioni limitrofe. Le prime volte è

stato difficile convincere i potenziali investitori della bontà e potenzialità dell'idea di genze, soprattutto perché non esisteva un archivio preesistente di altri eventi già fatti. Nonostante l'incognita dei futuri eventi, alcune attività commerciali hanno creduto nella visione di genze e hanno contribuito attivamente alla causa: in un paio di settimane c'erano soldi sufficienti per acquistare le casse e la licenza.

L'attrezzatura audio è stata acquistata di seconda mano, mentre per la licenza dei film si è seguito un altro percorso. I proprietari di Spazio Zephiro, che avevano già organizzato delle proiezioni in passato, avevano suggerito l'acquisto della "licenza ombrello" di MPLC (Motion Picture Licensing Company), ossia «l'ente internazionale che rilascia l'autorizzazione per l'esecuzione pubblica dei contenuti audiovisivi (film, cartoni, serie Tv, documentari, ecc) per conto di oltre 850 produttori cinematografici e televisivi» (MPLC).

La "licenza ombrello" permette di scegliere film all'interno del proprio catalogo a fronte di un pagamento annuale *una tantum*, pertanto non si sarebbe pagato ogni film singolarmente andando ad ammortizzare di molto i costi. La "licenza ombrello" di MPLC ha un costo annuale che varia a seconda dei tesserati all'associazione, ma non comprende il prezzo della SIAE che andrà pagato separatamente e per ciascuna proiezione.

Una caratteristica particolare, che probabilmente ne giustifica la convenienza, consiste che la "licenza ombrello" non permette di pubblicizzare esternamente il film. Pertanto non si possono promuovere i dettagli tecnici del film, come titolo e regista. Ne consegue che, davanti all'impossibilità di comunicare apertamente il contenuto degli eventi, anche la pubblicità subirebbe dei drastici ridimensionamenti. Roberto Miotto, uno dei soci di Spazio Zephiro, ha suggerito una soluzione alternativa per incuriosire gli spettatori e tenerne vivo l'interesse, pur non sapendo che film andranno a vedere. La sua trovata è di pubblicare dei rebus con le emoji pertinenti al film nella pagina Instagram di genze. In questo modo si annuncerà la visione del film con contenuti canonici, come data e ora dell'appuntamento, ma la forma sarà inedita e creativa. Non sapere che film si andrà a vedere potrebbe disorientare il pubblico, ma per converso potrebbe garantire più legame e interesse sul lungo periodo perché ci si

concentra non sul film in sé quanto più sull'atmosfera del posto. Come desideravano Luca e Mikal.

3.2 *L'offerta culturale*

3.2.1 *Il cineforum*

Il cineclub di genze parte ufficialmente venerdì 7 ottobre 2022 con la proiezione del film “The Witch” del regista statunitense Robert Eggers. Il gruppo generale sceglie il venerdì sera come appuntamento settimanale per la visione del film, poiché era l'unica sera in cui Spazio Zephiro non era impegnato in altri corsi o attività. Si cerca che i titoli che il gruppo di curatela propone al pubblico abbiano coerenza formale e contenutistica tra loro, infatti ciascun mese ha un tema diverso rispetto agli altri. L'idea di avere un *fil rouge* da seguire a priori incentiva la creatività e la ricerca delle proposte per il pubblico. Così genze si configura da subito come una realtà diversa rispetto al cinema tradizionale: il palinsesto non segue le logiche di mercato di una sala, ma si dà spazio a rassegne di film di anni passati e con un sostrato comune.

Di seguito le rassegne della prima stagione, cominciata a ottobre 2022 e conclusa a maggio 2023, con i rispettivi film:

Ottobre 2022 – Debutto col botto

“The Witch” di Robert Eggers (2015)

“Violent Cop” di Takeshi Kitano (1989)

“Amores perros” di Alejandro González Iñárritu (2000)

“La morte corre sul fiume” di Charles Laughton (1955)

Novembre 2022 – La città di notte

“Collateral” di Michael Mann (2004)

“Midnight in Paris” di Woody Allen (2011)

“The Game” di David Fincher (1997)

“Good Time” di Benny e Josh Safdie (2017)

Dicembre 2022 – Comedi

“A Serious Man” di Ethan e Joel Coen (2009)
“Hollywood Party” di Blake Edwards (1968)
“Io e Annie” di Woody Allen (1977)
“1941 - Allarme a Hollywood” di Steven Spielberg (1979)

Gennaio 2023 – Shakespearando

“Romeo + Giulietta di William Shakespeare” di Baz Luhrmann (1996)
“Riccardo va all'inferno” di Roberta Torre (2017)
“Titus” di Julie Taymor (1999)

Febbraio 2023 - A date with Lana Del Rey

“Velluto blu” di David Lynch (1986)
“Il grande Gatsby” di Baz Luhrmann (2013)
“Lolita” di Stanley Kubrick (1962)
“American Beauty” di Sam Mendes (1999)

Marzo 2023 – Microcosmi

“Tre manifesti a Ebbing, Missouri” di Martin McDonagh (2017)
“Tom à la ferme” di Xavier Dolan (2013)
“Favolacce” di Fabio e Damiano D’Innocenzo (2020)
“Thelma” di Joachim Trier (2017)

Ad inizio mese, come appuntamento speciale, sono stati proiettati quattro cortometraggi di registi locali: “Endantra” di Alice Zanolla, “Una rapina quasi perfetta” di Matteo Russello, “In ambascie” di Mikal Fol e “L’erba voglio” di Sebastiano Scapinello.

Aprile 2023 – After eight

“I Tenenbaum” di Wes Anderson (2001)
“Il grande Lebowski” di Ethan e Joel Coen (1998)
“City of God” di Fernando Meirelles e Kátia Lund (2002)
“Un sogno chiamato Florida” di Sean Baker (2017)

Maggio 2023 – Su misura

“Prêt-à-Porter” di Robert Altman (1994)
“Il filo nascosto” di Paul Thomas Anderson (2017)
“The Dressmaker” di Jocelyn Moorhouse (2015)
“Le ricamatrici” di Éléonore Faucher (2004)

L’idea di partire con “Debutto col botto” nasce da un parallelismo tra film di debutto e l’inizio di genze. Tutti i titoli di ottobre sono esordi

cinematografici di registi, più o meno noti, e genze desiderava unire i loro primi film all'idea di debutto, di presentazione inedita: così come quei registi erano alla prima esperienza con il lungometraggio, anche il collettivo genze si presentava al pubblico per la prima volta. Alcuni esordi, sia cinematografici che non, sono memorabili e diventano iconici; altri vengono dimenticati presto e altri ancora sono oggetto di rivalutazioni posteriori. Il primo film in assoluto della programmazione di genze, "The Witch" di Robert Eggers, ha registrato 68 presenze. Il gruppo di curatela ha scelto questo film come inizio per diversi motivi. Anzitutto, oltre ad essere il primo lungometraggio del regista statunitense, è un film giudicato valido artisticamente per essere inserito nel palinsesto del collettivo. Inoltre un'altra ragione, più sottile ma forse più importante, è stata quella di dare da subito un segnale chiaro di quale fosse la visione di genze: film di qualità, da far conoscere a più persone, senza timori di logiche sovrastrutturali. genze mira a proporre film freschi. La rassegna iniziale di ottobre ha aiutato a migliorare i primi errori. Riporto di seguito un'ingenuità editoriale su "Violent Cop" di Takeshi Kitano, secondo film della prima rassegna. Il gruppo curatela ha pensato di far vedere alcuni film in lingua originale con sottotitoli in italiano e altri direttamente doppiati in italiano. Nel caso del film giapponese di Kitano si scelse la visione in italiano, che però disponeva di doppiaggio antiquato ed eccessivamente enfatico. All'epoca d'uscita il film circolò poco in sale italiane, pertanto i dialoghi suonavano poco fluidi e aderenti alla realtà del parlato. Le battute avevano un gusto barocco, troppo teatrale e distanti da scambi verosimili nella quotidianità. Nel dibattito dopo il film, più organizzato rispetto alla volta precedente, un ragazzo che studiava giapponese fece notare l'artificiosità dell'adattamento del doppiaggio in italiano e ci invitò a prestare maggiore attenzione per i futuri casi simili. Pur colpiti da questa critica, poiché era solo il secondo film che veniva mostrato, il gruppo curatela fu subito d'accordo con l'osservazione sollevata. Infatti nelle occasioni successive a questa, dove c'erano film che potevano avere un doppiaggio ritenuto non adeguato, si prestò maggiore attenzione e cautela. Così in via ufficiosa il gruppo curatela scelse di far vedere due film in lingua originale con sottotitoli con l'intento di valorizzare le prove attoriali e i due rimanenti doppiati in ciascun mese, per

non distogliere l'attenzione dalla dinamicità del racconto e per includere nella visione anche le persone con difficoltà di lettura.

“La città di notte” è la seconda rassegna e viene inserita nel mese di novembre. Questa è la sintesi del fulcro dei quattro film scelti, ossia film con

Storie ad alta tensione, storie d'amore, storie originali. Questo è *La città di notte*, rassegna per il mese di novembre, dove le atmosfere notturne diventano protagoniste dei film e ricoprono un ruolo centrale.

A dicembre si pensa ad una rassegna più fruibile rispetto ai due mesi precedenti, un insieme di film che siano divertenti ma che continuino a focalizzare l'attenzione su un certo tipo di commedia, ossia quella brillante e raffinata. L'ultimo film della rassegna, “1941 - Allarme a Hollywood” di Steven Spielberg, era in programma il 23 dicembre 2022. Vista la vicinanza con le festività natalizie, genze ha pensato di sostituire il dibattito di quella sera con una lotteria a premi. Il valore aggiunto di quest'iniziativa era quello di avvicinare gli organizzatori dei cineclub con i fruitori dell'offerta culturale. Già nel corso dei dibattiti dopo il film, la distanza tra organizzatori e pubblico si attenua e viene meno. Però occasioni del genere, per la maggior parte avulse dalla missione culturale e più vicine alla dimensione aggregativa, hanno comunque aiutato il benessere di genze e di chi vi partecipa. Le persone che venivano a vedere i film, che leggevano le cartoline, che si fermavano a discutere del film cominciavano a capire la natura di genze. L'associazione supera il concetto canonico di visione di un film in sala, perché la cornice di socialità e di interazione che offre è molto più vasta rispetto ad esperienze simili ma totalmente diverse.

Dopo la pausa di Natale la prima rassegna del 2023 è stata dedicata ad una lettura contemporanea delle opere di Shakespeare. A gennaio non si sono tenuti quattro appuntamenti mensili, uno a settimana, ma tre. Il gruppo della curatela presentò alcune perplessità interne sulla scelta dei film, poiché si riteneva potessero essere troppo impegnativi per il pubblico di riferimento. Sebbene genze non abbia interessi economici nella programmazione dei propri film, quindi il successo o meno dell'iniziativa non si misura sulla base numerica di quante persone partecipano, cerca di

tenere un equilibrio nel palinsesto cinematografico che propone. La varietà di forma e contenuto arricchisce di continuo chi fruisce delle proposte culturali.

Infatti a febbraio si è virato per una selezione di film più accessibile, così da compensare il mese precedente. “A date with Lana Del Rey”, rassegna pensata e dedicata all’artista statunitense, ammorbidisce i toni più perentori delle scelte editoriali di gennaio. Inoltre febbraio spicca per una particolare commistione di film di epoche diverse della storia del cinema, così si alternano “Il grande Gatsby” di Baz Luhrmann e la “Lolita” di Stanley Kubrick.

Per il mese successivo si sceglie di puntare l’attenzione sulle dinamiche che si instaurano nei piccoli ambienti, che siano fisici o figurati. Questa è la descrizione che si propone per “Microcosmi” a marzo:

Ovvero: quattro diversi sguardi sugli ambienti e le relazioni con essi.

Ovvero: quattro tipologie di ecosistema, fisico e figurato, che può circondare i singoli di una popolazione.

Ovvero: quattro esempi di come si possono intendere i concetti di habitat e comunità, di armonia, disaccordo e relazioni con l’esterno tramite un ventaglio eterogeneo di film usciti negli ultimi dieci anni.

Oltre alla rassegna cinematografica, dal momento che marzo aveva cinque appuntamenti mensili e non quattro, venerdì 3 marzo 2023 si è pensato di organizzare un quinto appuntamento eccezionale per proiettare alcuni cortometraggi di autori e autrici locali. Questa scelta si distanziava dall’organicità tematica del mese, dal momento che i corti non erano tutti attinenti al tema del “microcosmo” e degli habitat. Quel venerdì sono stati mostrati quattro cortometraggi con registi, registe e alcuni membri del cast presenti in sala.

Con “After eight”, rassegna di aprile, ci si avvia alla conclusione della programmazione del cineforum di genze. Come in “A date with Lana Del Rey”, anche in questo caso si cerca di offrire una proposta più accessibile rispetto ad altri film precedenti per bilanciare l’impatto sul pubblico.

Infine l'ultima rassegna, "Su misura", è quella che in realtà è stata organizzata per prima. Quando il gruppo genze si è trovato le prime volte per pensare alle proposte per il pubblico, è emersa da subito la volontà di progettare degli eventi con maggiore portata e visibilità rispetto al cineforum, come ad esempio dei festival o delle giornate a tema su un dato argomento. Tra le idee iniziali è subito emerso il desiderio di pianificare un evento che avesse al centro la moda, così il gruppo di curatela già all'inizio della stagione del cineforum aveva elaborato questo programma di film per l'occasione in cui sarebbero serviti in futuro. Maggio 2022 è stato l'ultimo mese della prima stagione di cineclub di genze. Il collettivo si è sempre proposto di ampliare la propria offerta culturale e di non limitarla unicamente al cineforum, dal momento che genze nasce come collettivo che organizza eventi.

3.2.2 *Gli altri eventi culturali*

Sin dalla fondazione e dai primi incontri con i volontari, genze ha sempre cercato di essere una realtà poliedrica e orientata a più generi di eventi culturali e non solo il cineforum settimanale, nonostante il successo di quest'ultimo. Pertanto il collettivo sentiva l'esigenza di arricchire la propria offerta culturale con altri contenuti. Durante la stagione del cineforum ci sono state tre mostre fotografiche organizzate da genze in collaborazione con Spazio Zephiro: "Kids see flowers" di Dioniso dal 9 al 31 dicembre 2022, "Apnea" di Alexander Gonzalez Delgado dal 4 al 30 marzo 2023 e infine "Habitat" di Andromeda M31 dal 31 marzo al 30 aprile 2023.

Così come la rassegna cinematografica "Su misura" è nata come associazione naturale con l'evento sulla moda, anche i film della rassegna di marzo "Microcosmi" sono stati pensati a priori in collegamento con la mostra fotografica. Marzo è stato un mese particolarmente fiorente e ricco per la programmazione culturale di genze. Oltre alla presentazione e visione dei quattro film mensili, genze ha realizzato una serata speciale con proiezione e dibattito di quattro cortometraggi e ha concluso il palinsesto di film con l'inaugurazione di una mostra attinente ai temi della rassegna. Il

processo è stato inverso, dal momento che prima ci sono stati gli accordi per la mostra fotografica “Habitat” di Andromeda M31 e solo in un secondo momento il gruppo di curatela dei film ha elaborato la proposta cinematografica. Quello che più contava era che ci fosse una continuità per il pubblico, in modo che si accorgesse della coerenza delle proposte culturali che offriva genze. La capacità organizzativa del collettivo consiste nel non far sembrare avulse e scollegate le scelte editoriali, ma di inserirle in uno scacchiere dove abbiano senso e possano essere valorizzate il più possibile.

genze è attivo anche su altri linguaggi artistici, come il teatro. Da ottobre 2022 a maggio 2023 la compagnia teatrale “PRIMO AMORE - performing art” di Cittadella ha presentato tre suoi spettacoli da Spazio Zephire con la coproduzione di genze.

Dopo qualche mese di attività di cineforum, il circolo fotografico El Paveion di Castelfranco Veneto ha proposto a genze di presentare il film “That click” di Luca Severi e moderare il dibattito dopo la visione con il regista in sala. La serata si è svolta 13 dicembre 2022 al Cinema Hesperia di Castelfranco Veneto. La partecipazione a questo evento speciale ha permesso a genze di farsi conoscere ad un pubblico nuovo, ma pur sempre sensibile alle istanze artistiche e cinematografiche, e consolidare l’immagine di un’associazione neonata ma determinata ad agire e a dare un contributo qualitativo al territorio. Per genze il riferimento delle proiezioni del venerdì è un pubblico giovane, formato da coetanei degli organizzatori, mentre questa vetrina in un cinema a tutti gli effetti ha permesso di ampliare l’orizzonte verso delle persone più mature. I benefici di questa partecipazione alla proiezione evento de El Paveion ha avuto un tornaconto in termini d’immagine: fino a quel momento genze si è sempre impegnato per una promozione online, pertanto venivano escluse alcune fasce della popolazione di riferimento. Grazie a quest’occasione genze ha provato a farsi conoscere da destinatari diversi e da un’utenza più ampia del solito.

3.2.3 *è comoda?*

Sin dalle origini il direttivo di genze si è formato per organizzare eventi culturali. Castelfranco Veneto è stato il posto in cui si sono realizzati per motivi di vicinanza da parte dei volontari e il cineclub del venerdì sera è stato il format con cui si sono fatti conoscere nel territorio. Tuttavia, nonostante il successo di quest’iniziativa e la crescente presenza nel territorio, era importante che il valore di genze non si associasse unicamente al cineforum dal momento che il collettivo non voleva limitarsi unicamente a questo ma a ideare altre offerte culturali. Vista la periodicità settimanale dei film, era necessario continuare con il cineclub ma serviva anche espandersi verso altri lidi. Come anticipato in precedenza, la rassegna “Su misura” era stata meditata da diversi mesi. Da quando genze ha raggiunto un organico stabile, c’è sempre stata la volontà di fare altro oltre al cineforum, infatti — come nel caso della rassegna “Microcosmi” e la mostra “Habitat” di Andromeda M31 — “Su misura” era stata pensata come insieme di film di apertura per il futuro evento sulla moda. Da inizio marzo 2023 in poi genze ha cominciato a ideare un evento su questi temi. Si è scelto di organizzare una giornata sulla moda sostenibile, l’evento si sarebbe chiamato “ècomoda?”. Rispetto a settembre 2022, mese prima dell’inizio del cineforum, genze poteva godere di una situazione particolare. I vantaggi che ne traeva erano di risorse interne ed economiche: i volontari avevano più esperienza sulle dinamiche organizzative di un evento se lo paragoniamo a quelle di fine 2022. Inoltre, complici i guadagni del cineclub fino a quel momento, genze disponeva già di una propria cassa cui poter investire per la produzione dell’evento. Questi due aspetti sicuramente positivi al contempo erano contraltare di due limiti. Seppur si sapesse già come organizzare un evento, ècomoda? sarebbe stato un banco di prova radicalmente diverso rispetto al cineforum settimanale. Un evento del genere, in origine pensato per due giorni e poi ridimensionato a uno, richiedeva un altro tipo di conoscenze e abilità in confronto al cineclub. Si aggiunga che genze disponeva di finanze proprie, ma comunque non sufficienti per la realizzazione di un evento della portata immaginata. Sarebbe stato necessario il contributo di altri sponsor per coprire i costi dell’evento. ècomoda? si configura come una giornata con delle attività legate alla moda sostenibile, come esposizione di brand locali, talk, spettacoli e concerti. Nel

piano originario genze mirava ad organizzare un doppio appuntamento, in due giornate, però dopo il preventivo dei costi è parsa troppo dispendiosa per le disponibilità e competenze dei volontari. Dal piano di partenza sono stati decurtati due attività principali come uno scambio di vestiti tra i partecipanti all'evento e una sfilata, ma sono state concentrate più attività in un solo giorno.

ècomoda? si è tenuto sabato 3 giugno 2023 a Spazio Zephiro, ambiente a Castelfranco Veneto dove genze ha operato durante tutta la stagione. L'evento è cominciato alle 16:00 con l'apertura degli stand di abbigliamento. Sono stati invitati alcuni brand di abbigliamento di giovani del territorio e il pubblico aveva la possibilità di provare i capi e acquistarli direttamente dai venditori.

Nella sala dove si proiettavano i film durante l'anno si sono tenuti due talk d'informazione sulla sostenibilità. Il primo appuntamento era con alcuni membri di Perlage, azienda vinicola con sede a Farra di Soligo (Treviso). Perlage è una realtà virtuosa nel territorio e nel 2016 ottiene il certificato "B Corp", infatti:

I principi su quali si fonda una B Corp e di conseguenza una Società Benefit erano già nostri da tempo. Temi come sostenibilità ambientale, etica e responsabilità verso i propri dipendenti e la comunità sono i nostri valori aziendali. La B Corp non è "solo una certificazione" ma è un modo di operare, di pensare che spinge a darsi degli obiettivi in campo sociale e ambientale.

La presenza di Perlage ha permesso di ampliare l'offerta culturale e informativa intorno all'evento ècomoda?, dal momento che genze ha voluto che l'attenzione su questi temi si estendesse oltre la moda ma si concentrasse anche su altri tipi di sostenibilità intesa in senso più ampio.

Il secondo talk del pomeriggio è stato con Meidea, una realtà di Castelfranco Veneto che si occupa di rigenerazione di vestiti. Nel proprio sito Meidea si presenta in questo modo:

I nostri prodotti sono progettati internamente dall'idea iniziale sino alla piccola produzione seguendo la filosofia slow fashion, preferendo cotone biologici, tessuti e fornitori locali, utilizzando e ri-valorizzando ogni singolo pezzo evitando lo spreco, con un tocco unico e finiture personalizzate.

Rispetto all'incontro con Perlage, probabilmente Meidea è un'azienda più vicina al pubblico di quella giornata: l'affinità è sia geografica, poiché Meidea opera anche a Castelfranco Veneto, che di contenuto siccome le linee che presenta riguardano più nello specifico la moda e la sua sostenibilità.

L'ultimo appuntamento relativo alla moda sostenibile è un monologo tratto dallo spettacolo "GIRALAMODA" dell'associazione no profit milanese Trama Plaza e interpretato dall'attrice Chiara Brunetti. Il monologo portato in scena problematizzava la sostenibilità dei capi d'abbigliamento delle catene di *fast fashion* e lo sfruttamento che spesso si cela dietro la loro realizzazione. Quest'ultima proposta culturale legata alla moda sostenibile si distingue dalle precedenti, dal momento che il pubblico si sarebbe approcciato con una differente forma comunicativa. Il teatro è un linguaggio diverso rispetto al talk e genze ci teneva a garantire una sfumatura, più artistica in questo caso, per sensibilizzare al tema.

Dopo i due talk e lo spettacolo, *ècomoda?* è proseguito con musica dal vivo ad opera del musicista Stefano Nardon e della band Grigio Scarlatto.

Conclusioni

In Italia il fenomeno dei cineforum ha avuto molta fortuna per una decina di anni abbondante ed è stato caratterizzato da un'estrema complessità e varietà di formati e pratiche. Andare al cinema, se fatto in contesti peculiari come i cineclub, assumeva significati specifici e altri rispetto a solo quelli che veicolava l'opera filmica. Il cinema poteva essere un gesto di ribellione, di emancipazione oppure di omologazione al gusto di una generazione nuova e si voleva discostare dalla precedente. Andare al cinema era un atto che includeva una vasta gamma di significati, molti dei quali legati alla socialità, all'aggregazione e alla partecipazione ad un gruppo inedito. In quegli anni i giovani erano al centro di questo cambiamento e di questa nuova fase dei consumi ma quel tipo di modello, quel tipo di riferimento, non si è esaurito. Seppur in contesti assai diversi rispetto al passato, i giovani di oggi continuano la ricerca di una propria un'identità — che precisa e quanto più personale possibile — e questa si verifica anche nei film che vedono e nel modo in cui li vedono. genze è una realtà ancora piccola, che per strumenti e numeri sarebbe improprio equiparare ai cineclub del passato. Però rappresenta un genuino tentativo di diffondere cultura in una provincia. Il pubblico a cui si rivolge genze è lo stesso dei cineclub del passato, ossia chiunque sia interessato a contenuti di qualità che siano persone giovani, addetti ai lavori o fasce più grandi. Il cambiamento che cerca di portare genze è ancora agli inizi, soprattutto considerano le dimensioni finora ridotte e le alternative. Il progetto è nato poco dopo la diminuzione del COVID-19 e probabilmente parte del successo che ha ottenuto genze risponde al desiderio collettivo di aggregazione, che mette al vertice la connessione tra le persone. Un'iniziativa con questa missione e visione non si sarebbe potuto realizzare a distanza o nel pieno della pandemia, dal momento che sarebbero mancate proprio le condizioni necessarie per la natura del progetto: le persone e fare un'esperienza comune in presenza. Le giovani generazioni possiedono sempre più strumenti e potenzialmente possibilità per fare esperienza della

realtà, le occasioni. Ecco forse l'essenza ultima di quando Mariagrazia Fanchi afferma che si «moltiplicano le occasioni di consumo». Il digitale garantisce anche questo: facilita l'organizzazione e la diffusione di progetti con obiettivi simili a genze, iniziative che possano creare valore per delle persone e che lo possano restituire alla collettività di una città. Auspico che in futuro le istituzioni possano supportare con ulteriori fondi lo spirito di queste associazioni che, come nel caso di genze, sono gestite principalmente da volontari e volontarie con la passione dell'impegno culturale affinché non annaspino per il loro sostentamento. Come si testimonia nel terzo capitolo, un contributo cospicuo è costituito dalle collaborazioni con altre associazioni e dagli esercizi che decidono di investire sulla bontà del progetto e delle iniziative. Se l'impegno dei gruppi rimarrà costante e più realtà del territorio sceglieranno di investire sulla cultura, allora può nascere un fiore nel nostro giardino.

Bibliografia

Altenloh Emilie, *Zur Soziologie des Kino*, 1914; trad. it. Marco Santoro e Barbara Grüning (a cura di), *Verso una sociologia del cinema*, Mimesis Edizioni, Milano, 2018.

Ayu Kartika J.T., *Media Industries in the Digital Era: Analyzing the Democratizing and Decentralizing Effect of Digitalisation on Media Industries*, in *Journal of International and Local Studies*, Universitas Bosowa, Indonesia, 6/2022, pp. 42-52.

Benkler Yochai, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, New Haven, 2006.

Bettetini Gianfranco, Garassini Stefania, Gasparini Barbara, Vittadini Nicoletta, *I nuovi strumenti del comunicare*, Bompiani, Milano, 2001.

Bracciale Roberta, *Donne nella rete. Disuguaglianze digitali di genere*, FrancoAngeli, Milano, 2010.

Bratina Darko, *Tribuna dei cineforum*, in *Cineforum*, Bergamo, febbraio 1968.

Brunetta Gian Piero, *Storia del cinema italiano. Dal 1945 agli anni ottanta*, Editori Riuniti, Roma, 1982.

della Maggiore Gianluca, Subini Tomaso, *Cattolicesimo e cinema: cronologia*, in *Schermi. Storie e culture del cinema e dei media in Italia*, Università degli Studi di Milano, Milano, 2/2017, pp. 13-19.

Devoto Giacomo, Oli Gian Carlo, *Vocabolario illustrato della lingua italiana*, Casa Editrice Felice Le Monnier, Firenze, 1967.

Di Giammatteo Fernaldo, *Padre Felix A. Morlion, domenicano progressista*, in *La Stampa*, Torino, 21 aprile 1950.

Fanchi Mariagrazia, Mosconi Elena (a cura di), *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema in Italia 1930-1960*, Marsilio, Venezia, 2002.

Fanchi Mariagrazia, *Lo spettatore e le nuove pratiche della visione*, in *XXI secolo. Comunicare e rappresentare*, Istituto della Enciclopedia Italiana, Roma, 2/2009, pp. 569-575.

Galletto Alberto, *L'azione dei cattolici*, in *La Rivista del Cinematografo*, Roma, 7-8/1953, pp. 2-3.

Gornostaeva Galina, Pratt Andy C., *Digitisation and Face-to-face Interactions: The Example of the Film Industry in London*, in *The International Journal of Technology Knowledge and Society*, Common Ground Research Networks, Champaign, 1/2006, pp. 1-15.

Jenkins Henry, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007.

Monti Francesca, *Cineclub 2.0. Un esempio italiano: le Sale della Comunità di fronte al digitale*, in *Bianco e nero*, Centro Sperimentale di Cinematografia, Roma, 3/2014, pp. 45-53.

Mosconi Elena, *Quando il cinema scende in piazza. Forme, funzioni, figure del cineforum cattolico*, in *Schermi. Storie e culture del cinema e dei media in Italia*, Università degli Studi di Milano, Milano, 3/2018, pp. 157-177.

Pinna Luca, *Indagine sul pubblico cinematografico*, in *Bianco e nero*, Centro Sperimentale di Cinematografia, Roma, 2/1958, pp. 1-80.

Scaglioni Massimo, Sfardini Anna, (a cura di), *La televisione. Modelli teorici e percorsi di analisi*, quarta edizione, Carocci, Roma, 2017.

Stella Renato, Riva Claudio, Scarcelli Cosimo Marco, Drusian Michela, *Sociologia dei new media*, seconda edizione, UTET Università, Torino, 2018.

Tosi Virgilio (a cura di), “*Circoli del cinema*”, in *Cinema*, Vitagliano Edizioni, Milano, 4/1948, p. 127.

Tosi Virgilio (a cura di), “*Circoli del cinema*”, in *Cinema*, Vitagliano Edizioni, Milano, 31/1950, p. 62.

Tosi Virgilio, *Quando il cinema era un circolo. La stagione d'oro dei cineclub (1945-1956)*, Marsilio, Venezia, 1999.

Zingarelli Nicola, Dogliotti Miro, Rosiello Luigi, Valesio Paolo (a cura di), *Vocabolario della lingua italiana*, decima edizione, Zanichelli, Bologna, 1970.

Sitografia

Accademia della Crusca, <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/grande-dizionario-della-lingua-italiana/7492>, consultato il 24/11/2023.

ENAC - Ente Nazionale Attività Culturali, <https://enac-online.it/convenzione-mplc-associazioni-licenza-ombrello/>, consultato il 24/11/2023.

Eppela, <https://www.eppela.com/projects/6220>, consultato il 19/11/2023.

Grande Dizionario della lingua italiana, <https://www.gdli.it/>, consultato il 24/11/2023.

i Licaoni, <https://www.licaoni.it/chi-siamo/>, consultato il 19/11/2023.

Luiss, <https://www.luiss.it/ateneo/chi-siamo/la-storia>, consultato il 23/11/2023.

Meidea, <https://meidea.it/filosofia/>, consultato il 17/09/2023.

MPLC, www.mplc.it/chi-siamo-mplc, consultato il 22/09/2023.

Perlage, <https://www.perlagewines.com/chi-siamo/b-corporation/>, consultato il 17/09/2023.

Spazio Zephiro, www.spaziozephiro.it/zephiro, consultato il 22/09/2023.

Spazio Zephiro, <https://spaziozephiro.it/zephiro/il-luogo>, consultato il 22/09/2023.

Trama Plaza, <https://tramaplaza.it/gira-la-moda/>, consultato il 17/09/2023.

Ulule, <https://it.ulule.com/cottoefrullatofilm/>, consultato il 19/11/2023.

Wikipedia, https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Devoto-Oli, consultato il 24/11/2023.

Wikipedia, https://it.wikipedia.org/wiki/F%C3%A9lix_Morlion, consultato il 23/11/2023.

Zanichelli,

<https://www.zanichelli.it/ricerca/prodotti/vocabolario-della-lingua-italiana>,
consultato il 24/11/2023.

