

Sabato 12 Luglio 2014

LA RINUNCIA DELLE MAJOR

## Addio commedie romantiche Vince l'adrenalina

**Le cause della debolezza di questo genere cinematografico vanno ricercate nella necessità delle case di produzione americane di realizzare film adatti ai nuovi mercati asiatici. Ma non è da meno l'indebolimento di un modello antropologico che vede le figure femminili sempre più emarginate, a scapito di un modello maschile aggressivo**

*Rino Farda*

La commedia romantica al cinema è moribonda. Lo ha scoperto il critico Usa Andrew Romano (The Daily Beast). "Il mio non è un calcolo scientifico - ammette Romano in un lungo articolo pubblicato nei giorni scorsi - mi sembra però che a Hollywood la media di commedie romantiche di successo era di circa dodici titoli l'anno nel periodo compreso fra il 2001 e il 2011. Dal 2012 la media è caduta a sette o otto per anno. L'analisi sembra confermata, spiega il giornalista americano, dai dati del sito BuzzFeed che all'inizio dell'anno aveva incluso 18 film degli anni Novanta, 16 degli anni Duemila ma solo 5 di quelli prodotti dopo il 2010, fra le 58 commedie romantiche da "vedere assolutamente prima di morire". I motivi, secondo Romano, sono da individuare nelle nuove logiche commerciali di Hollywood per la competizione con i mercati multiplatforma e internazionali.



**L'espansione del cinema in Estremo Oriente.** La concorrenza delle offerte "digitali" e multiplatforma hanno profondamente inibito la "volontà" di spesa del pubblico cinematografico americano. Gli incassi nelle sale stanno scendendo e la realizzazione di film a medio budget (come sono tipicamente le commedie romantiche) sta cominciando a diventare poco redditizia. La produzione delle cable tv in Usa (ma ormai anche in Europa) ha rivoluzionato i canoni del linguaggio televisivo tradizionale e gli spettatori "pantafolai" distesi sui divani del soggiorno possono vedere a casa opere di grande qualità sia dal punto di vista della scrittura sia dal punto di vista delle immagini. Il download illegale (molto diffuso negli Usa), inoltre, ha allontanato dalle sale cinematografiche un'altra considerevole fetta di pubblico. Le major denunciano mancati introiti per miliardi di dollari ogni anno. La crisi del consumo cinematografico in Usa e, ormai, anche in Europa, ha spinto i grandi produttori di Hollywood a spingere oltre misura ("metastattizzare", dicono gli esperti dei numeri) l'esportazione verso i due enormi mercati della Cina e dell'India con film tratti da fumetti (soprattutto quelli che sono popolari anche in estremo oriente) pieni di effetti fracassoni e di scene altamente spettacolari. "Tradurre il botto di un'esplosione è più facile che tradurre una sceneggiatura", annota Andrew Romano.

**Il problema del pubblico femminile.** Il secondo motivo della sofferenza del genere è di tipo antropologico, seppure con rilevanti ricadute economiche. Il pubblico delle commedie romantiche è formato soprattutto da donne. La nuova crisi di Hollywood però ha spinto le major a cercare negli spettacoli del fine settimana a forte contenuto di adrenalina il fattore per far impennare di nuovo gli incassi delle sale cinematografiche. "Il pubblico di questo genere di spettacoli è formato prevalentemente da maschi di un'età compresa fra 18 e 24 anni", spiega Romano. Con buona pace delle aspirazioni più romantiche delle loro fidanzate.

**La sfida dell'educazione all'affettività.** "Proporre un orizzonte di senso convincente: è questo impegno che come Chiesa italiana ci siamo assunti per il decennio in corso, convinti di avere - per grazia, innanzitutto - una parola autorevole e affascinante da spendere, in controtendenza certo con la cultura dominante, che finisce col lasciare le persone a tu per tu con i loro problemi e le loro solitudini", ha detto monsignor Nunzio Galantino in apertura del convegno su "Amore & Vita. Questioni di cuore e di ragione" organizzato a Roma, lo scorso 23 maggio, dall'Associazione "Scienza & Vita". "Vale perciò la pena trarlo fuori, l'amore, dalla segretezza e dall'oblio, per restituirlo al suo vero Nome", ha aggiunto Paola Ricci Sindoni, presidente nazionale dell'Associazione. Sarebbe bello anche per provare a contrastare le nuove tendenze di Hollywood.