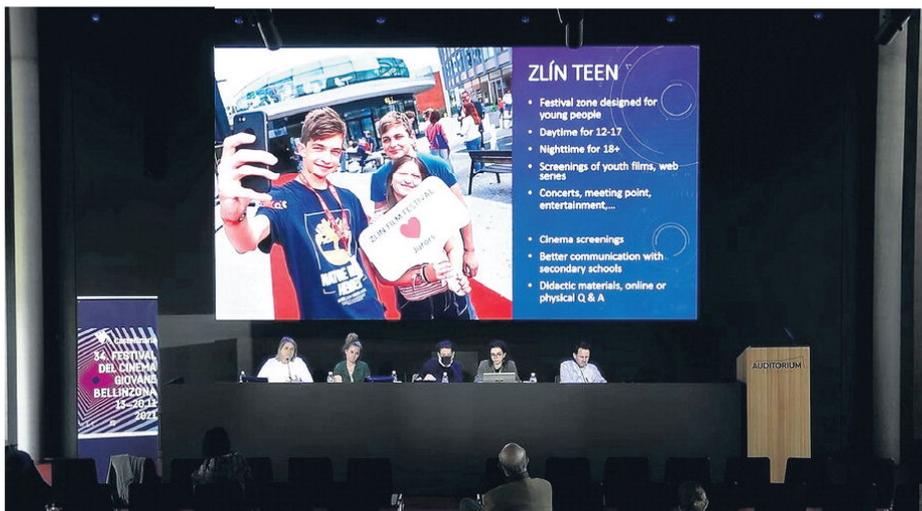


«Il cinema deve intercettare i nuovi bisogni dei giovani»

CASTELLINARIA / I cambiamenti in atto, le nuove modalità di mediazione culturale della cinematografia rivolta ai giovani e il rapporto tra la settima arte e la scuola, al centro di un momento di studio tra esperti internazionali del settore

Viviana Viri

«Bisogna smettere di pensare al cinema come a un luogo in cui vendere un prodotto, ma occorre che torni ad essere una proposta culturale, precisa, che riesca ad intercettare i nuovi bisogni dei giovani». Questo il messaggio più volte sottolineato ieri durante *Castellinaria Europe*, una nuova iniziativa lanciata da Castellinaria – il Festival del cinema giovane in corso a Bellinzona – che ha coinvolto in una conferenza i rappresentanti dei maggiori festival internazionali dedicati alle tematiche giovanili (C'erano, tra gli altri, Daniel Lundquist del BUFF Malmö Film Festival, Jaroslava Hynstová del ceco Zlin Film Festival, il polacco Jerzy Moszkowicz del Festival Alekino!, Rianne Vogel dell'olandese Festival Cinekid e Arba Hatashi del Festival Anibar in Kosovo) per discutere dei cambiamenti in atto, delle nuove modalità di mediazione culturale e sul futuro. Quella di ieri è stata inoltre un'occasione per riflettere sul rapporto tra cinema e scuola, l'anima di Castellinaria, e sulle opportunità e i suoi rischi della digitalizzazione. «È sempre più necessario costruire una strategia per avvicinare i giovani al cinema, per questo motivo abbiamo voluto creare uno spazio di condivisione in cui scoprire cosa succede nell'ambito della mediazione culturale in Europa» ha spiegato Cristiana Giaccardi, direttrice operativa di Castellinaria. «Le sfide principali sono legate al mo-



All'iniziativa «Castellinaria Europe» hanno aderito i responsabili dei principali festival cinematografici europei dedicati ai giovani.

Il programma

A BELLINZONA OGGI ARRIVA LA PINA: Vincitrice di Nastro d'argento, più volte candidata al David di Donatello, ma consegnata alla celebrità anche da un ruolo più leggero, quello della Pina, la moglie del ragioniere Fantozzi nell'omonimo saga di Paolo Villaggio, Milena Vukotic è la protagonista della sesta giornata di Castellinaria. L'attrice italiana riceverà questa sera il Castello d'onore 2021 e presenterà, alle 18, uno dei film più recenti a cui ha preso parte, *Il migliore di camper* (5, 2020), una surreale commedia di Robert Palstan prodotta dalla tikinese Amko Films e dalla RSI. Alle 20,45, durante la premiazione, verrà inoltre proiettato il cortometraggio *Occhi chiusi* di Alessandro Perrella (4, 2021).

mento storico che stiamo attraversando», ha sottolineato Simone Moraldi, Project Manager della Cineteca Milano. «Il pubblico giovane è sempre stato quello più svantaggiato e la pandemia ha ulteriormente deteriorato questo rapporto che è diventato anche meno visibile e rilevabile. Le piattaforme rivelano che le utenze non sono diminuite, i giovani continuano a cercare i film ma non sappiamo più quali e con che modalità. Chiaramente abbiamo tutto l'interesse che il prodotto cercato sia di qualità». Durante l'incontro è emersa inoltre la difficoltà di dialogo tra un prodotto di

qualità che può avere un approccio linguistico meno immediato e riflessivo e le consuetudini di comunicazione della maggior parte del pubblico giovane, che cerca un'esperienza diversa. «È necessario rianodare i fili di una problematica più ampia che investe l'educazione e i festival, come le stesse agenzie di mediazione. È fondamentale ricucire il rapporto tra il cinema di qualità e il giovane pubblico», ha aggiunto Moraldi. «Oggi viviamo in un ecosistema estremamente permeato dai media, quelle che riceviamo ogni giorno sono immagini cariche di messaggi che ef-

fettuano continuamente operazioni di manipolazione. Di fronte a questi meccanismi le persone, soprattutto i giovani, si trovano indifese a seguito di un analfabetismo di ritorno molto diffuso rispetto alla comprensione dell'immagine audiovisiva e rispetto alla capacità di interagire consapevolmente con i media, tra cui il cinema e l'audiovisivo. Se non prendiamo provvedimenti con un intervento educativo che coinvolga tutta la società civile sarà il mercato ad alfabetizzare le persone al consumo. E la scuola può svolgere un ruolo fondamentale per tamponare questo fenomeno.