

IL CONTESTO

di Gianni Rossi

Se è vero che comunicare significa “mettere in comune”, mi sembra ovvio che il nostro audiovisivo debba essere condiviso con un pubblico. Lo spettatore o gli spettatori diventano un elemento imprescindibile per la serata di proiezione: la comunicazione viene fatta tra noi e “loro”. *Loro*, unitamente all’*ambiente* e alla *circostanza di proiezione*, sono il *contesto*.

I contesti sono spesso diversi. Un po’ come a scuola: un insegnante può avere una scolaresca di alunni in età elementare o una classe di liceali. Stesso insegnante ma diversi i contesti. La storia di Napoleone dovrà essere insegnata con modalità estremamente diverse. Addirittura alcune cose non si potranno nemmeno insegnare, ad esempio la trigonometria alle elementari e le lettere dell’alfabeto al liceo.



Sono concetti estremamente ovvi nella scuola, ma non lo sono altrettanto nel mondo degli audiovisivi. Solo pochi autori infatti riflettono sul fatto che la dinamica comunicativa varia in rapporto al contesto.

Chi ha partecipato ai miei workshop sa benissimo quanto tempo dedico ad analizzare i contesti. Dal lontano 1984 credo di essermi trovato a proiettare in tutti i contesti possibili ed immaginabili, dalla scuola alla canonica, dalla sede politica al festival internazionale, dal concorso prestigioso al web. E sono sopravvissuto.

Di ritorno dalla vostra meravigliosa vacanza in Australia, una volta realizzato l’inevitabile audiovisivo di immagini sonorizzate, il contesto migliore di proiezione è rappresentato dalle *anziane zie*, dotate di tutta la pazienza necessaria per sopportare i vostri 35 minuti di paesaggi, città moderne e sfilate di canguri, in muta ammirazione per le doti di esploratore del loro nipotino. Altro contesto positivo è rappresentato dai compagni di viaggio anche se, in questo caso, la colonna sonora che avete scelto dopo una puntigliosa ricerca verrà soverchiata dalla chiacchiere e dalle sonore risate degli amici, dense di ricordi della vacanza.

Evitate accuratamente il contesto degli *amici*. Guarderanno in silenzio, alcuni rodendosi di invidia, altri dormendo saporitamente, complice il buio. Sicuramente declineranno elegantemente ulteriori inviti a cena.

In una *rassegna di viaggio*, per definizione, dovrete proporre un viaggio e, se gli organizzatori vi parleranno di un pubblico con prevalenza di viaggiatori, saranno tollerati anche AV di lunga durata (15-20 minuti). Non sottovalutate però questi ambienti perchè tra i viaggiatori ci sono spesso fotografi esigenti e sofisticati. Mantenete sempre alta la qualità fotografica e di montaggio ed eventualmente alternate alcuni brevi AV non di viaggio che voi amate particolarmente. E' necessario che presentiate i contenuti di ogni lavoro: renderà più vivace la serata e vi farà conoscere al pubblico, lasciando un buon ricordo (si spera) di voi.

Il *circolo fotografico*, come pure l'annuale *seminario* è formato da un pubblico di addetti ai lavori. In questi ambienti non vi sono vincoli di idee, contenuti, montaggio, tecnica. Fantasia e creatività sono i benvenuti. La presentazione verbale non dovrebbe esserci, perchè la vera comunicazione deve avvenire tra l'opera e il pubblico. Si è soliti dire che l'audiovisivo deve parlare da solo. Del resto quando andiamo al cinema non abbiamo Steven Spielberg nella poltroncina di fianco che ci spiega i contenuti. La vostra opera verrà vivisezionata, a volte in modo spietato, ma il confronto tra autore e pubblico, in un ambiente amichevole, potrà diventare una grande occasione di crescita per entrambi.

La presentazione al circolo può preludere alla presentazione dell'AV in un *concorso*. Partecipare ad un concorso significa accettare precise regole di durata o, a volte, di tema, ma soprattutto accettare la discrezionalità delle giurie. In questo caso l'audiovisivo deve veramente "parlare da solo". Può essere ammessa una breve presentazione scritta che non sempre viene letta. La graduatoria definisce i vincitori ma non dà chiarimenti a chi non ha vinto. Questo spesso genera frustrazione e delusione ma del resto non si è obbligati a partecipare ad un concorso.



Come vediamo i contesti sono molto diversi ma questo non vuol dire che dobbiamo adattare la nostra creatività. La creatività non deve mai essere piegata ad esigenze di concorso, di circolo o di amici. A volte emergono luoghi comuni veramente balordi che invitano a scegliere tematiche o sistemi di montaggio con specifiche finalità. "*Bisogna utilizzare linguaggi moderni per avvicinare i giovani al mondo dell'audiovisivo*". In sostanza io dovrei realizzare un AV scegliendo contenuti e utilizzando tecniche per attrarre giovani. Pazzesco. Questa mentalità, adatta ad una polisportiva, non la ritroverete

sicuramente nei circoli letterari o artistici. Sarebbe come pretendere che un pittore utilizzi colori più vivaci rinunciando alla sua ispirazione per indurre i giovani a dipingere. Se tra di noi ci sono molti giovani è un bel fatto, anche se l'arte come sappiamo non ha età. E' noto che Michelangelo progettò la Cupola di S. Pietro a 85 anni e poco prima della sua morte, a 89 anni, scolpì la sua terza Pietà, quella del Rondanini, considerata un'opera alquanto originale rispetto alle precedenti.



L'audiovisivo deve venire dal cuore e dal cervello. Deve comunicare in modo libero, spontaneo, senza condizionamenti. Il genere che voi amate può non essere adatto a tutti gli ambienti di proiezione. L'ideale sarebbe produrre opere di natura molto diversa, facilmente inseribili nei diversi contesti, ma non è da tutti. Se non avete un audiovisivo di viaggio non potrete partecipare ad una rassegna di viaggi. Dovrete farvene una ragione. Avrete altre opportunità, il circolo fotografico, il seminario, i concorsi, il Web. Esistono poi serate fotografiche a tema (es. natura) e, in alcuni ambienti più sofisticati, vengono organizzate rassegne dedicate a singoli fotografi che si sono distinti per opere di qualità. Queste occasioni sono sempre più frequenti e possono costituire un ambizioso obiettivo per ogni autore di AV.

