

MODULO L



La strategia del piano di battaglia

PRESENTAZIONE: Le fasi nella produzione di un film

Produrre un film è come fare un piano per una battaglia. Come si pianificano accuratamente le varie fasi di una battaglia, così ogni fase della produzione di un film viene preparata e controllata in tutti i possibili dettagli.

Le fasi nella produzione di un film sono essenzialmente quattro: **ideazione**, **pre-produzione**, **produzione** e **post-produzione**.



Il regista Steven Spielberg.

L'**idea-base** per un film deriva a volte da un romanzo, ma può anche essere limitata a un semplice titolo. Nelle parole di Steven Spielberg, "Se qualcuno mi sa dire l'idea in 25 parole o anche meno, se ne può fare un buon film." Di solito questa idea-base si concretizza in una breve presentazione, che specifica l'intreccio, i personaggi e il richiamo che può esercitare sul pubblico.

A volte l'idea-base si sviluppa con facilità estrema. Quando nel 1973 Dino De Laurentiis decise di rifare *King Kong* (prodotto la prima volta nel 1933), diede il via libera allo sceneggiatore Lorenzo Semple Jr. nel giro di dieci minuti. Per realizzare invece *Butch Cassidy and the Sundance Kid* (1969), lo scrittore William Goldman si impegnò nelle ricerche preliminari sul soggetto per otto anni.

La fase di **pre-produzione** può durare anni, durante i quali si discutono i contratti e si contattano attori e registi. A ciò seguono mesi dedicati alla riscrittura, alla ricerca dei luoghi in cui girare, ai bilanci, alla progettazione dei *set*, alle prove e alla pianificazione dei trasporti e delle riprese.

Il primo passo fondamentale è l'«accordo» (*deal*). Coloro che hanno accesso ai finanziamenti, come gli agenti e i *manager*, diventano spesso produttori indipendenti. Con gli elementi di base per un film – l'idea (o a volte la sceneggiatura), una o due *star* e un regista – il produttore vende il «pacchetto» a uno dei grandi *studios* (come la MGM o la Twentieth Century-Fox), il che gli garantisce come minimo la copertura delle spese.

La spesa più ingente riguarda la creazione o l'acquisto di una sceneggiatura. Se lo studio la approva, il film entra in produzione. La sceneggiatura di base, che rimane lo «scheletro» del



film, è di lunghezza limitata (mediamente, circa 135 pagine) e contiene praticamente solo i dialoghi e poche indicazioni sui personaggi e l'atmosfera generale.

È il regista la vera persona che «dà vita» alle immagini della sceneggiatura – è lui o lei che sceglie le angolature di ripresa, dirige gli attori e dà al film la sua impronta originale. La sceneggiatura viene di solito ampiamente riscritta dopo che sono stati scelti il *cast*, il regista, il *budget* e i luoghi delle riprese, e viene continuamente rivista anche mentre «si gira».

Le negoziazioni con le *star* possono durare mesi. Molte *star* dipendono dalla loro «immagine pubblica» e rifiutano spesso parti che non considerano adeguate. Grandi *star* come Robert Redford, Paul Newman, James Caan e Warren Beatty rifiutarono tutte un compenso di molti milioni di dollari per girare *Superman* (1978). E i registi non sono da meno. A volte le negoziazioni prima dei contratti finali sono così lunghe e complesse da diventare esse stesse il soggetto di libri e film.

Molti reparti specializzati sono implicati nella **produzione**: i principali riguardano il suono, la ripresa, le luci, la scenografia, il trucco, il guardaroba, la pubblicità e la sceneggiatura.

In particolare, la regia è stata spesso paragonata a una «guerra» – ore interminabili di noia interrotte occasionalmente da momenti di puro terrore. Una sola ripresa di un film di guerra, ad esempio, può costare milioni di dollari, e magari il *budget* non consente di girarla di nuovo. Il contratto può perfino prevedere che il regista rimborsi i costi che superano il *budget* iniziale.

Al di là delle riprese vere e proprie, la creazione degli effetti speciali è diventata sempre più impegnativa, insieme all'utilizzo degli *stuntmen* («cascatori» e controfigure). Le nuove tecnologie sono entrate di prepotenza in questo settore: già nel 1988 una sola sequenza di *The Empire Strikes Back* con asteroidi in movimento utilizzò 40 riprese, alcune delle quali con decine e decine di speciali effetti ottici.

L'*editing* – il taglio e il montaggio delle scene – è la fase più delicata della **post-produzione**. Molte scene vengono girate in diversi modi per poter poi scegliere le più adeguate. Stanley Kubrick girò oltre 320 chilometri di pellicola per *The Shining* (1980), dei quali solo l'1 per cento venne usato.



Jack Nicholson in *The Shining*.

Rimane un elemento vitale da aggiungere: la musica, che può essere scritta solo quando il montaggio è stato quasi completato. A causa di questa urgenza, il compositore lavora insieme ad assistenti che completano le sue bozze scrivendo le dozzine di parti orchestrali richieste. La colonna sonora di *Star Wars*, scritta da John Williams e da quattro arrangiatori, consisteva in una partitura di 900 pagine per 90 minuti di musica.

Dopo l'*editing*, un'altra enorme macchina si mette in moto: la promozione, che comprende la pubblicità, la stampa delle copie e la distribuzione. Solo allora il film è pronto per il suo pubblico. E solo allora l'esercito di persone coinvolte nella produzione sapranno se hanno realizzato un disastro o qualcosa di magico...

(Da: *How Is It Done?*, The Reader's Digest, Londra 1990. Traduzione di L. Mariani)

Pianificare è dunque una **strategia basilare per il successo di ogni impresa. Nel modulo **L** impareremo a utilizzare diverse strategie di pianificazione – quelle che abbiamo definito con il termine «la strategia del **piano di battaglia**».**