

**LO SPETTACOLO IN ITALIA COME RISORSA
SOCIOECONOMICA E CULTURALE**

Roma, novembre 1996

Censis
Centro studi
investimenti sociali

Piazza di Novella, 2
00199 Roma
Tel. 06/860911

**LO SPETTACOLO IN ITALIA COME RISORSA
SOCIOECONOMICA E CULTURALE**

Roma, novembre 1996

INDICE

Premessa	Pag.	1
Capitolo I		
LA DOMANDA CRESCE E SI TRASFORMA	"	3
1. La domanda di spettacolo e di sport	"	4
1.1. Il cinema	"	6
1.2. Il teatro e la musica	"	6
1.3. Lo sport	"	7
2. L'intrattenimento legato alla socialità	"	9
3. I consumi dei giovani	"	11
4. La domanda sommersa	"	12
Capitolo II		
LE POLITICHE PER LO SPETTACOLO	"	27
1. La recente crescita di status istituzionale dello spettacolo	"	28
2. L'evoluzione storica della politica per lo spettacolo e la comunicazione	"	30
2.1. Il cinema: tra industria e arte	"	30
2.2. La televisione: la specificità italiana	"	32
2.3. Il teatro e le istanze del territorio	"	34
2.4. Gli enti lirici e le attività musicali	"	37
3. Il Fondo Unico per lo spettacolo	"	39
4. La politica per lo sport	"	44

Capitolo III			
GLI OPERATORI: FORMAZIONE, ACCESSO E PREVIDENZA	Pag.		46
1. Gli operatori del settore	"		47
2. La formazione: dalla vocazione alla realizzazione professionale	"		51
2.1. Gli istituti specializzati a livello di scuola secondaria superiore	"		52
2.2. L'istruzione artistica a livello paritetico a quello universitario	"		53
2.3. L'arte e la cultura all'Università	"		54
3. Le politiche di tutela degli artisti	"		56
3.1. La tutela del diritto d'autore: la SIAE	"		56
4. La previdenza	"		58
 Capitolo IV			
PROSPETTIVE DI SVILUPPO ECONOMICO ED OCCUPAZIONALE	"		68
1. Un settore difficile da definire	"		69
2. Valutazioni di indotto economico	"		78

PREMESSA

Sempre più frequentemente, nei dibattiti e nei meeting internazionali miranti a promuovere nuove ingegnerie istituzionali, si sottolinea l'importanza del "fattore cultura" e se ne evidenzia la specificità. E infatti è certamente vero che la cultura non è una risorsa come tutte le altre. Ed è ancor più vero che qualche volta è una risorsa *migliore* di altre. Se infatti, da un lato, nei primi sette mesi del '96, si registra una flessione nella produzione di beni e servizi in molti settori, viene registrata una contrazione dei consumi che, per la prima volta quest'anno, non ha risparmiato neanche lo "zoccolo" dell'industria alimentare, d'altro canto, nel complesso, il consumo di cultura e di spettacolo non solo sembra *reggere* alla congiuntura economica sfavorevole, ma, in molti casi, dimostra addirittura di *reagire positivamente* alla recessione.

Mentre infatti il cinema, lo sport, l'editoria e molte altre attività del tempo libero, dimostrano di resistere sia pure in maniera contraddittoria alla crisi, altri indicatori, come la domanda di attività teatrali e musicali, di homevideo e di consumo televisivo in genere, registrano addirittura inequivocabili valori positivi di crescita. Persino la fruizione di monumenti, la frequentazione dei musei, l'affluenza nelle città d'arte così come l'interessamento per quei luoghi turistici più legati alla cultura, al patrimonio paesaggistico o architettonico, danno insperati segnali di sviluppo che si pongono in imprevedibile contrasto col sempre più basso potere d'acquisto delle famiglie, con l'aumento della pressione fiscale e con la evidente, complessiva e generalizzata contrazione dei consumi.

E questo contrasto fra consumi in generale e consumi culturali è ancora più sorprendente se si pensa all'impossibilità (per lo meno apparente) di capitalizzare *beni* dello spettacolo e della comunicazione. Quello che si compra e si consuma infatti, nell'uno e nell'altro caso, oltre ad essere innanzi tutto perlopiù immateriale, è un prodotto che tradizionalmente è sempre stato considerato, a torto o a ragione, un bene *effimero*, ovvero, sostanzialmente, labile e di breve durata.

Alla luce di questi riscontri, in parte contraddittori, occorre chiedersi cosa stia accadendo in Italia, e non solo in Italia, se i consumi immateriali, i beni "impalpabili" (come un film, un concerto o una *pièce* teatrale, come una partita di calcio o un match sportivo), legati al tempo libero e allo stare

insieme, dimostrano di saper "resistere" così bene in un'atmosfera che sul più ampio versante dell'economia, del lavoro e dell'industria in generale appare decisamente critica.

Un convincimento che alla luce dei dati e di riscontri empirici va consolidandosi è che *i settori dello spettacolo e della cultura rappresentano un volano di sviluppo economico dalle potenzialità enormi e perlopiù insondate*. Per molte ragioni però questo resta ancora poco evidente e poco chiaro a molti. Eppure, come andrà emergendo nelle successive analisi:

- *lo spettacolo è "in sé" un'attività in continuo sviluppo*, in grado di produrre, all'interno dei propri più consolidati ambiti, lavoro e ricchezza anche in condizioni difficili di mercato;
- *lo spettacolo è un fenomeno sottodimensionato*, e quindi ancor più importante di quello che i dati ad oggi disponibili riescono a dirci perché, come vedremo, è un ambito dove "il sommerso" gioca un ruolo particolarmente importante e dove inoltre si avverte una endemica carenza di ricerca e analisi;
- *lo spettacolo infine è in grado di inventare lavoro e professionalità "fuori da sé"*, perché "scambia" con altri ambiti economici (turismo, industria, servizi) creando un forte indotto e aprendo sempre nuove nicchie di mercato, espandendo e allargando continuamente i propri confini.

CAPITOLO I

LA DOMANDA CRESCE E SI TRASFORMA

1. LA DOMANDA DI SPETTACOLO E DI SPORT

Prima di scorrere in dettaglio gli andamenti della domanda di spettacolo e sport sarà utile soffermarsi su alcune considerazioni di carattere generale. Innanzi tutto va detto che i trend complessivi degli ultimi anni registrano *andamenti oscillatori* che sposano ad una certa vitalità di settore una disomogeneità fra i comportamenti di consumo.

Ad esempio, ad un calo delle affluenze cinematografiche nel corso dei primi anni '90 fa da contrasto l'incremento delle affluenze nei teatri per spettacoli di prosa, concerti di musica classica e spettacoli di musica lirica; oppure, al lineare incrementarsi della spesa per la discoteca ed il ballo, che tuttavia registra una drastica inversione di tendenza nel '95, non corrisponde un altrettanto lineare incremento della spesa per i villaggi turistici che al contrario, dopo vari balzi in avanti ed altrettante contrazioni, nel '95 mostra di essersi vistosamente incrementata; o ancora, alla crisi dell'affluenza negli stadi non corrisponde una crisi dello sport in genere, ma un lento radicarsi di alcuni specifici sport minori, insieme all'incrementarsi della fruizione di gare automobilistiche, motociclistiche e ippiche. Questa irregolarità e complessità degli andamenti, che per certi aspetti può sembrare ovvia, induce a porre l'attenzione soprattutto sul polimorfismo del fenomeno dello spettacolo che nel suo complesso restituisce un'immagine di una *domanda complessiva viva, pulsante e reattiva*.

Dietro i numeri infatti, schiere di spettatori si orientano e, attraverso il loro gesto (l'acquisto del biglietto), si esprimono. Il calcio, il teatro, il cinema e la discoteca non rappresentano universi di consumo omogenei, ed incoraggiano ad immaginare al contrario distinzioni sociologiche che descrivono categorie di pubblico differenti, talvolta quasi antagoniste fra loro. La fruizione di spettacolo insomma non rimanda ad un fenomeno monolitico o dotato di coerenza, e questo anche perché lo spettacolo assolve ad esigenze che oltre ad essere svariate sono difficilmente definibili.

E se, come si vedrà, gran parte dei consumi di spettacolo godono di buona salute, occorrerà tener bene presente il fatto che ciò che gli indicatori tradizionali riescono a rilevare è più che altro l'aspetto fenotipico, la superficie, la scorza dei consumi culturali. E a questo proposito è bene sottolineare il fatto che i dati quantitativi di domanda ignorano pressoché sistematicamente il contenuto e soprattutto il significato a cui i

comportamenti di consumo fanno riferimento. Nel caso dei consumi immateriali questa è una carenza particolarmente scottante, perché tralasciando o dando per scontato il significato (dell'andare al cinema, dell'andare allo stadio, al teatro o in discoteca) si rischia di perdere contatto con la realtà oggettiva, con l'oggetto/prodotto che, peraltro, non esiste in quanto tale, ma si realizza quasi del tutto nell'atto della fruizione stessa (l'esempio dell'andare in discoteca è particolarmente eloquente).

Quindi, mentre continua ad essere essenziale conoscere i parametri di riferimento quantitativi e macrosociologici sui consumi di spettacolo così come su quelli culturali in genere, è *altrettanto essenziale inaugurare una stagione in cui la massima attenzione sia posta agli aspetti qualitativi del consumo di spettacolo*, riscoprendo la voglia di capire perché, oggi, la gente va in quel tipo discoteca, a quel genere di concerto, a quel particolare film. E questa esigenza di "ascolto" è ancora più urgente in quanto il significato di simili consumi immateriali slitta rapidamente nel corso del tempo, e, poggiando sulla materia vischiosa delle azioni prettamente culturali e simboliche, si sposta al variare della congiuntura sociologica di riferimento (la funzione del cinema ad esempio è cambiata profondamente in seguito all'avvento della televisione e poi del videoregistratore; il parlare indistintamente di "musica leggera" è del tutto riduttivo davanti allo sconfinato e variopinto scenario della musica contemporanea). Occorre pertanto adottare criteri più analitici, occorre passare dalla forma ai contenuti, da approcci quantitativi a approcci conoscitivi quanti-qualitativi.

Riguardo allo spettacolo, ancora inteso complessivamente, una sola cosa è certa: nonostante il boom della tecnologia lasci immaginare il trasformarsi di ogni abitazione in una sorta di navicella, di monade autosufficiente in cui vivere, lavorare e divertirsi, è sempre più evidente il fatto che la moderna società non rinuncia ad inventare occasioni di aggregazione e di fruizione collettiva. Mentre la telematica riesce a far coincidere la sfera del "dovere" all'interno dell'individuo stesso (verso uno scenario, questo sì allucinante, in cui tutti potranno lavorare ovunque) il tempo libero "prende spazio" sia nella sfera individuale (la fruizione ed il "gioco" solitario), sia nel bisogno, inalienabile, di condividere esperienze con gli altri.

E lo spettacolo nel suo complesso, in questo senso, è candidato a diventare l'occasione più stimolante, e la forse più potente *agenzia produttrice di significato* di cui la società possa disporre.

1.1. Il cinema

Nonostante i dati consuntivi per il 1995 descrivano una flessione sia nella spesa complessiva del pubblico sia nel numero degli ingressi nelle sale (tab. 1), gli operatori del settore cinematografico dimostrano invece un cauto ottimismo. Questo ottimismo, che non ha certamente rappresentato la norma nel corso di questi anni novanta, scaturisce dalle seguenti considerazioni:

- i più recenti dati relativi alla stagione 95-96 danno segnali di ripresa;
- le affluenze danno incoraggianti segnali di ripresa nelle aree metropolitane e in correlazione con i lanci di prima visione;
- la cinematografia italiana si rivela nel suo complesso più competitiva;
- aumentano i cinema multisala (soprattutto nelle periferie delle grandi città) e dimostrano le loro potenzialità.

E inoltre, il prodotto/film italiano, dal punto di vista del suo rendimento economico diventa sempre più un prodotto di qualità aumentando sempre più per ciascun film l'incasso medio (tab. 2).

Anche se è vero che la spesa per la realizzazione di ciascun film va aumentando, e va aumentando soprattutto la spesa per la distribuzione e promozione di ciascuna pellicola (e non ultimo va aumentando il numero di copie distribuite nelle sale), quello che soprattutto va enfatizzato è che il cinema, in un clima di incertezza e ridefinizione (soprattutto a causa della televisione e dell'incrementarsi dell'homevideo), riesce comunque a mantenere un solido contatto col pubblico e a trovare sempre più il suo spazio nella nuova configurazione dei consumi culturali.

1.2. Il teatro e la musica

Sebbene il mondo dello spettacolo attraversi una fase di faticosa transizione, in cui gli sforzi di rilancio del settore si debbono confrontare quotidianamente con antiche insensibilità e pregiudiziali distrazioni, non mancano alcuni segnali incoraggianti. E la positività di tali segnali non risiede tanto nel successo effimero di questo o quell'evento, quanto in una crescita lenta

eppure progressiva della domanda, accompagnata da alcune importanti scelte istituzionali, di cui non è ancora possibile verificare gli effetti, ma che pure sono destinate inevitabilmente a produrne di positivi.

Può essere utile, a questo proposito notare, come il trend di crescita dell'offerta e della domanda di attività teatrali e musicali abbia registrato una significativa accelerazione nel '95, registrando un incremento di oltre il 12% di biglietti venduti, rispetto all'anno precedente e a fronte di circa 3.000 rappresentazioni in più (tabb. 3-8).

A fianco dunque di una più generale crescita della domanda di attività teatrali e musicali, che interessa in particolare la prosa ma anche i concerti e spettacoli di musica, sia classica sia leggera, appare importante sottolineare la crescente riscoperta di interesse per la lirica che ha portato la spesa del pubblico ad incrementare di oltre il 25% dal 1990.

Ed inoltre, al di fuori dei circuiti più prestigiosi stanno nascendo iniziative sotterranee, di immagine forse limitata che però rivelano il tentativo da parte della realtà provinciale italiana di sottrarsi ai modelli e agli schemi di fruizione culturale delle metropoli, del resto caotici e contratti e scuotersi dalle proprie pigrizie, rivendicando una propria orgogliosa autonomia culturale.

1.3. Lo sport

La domanda di Sport è qui intesa esclusivamente come spesa del pubblico per assistere a spettacoli sportivi. Non è quindi contemplato né lo sport attivo e la spese che a questo sono collegate (palestre, attrezzature, equipaggiamenti), né quelle attività sportive che nel territorio nazionale riescono ad aggregare un pubblico difficile da registrare (un buon esempio in questo senso è il ciclismo, un'attività che spesso si svolge lungo la rete viaria nazionale, e la cui fruizione è difficile da monitorare).

Dall'89 al '95 sono stati comprati ogni anno mediamente quasi sedici milioni di biglietti per assistere a *incontri internazionali o a partite di calcio di serie A e B* (tab. 10). Sul piano economico il fenomeno del "grande calcio" comprende in sé oltre il 60% della spesa del pubblico per il totale degli spettacoli sportivi. Il calcio, nonostante i dati dimostrino una discesa

piuttosto evidente soprattutto nel '94, è quindi, come è ovvio ripetere, lo sport più osservato in Italia, oltre ad essere quello più praticato dai maschi di tutte le età.

Se il calcio dunque gode di una leadership indiscussa, è pur vero che è sempre più ingiusto continuare a confinare *gli altri sport* all'interno di un capitolo da cui si esclude solo il calcio del campionato e dei tornei internazionali. Anche se i dati di domanda parlano chiaro (il calcio in genere, compreso quello dei tornei minori assorbe da solo quasi l'80% della spesa complessiva per gli spettacoli sportivi) i trend diacronici degli ultimi anni descrivono un vivo interessamento per tanti altri sport ed anche per i cosiddetti *sport minori* (tabb. 11, 12, 13). Alcuni sport inoltre danno nel '95 segnali positivi. Come ad esempio l'automobilismo, il motociclismo e le corse dei cavalli, il rugby o l'atletica leggera, confermando come la voglia di sport e di competizione agonistica in genere sia ancora molto viva nel nostro paese.

2. L'INTRATTENIMENTO LEGATO ALLA SOCIALITÀ

Molte delle attività che abbiamo fin qui descritto restano di difficile lettura se non si fa riferimento ad una evidente componente che costituisce un po' il filo rosso di ogni attività che rientra nel grande ambito dello spettacolo: la fruizione collettiva.

Il guardare un film al cinema, l'andare a teatro o ad un concerto, l'andare a vedere una partita di calcio sono tutte attività caratterizzate dal fatto di essere collettive, sociali e non domestiche. Tutte o quasi queste attività di fruizione possono sempre più essere soddisfatte, almeno strettamente parlando, con l'ausilio della tecnologia e dei sempre più potenti mezzi di comunicazione. In ogni ambito però ci sarà sempre qualcuno che continuerà a ripetere che non è la stessa cosa: non è la stessa cosa guardare una partita in TV rispetto a *viverla* sulle tribune di uno stadio, non è la stessa cosa guardare un film alla televisione piuttosto che andarlo a vedere nel buio di una confortevole sala di cinema, non è la stessa cosa sentire un disco piuttosto che assaporare l'atmosfera di un concerto dal vivo.

Ebbene fra tutte queste attività, al di là del comfort, della tecnologia, della *fedeltà* della percezione legata alla immediatezza della fruizione, la caratteristica spiccata e trasversale che rende insostituibile lo spettacolo dal vivo è che ognuna di queste attività di consumo e di fruizione avviene collettivamente, si fa in tanti, e in tanti si partecipa allo stesso evento.

Anche la ricerca sociologica sta dando sempre più risalto all'importanza della componente della socialità in tutte le attività di *consumo immateriale* (fino al punto che diventa insoddisfacente persino leggere il giornale o un libro se non lo si può commentare con qualcuno). E lo spettacolo è per antonomasia un'attività che necessita della condivisione con altri.

Questa condivisione inoltre può essere più o meno consapevole, più o meno enfatizzata, e può modularsi in modo molto diverso: da una sala cinematografica composta di un pubblico indistinto che solo raramente manifesta collettivamente la propria reazione a ciò che vede sullo schermo ai *rituali di guerra* che la domenica nelle curve degli stadi praticano persone legate fra loro da vincoli di appartenenza di un'intensità quasi settaria.

Anzi, nelle varie forme di spettacolo è proprio il tipo e l'importanza delle forme di socialità che si innescano e si imbastiscono fra il pubblico degli spettatori/partecipanti che determina come ingrediente fondamentale l'esito e l'andamento dello spettacolo.

Ed è proprio l'aumentare della partecipazione del pubblico che trasforma la performance osservata in performance collettiva, facendo trascinare un limite ed un confine fra attivo passivo che nella produzione offerta culturale è stato più volte messo in discussione.

La discoteca è un ottimo esempio per rendere evidente questo concetto. Il ballo, l'ascolto della musica, il conversare con le persone o il conoscerle è ciò che normalmente si fa in discoteca, dove fra l'altro ci sono operatori del mondo dello spettacolo, come animatori, disk jockey, ballerine e ballerini, PR e altri. Eppure, complessivamente, la discoteca non è uno spettacolo che "regge" in sé, ma uno spettacolo talmente partecipato dal pubblico (che paga regolarmente il biglietto) che ognuno diventa spettatore e attore rispetto agli altri. Molti concerti di musica rock, o leggera in genere riproducono una situazione molto simile, in cui chi sta sul palco diventa un'occasione attraverso cui socializzare e conoscere persone con cui si nutrono affinità.

La socialità, ed il mercato ad essa collegato, è nel complesso uno di quei settori che dimostra di essere meno in crisi. L'attività dei villaggi turistici è in espansione, a fronte della contrazione complessiva dei consumi delle famiglie italiane. Anche l'attività delle discoteche registra una sostanziale stabilità (tab. 14). A parziale smentita delle posizioni più apocalittiche, il bisogno di socialità trova conferma nel lento ma progressivo decremento degli incassi nelle sale gioco dall'89 al '95 (tab. 15) e quindi da un tipo di divertimento in cui la componente interattiva e socializzante risulta assai limitata. Anche le fiere e le mostre, a conferma di quanto detto sopra, registrano dati di domanda in incremento (tab. 16).

3. I CONSUMI DEI GIOVANI

Ed è proprio il desiderio di socialità riscontrato nei giovani che fornisce le prime tracce per descrivere i nuovi scenari di consumo culturale così come nella nostra società vanno emergendo e configurandosi.

Ed i giovani di oggi, maschi e femmine dai 14 ai 20 anni, prediligono innanzi tutto lo stare insieme agli amici, del proprio sesso o dell'altro, o insieme al partner (tab. 17). Sebbene fra i sessi e le età le preferenze varino molto, questo desiderio di "stare insieme" in sé e per sé sembra predominante, anche perché risulta un piacere "a buon mercato" rispetto ad altre attività che presuppongono una spesa. I sessi inoltre descrivono profonde differenze che non sempre coincidono con gli stereotipi sessuali a cui la letteratura sociologica ci ha abituati:

- le femmine dimostrano innanzi tutto una nuova propensione alla socialità che supera quella dei maschi nel desiderio di andare in discoteca (il 4% in più), nell'andare a spasso (il 5% in più), nello stare col partner (il 6,5% in più) o con amici della diversa età (6,5% in più);
- le femmine dimostrano inoltre un evidente maggiore interesse per attività più "impegnate", come la lettura dei libri (l'11% in più) o come il volontariato (il 6,4% in più), mentre al tradizionale minore interesse per l'attività sportiva (il 20,5% in meno), associano una preferenza per il cinema (il 4% in più) o anche per il teatro (il 3,4% in più).

Anche le età comunque dimostrano di essere significativamente correlate a determinate attività del tempo libero in quanto, all'aumentare dell'età:

- si incrementa la frequentazione di teatro e musei, l'andare nei pub, lo stare col partner;
- diminuisce la frequentazione dei cinema, l'andare a spasso, allo stadio, il praticare lo sport, l'ascoltare musica, il leggere riviste e giornali.

4. LA DOMANDA SOMMERSA

Al di là dei numeri e dei dati ufficiali è chiaro che esiste nell'ambito dello spettacolo e dello sport una grande e ragguardevole porzione di attività che, sebbene radicata a livello sociale, continua a non avere riscontri dal punto di vista della osservazione istituzionale o della ricerca. Nonostante infatti sia estremamente difficile nel contesto di una sociologia della cultura rintracciare prove o riscontri, è ciononostante ben percepibile nella società italiana una doppia connotazione di:

- *differenza e non omologazione*, perché l'alterità è oggi più che mai la componente fondante di ogni relazione a ciascun livello, e nella società italiana sempre più ogni "entità" è diversa dalle altre e sempre più assume l'aspetto di una specie di "prototipo" uguale solo a sé stesso;
- *energia*, perché la società italiana dimostra comunque una straordinaria vitalità, pervasiva e ben evidente nei più svariati ambiti, da quello socio-economico a quello antropologico-culturale, e la gente esprime questa energia nel lavoro e nel tempo libero, nella capacità di iniziativa e nella resistenza ai disagi che connotano il nostro sistema sociale.

L'energia innanzi tutto. Gli indicatori socioeconomici dell'industria in genere, relativi a questi ultimissimi anni, che da sempre sono più numerosi ed eloquenti di quelli sui consumi culturali, ci descrivono un'Italia dove ad esempio la piccola e media impresa ha saputo reinventare, in condizioni impervie, la sua strategia di sviluppo competitivo, fino al punto di imporre la propria presenza sul mercato internazionale. Siamo un'Italia inoltre che ha saputo creare le condizioni di controllo dell'inflazione, di contenimento dei costi e dei prezzi, dove anche il Mezzogiorno ha reagito compostamente e vitalmente alla fine dell'intervento straordinario, dando luogo a precise e forti responsabilizzazioni a livello locale. Siamo un'Italia inoltre che è riuscita tutto sommato, pur nel picco di una sfida competitiva, a non scatenare processi dirompenti di esclusione e marginalizzazione, con ciò restando ad un alto grado di coesione sociale. *E questa vitalità della società italiana trova riscontro nella più recente ripresa dei consumi culturali, la lenta ripresa del cinema, del teatro, della danza, delle visite ai musei, del mercato dell'arte.*

Al di là dei riscontri più macroscopici è assai difficile tuttavia fornire in questo ambito dei dati inequivocabili perché l'offerta è talmente grande e

differenziata che non riesce ad aggregare il pubblico in tangibili fenomeni di massa. E d'altronde é lo stesso modello di fenomeno di massa, inteso come comportamento più o meno identico in grosse percentuali di popolazione, che rischia di rivelarsi obsoleto. Anzi, rispetto alla complessità del reale quello che "tutti fanno" tende ormai a diventare sempre più banale e generico (guardare la televisione tre ore al giorno, leggere almeno un libro l'anno, andare ogni tanto al cinema), mentre le vere e reali "sorgenti di significato", quelle che più strettamente incarnano le identità individuali, di nicchia, di gruppo o di *tribù*, risiedono in comportamenti specifici, minoritari, in comportamenti che, sul piano statistico della sociologia dei grandi numeri, appaiono marginali.

Del resto anche i fenomeni di massa più tradizionali tendono ad essere spesso sopravvalutati. Basti pensare che quando si parla di 10 milioni di telespettatori non si parla affatto del complesso del pubblico televisivo degli italiani ma di assai meno di un quinto della popolazione. Il mondo giovanile fornisce a questo proposito fulgidi esempi di eterogeneità che, sebbene siano scarsamente monitorati, rendono inequivocabile questa eclettica vitalità. Non é un caso se nel mondo della musica ricorre il termine *tribù*, e se questo modello viene subito ripreso dalla moda. Nella moda i diversi stili musicali, così come i diversi sport "estremi" suggeriscono i vari ingredienti di stile, da combinare e reinventare addosso. Le *tribù* si parlano, si ammiccano vicendevolmente e si ritrovano nei "templi" di aggregazione come lo stadio o la discoteca.

Oltre alla musica ci sono altri valori aggreganti, che ancora una volta l'indagine macrosociologica coglie a fatica: dall'ambiente e l'ecologia all'attrazione per l'esotico, il diverso, l'etnico; dalla fitness e la cura del corpo alla bellezza e la perfezione fisica; dal valore della carriera e dal valore del denaro e del potere alle mille scommesse di autorealizzazione; dall'informatica alla multimedialità; dalla voglia di evasione virtuale al trascendente, all'attrazione per l'esoterismo. Il mondo giovanile sembra affetto da un eccesso di stimoli più che da una carenza. Allora fioriscono le piccole rassegne cinematografiche, di film, di video e di cortometraggi, i concerti organizzati informalmente, le occasioni di incontro, le feste, i *rave*, i locali notturni dove tutte queste attività si mischiano insieme e si alimentano vicendevolmente. Non é certo la mancanza di energia o di vitalità a connotare il mondo giovanile quanto piuttosto una traboccante densità di stimoli.

Ci dirigiamo a grandi passi verso una società apparentemente omogenea ma che nella sostanza è composta da minoranze, da piccole tribù. In questa società tanti concetti scialbi e aggreganti perdono a tal punto di significato che nessuno si prende la briga di metterli più in discussione, mentre i nuovi significanti scoprono al di là della cortina del "gusto medio" la pregnanza di una nuova e densa plurifunzionalità. Ed è proprio la densità, concetto a cui il Censis ha dedicato il suo mese del sociale '95, che diventa una chiave interpretativa trasversale al complesso del sistema sociale italiano:

"la società densa è una società vischiosa, caratterizzata da livelli elevati di affollamento tra soggetti e relazioni, e che come tale tende ad essere entropica, vale a dire disordinata ed inquieta, soprattutto se lasciata allo spontaneo sfarfallio delle molecole e dei microconflitti."

Nella sua versione sociologica questa visione, problematica, risente del peso delle emergenze, del cumulo delle carenze strutturali e complessive del sistema sociale italiano. Sul piano dei consumi culturali e delle pratiche del tempo libero si è indotti invece a concentrare e a delimitare la lettura della società densa sul piano prettamente simbolico. Reinterpretare la vischiosità e i livelli elevati di affollamento come comportamenti culturali o pratiche del tempo libero consente infatti di enfatizzare l'aspetto sperimentale che risulta prerogativa propria di queste attività elettive. I gusti televisivi e le altre abitudini del tempo libero rappresentano dunque risposte culturali che, esprimendosi su un piano informale, possono essere intese come soluzioni in fieri, come reazioni spontanee da parte di quel pubblico che è di questa densità sia il soggetto che l'oggetto, sia l'artefice che il passivo fruitore. Ci è dato insomma di conoscere, attraverso i gusti, e gli stili fruizione e di gradimento, attraverso gli usi e consumi, le strategie che, in condizioni di relativa autonomia e libertà (lo svago, il tempo libero, lo stare insieme), gli stessi attori sociali mettono in campo per gestire e fronteggiare la densità e la complessità del reale. La densità e la complessità possono trasformarsi allora nei consumi culturali e nelle abitudini del tempo libero da disagio sociale in risorsa, diventano il vaccino, la cura omeopatica di un disagio presente nella società.

Tab. 1 - La domanda di Cinema dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	94.786.095	90.659.913	88.588.134	83.561.626	92.212.843	98.245.760	90.713.869
Spesa del pubblico (in lire)	776.477.048.989	777.564.878.821	791.243.991.501	756.578.731.041	830.917.307.145	867.878.537.515	797.395.721.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 2 - Incasso medio per film in Italia (in mld di lire correnti)

Paese di produzione	93-94	94-95	95-96
Italia	1,133	1,073	1,976
Coproduzioni	0,911	3,803	2,242
Stati Uniti	2,298	2,119	2,375
G. Bretagna	1,715	2,294	1,308
Francia	1,062	0,733	0,600
Germania	2,040	0,525	0,1667
Altri Paesi	0,630	0,592	1,296
Totale	1,766	1,789	1,969

Fonte: elaborazione Censis su dati Cinetel

Tab. 3 - La domanda complessiva di Teatro e Musica dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	26.084.257	25.378.645	27.296.830	27.761.280	28.089.967	27.362.399	30.649.786
Spesa del pubblico (lire)	540.217.199.857	542.786.849.901	619.118.780.003	649.252.188.543	653.273.541.990	605.835.633.317	656.175.525.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 4 - La domanda di Prosa in lingua o dialettale, Rivista, o Commedia Musicale dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	12.645.438	12.452.070	13.105.887	13.808.333	13.809.361	13.981.049	15.229.926
Spesa del pubblico (lire)	215.497.133.110	221.230.240.173	239.783.068.728	261.384.815.475	261.582.940.350	257.554.866.367	278.589.113.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 5 - La domanda di Lirica e Balletti dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	2.796.871	2.766.521	2.867.332	2.861.586	2.706.097	2.888.977	2.975.136
Spesa del pubblico (lire)	104.546.206.543	107.790.250.181	121.814.001.003	130.936.468.208	124.126.332.195	130.622.836.236	134.480.845.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 6 - La domanda di Concerti di Musica classica dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	3.773.814	3.526.089	3.761.776	3.741.791	3.779.092	4.025.872	4.184.539
Spesa del pubblico (lire)	63.130.198.153	64.847.962.562	66.700.413.017	68.836.657.792	70.226.365.365	72.467.785.925	77.260.683.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 7 - La domanda di Concerti e Spettacoli di Musica leggera ed arte varia dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	5.771.052	5.517.000	6.457.208	6.292.538	6.885.794	5.522.430	7.210.087
Spesa del pubblico (lire)	139.945.698.149	129.673.477.433	173.543.806.973	169.684.448.255	182.906.513.640	130.211.421.240	149.702.933.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 8 - La domanda di Operette, marionette, Saggi scolastici e culturali dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	1.097.082	1.116.965	1.104.627	1.057.032	909.623	944.071	1.050.098
Spesa del pubblico (lire)	17.097.963.903	19.244.919.551	17.277.490.282	18.409.798.813	14.431.390.440	14.978.723.549	16.141.951.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 9 - La domanda del complesso delle attività sportive dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Totale spesa Sport (lire)</i>	698.705.662.708	853.630.854.765	731.239.714.955	682.299.315.835	674.946.548.293	584.195.712.249	575.288.059.995

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 10 - La domanda di Calcio - Divisione nazionale serie A e B (e incontri internazionali) dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Biglietti venduti (n)	16.322.149	17.324.477	17.300.408	15.847.679	16.178.454	14.137.410	14.648.957
Spesa del pubblico (lire)	492.559.062.315	662.323.722.626	542.354.175.791	492.784.676.951	497.210.604.045	416.332.921.596	424.903.569.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 11 - La domanda di Calcio (tornei minori), Pallacanestro, Pallavolo, Tennis, Rugby, Baseball dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa del pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Calcio tornei minori	185.399.532.179	164.933.646.530	160.655.701.435	161.399.304.955	151.833.026.310	144.913.039.560	128.514.598.000
Pallavolo	8.468.317.939	11.109.463.875	15.437.647.930	15.065.030.337	13.618.116.420	13.177.857.749	11.292.950.000
Tennis	8.483.449.018	11.725.144.940	9.733.668.789	9.449.129.886	9.132.835.455	7.162.818.473	7.825.583.000
Rugby	2.757.844.658	2.821.093.855	2.329.186.104	2.861.831.098	2.360.228.700	2.050.581.643	2.253.087.000
Baseball	1.037.454.611	717.780.949	729.332.915	739.340.616	791.735.370	558.491.234	498.271.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 12 - La domanda di Ciclismo, Pugilato, Sport invernali, Atletica leggera e Altri sport, dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa del pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Ciclismo	666.453.246	516.813.955	569.728.612	545.497.267	628.824.555	625.745.683	456.199.000
Pugilato	2.243.248.084	1.469.470.199	1.426.477.970	1.415.173.172	1.148.212.620	782.287.464	778.311.000
Sport invernali	5.076.792.951	4.906.199.047	4.809.814.989	3.872.487.822	4.005.843.975	7.069.871.988	5.024.678.000
Atletica leggera	798.457.421	733.034.885	87.143.072	1.084.631.177	921.284.820	617.642.446	769.695.000
Altri sport	22.135.793.271	19.575.770.888	17.501.289.901	17.247.051.353	17.711.208.900	21.380.563.618	15.675.639.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 13 - La domanda di Automobilismo e Motociclismo, Corse di cavalli (ingressi), Concorsi ippici, dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa del pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Automobilismo e motociclismo	32.014.833.520	35.609.487.948	36.410.590.313	30.838.277.092	27.382.737.270	29.078.941.721	35.780.716.000
Corse cavalli (ingressi)	18.958.326.282	17.377.024.576	18.120.722.495	17.695.683.425	16.875.065.805	15.525.395.498	16.003.308.000
Concorsi ippici	1.718.813.525	2.225.584.998	2.746.227.140	2.843.078.763	1.857.543.765	2.714.862.746	2.072.751.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 14 - La domanda di Discoteca e Ballo, di Villaggi turistici e di Juke-boxes, dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa del pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Ballo	979.261.808.816	1.039.726.084.451	1.045.833.219.700	1.064.325.314.591	1.092.632.708.550	1.094.563.888.980	1.025.372.728.000
Villaggi turistici	23.181.839.315	24.157.384.499	46.083.338.739	42.957.763.443	43.054.135.275	51.589.078.327	58.311.360.000
Juke-boxes	12.862.918.225	10.838.429.111	10.067.557.552	7.887.268.613	6.964.057.650	5.530.752.036	4.924.404.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 15 - La domanda di Biliardi, Bowling, Apparecchi da divertimento, dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa per il pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Apparecchi da divertimento	458.540.703.020	453.254.289.230	439.150.625.899	427.612.500.399	423.522.062.205	411.018.519.998	400.062.305.000
Biliardi	217.199.810.709	185.088.978.688	174.198.584.515	166.070.560.096	172.955.648.580	170.720.294.095	161.167.637.000
Bowling	32.185.092.453	38.486.512.903	48.438.274.650	53.178.237.854	58.277.829.390	59.786.598.377	59.180.519.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 16 - La domanda di Mostre e Fiere, Luna Park (spettacoli viaggianti), Circhi, dall'89 al '95 (in lire costanti 1995)

Spesa per il pubblico	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Mostre e fiere	159.551.393.751	183.429.999.544	182.358.623.786	214.027.470.132	177.326.401.305	195.284.241.629	207.698.772.000
Spettacoli viaggianti (luna park)	163.159.716.979	219.084.363.679	222.146.090.213	213.393.328.575	338.976.481.485	315.096.997.522	288.845.758.000
Circhi	26.323.942.515	25.253.743.086	22.778.337.002	25.061.290.261	25.105.177.785	19.306.829.114	17.300.955.000
Altri trattenimenti	182.131.164.648	160.743.326.650	159.765.428.016	187.021.887.346	193.630.733.400	202.172.836.469	203.126.232.000

Fonte: elaborazione Censis su dati Siae

Tab. 17 - Le attività preferite del tempo libero (val. %)

	Sesso		Età				Ripartizione territoriale			Totale
	Maschio	Femmina	14/15 anni	16/17 anni	18/19 anni	Oltre 20 anni	Nord	Centro	Sud e Isole	
Cinema	12,4	16,3	15,9	15,8	13,1	7,3	13,7	16,8	15,2	14,7
Teatro	1,6	5,0	2,4	3,7	3,4	7,3	3,0	4,3	4,3	3,6
A spasso	10,1	15,0	17,1	12,8	13,2	9,8	12,6	12,5	13,9	13,0
Discoteca	17,2	21,0	8,5	21,5	18,0	7,3	17,7	24,1	19,1	19,5
Stadio	10,7	4,0	8,5	7,1	5,9	4,9	5,8	5,8	8,6	6,7
Concerto	8,0	6,4	8,5	7,0	7,0	2,4	6,0	7,3	8,4	7,0
Pizzeria	4,9	6,5	7,3	6,2	5,0	12,2	3,8	5,0	9,5	5,9
Pub	10,2	7,9	7,3	8,2	10,0	12,2	9,1	7,5	9,2	8,8
Biblioteca	2,4	2,2	2,4	2,6	1,9	2,4	1,9	1,5	3,5	2,3
Chiesa	4,3	5,0	6,1	4,8	4,2	9,8	4,7	1,9	6,3	4,7
Sport	44,4	23,9	41,5	33,4	29,3	24,4	33,1	32,3	31,1	32,0
Museo	2,4	3,0	1,2	2,6	3,0	4,9	3,3	1,9	2,7	2,7
Partner	26,4	32,9	12,2	28,4	34,7	53,7	28,9	30,8	31,6	30,4
Gruppo amici	33,2	24,6	26,8	29,2	26,6	24,4	29,5	29,5	25,8	28,0
Amico stesso sesso	5,9	7,1	11,0	7,0	5,6	7,3	6,3	6,0	7,3	6,6
Amici diversa età	19,0	29,9	23,2	26,1	25,4	12,2	26,7	29,3	22,6	25,7
Attività politica	2,5	2,3	3,7	2,6	2,1	2,4	2,3	2,8	2,4	2,5
Faccio musica	18,3	11,4	11,0	14,5	13,5	14,6	14,0	13,4	14,4	14,0
Ascolto musica	22,9	23,4	25,6	24,2	21,4	17,1	24,3	20,7	23,3	23,2
Ascolto radio	7,8	11,3	9,8	9,2	11,1	4,9	7,8	8,4	13,2	9,9
Guardo TV	10,0	9,6	15,9	9,8	8,7	17,1	9,3	8,0	11,1	9,7
Leggo rivista	3,6	3,6	7,3	3,1	4,1	0,0	3,7	2,6	4,2	3,6
Leggo quotidiano	4,2	2,0	7,3	2,7	2,6	2,4	2,1	2,4	4,3	2,9
Leggo libri	11,7	22,8	14,6	17,2	21,4	12,2	18,6	15,5	18,7	18,4
Volontariato	2,1	8,5	3,7	6,7	4,9	2,4	4,9	4,7	8,2	6,0
Altro	5,0	3,1	4,9	3,9	3,6	7,3	4,2	2,4	3,4	3,9

Fonte: dati Censis-Grinzane Cavour

CAPITOLO II

LE POLITICHE PER LO SPETTACOLO

1. LA RECENTE CRESCITA DI STATUS ISTITUZIONALE DELLO SPETTACOLO

Gli anni più recenti hanno registrato un significativo cambiamento nei percorsi d'attenzione pubblica ai problemi e ai processi del settore dello spettacolo. E questo appare particolarmente evidente realizzando lo spazio e la collocazione che i media dedicano a tale comparto.

Le questioni della cultura, del teatro, della televisione cominciano ad uscire dalle terze pagine dei giornali e da quelle dello spettacolo per essere analizzate più complessivamente come fenomeni e fatti di rilevanza sociale; ciò va inteso come la graduale presa di coscienza della rilevanza per il bene collettivo e, perché no, per l'andamento economico del paese di tale ampio comparto.

Peraltro, *l'attenzione politica esplicita* prestata durante la più recente compagine elettorale dai diversi schieramenti per i temi della cultura, può essere assunta altresì come ulteriore indicatore di un mutato status dei fatti culturali nella stessa percezione e progettualità politica, tradizionalmente focalizzata su altri settori della pubblica amministrazione (sanità, istruzione, fisco, ecc.).

Tale inedito concentrarsi sulle questioni culturali e dello spettacolo non ha riguardato peraltro dimensioni marginali degli orientamenti espressi dalle forze politiche ma ha coinvolto, seppure in diversa misura, gran parte dei maggiori protagonisti, dimostrando che la questione culturale non è più considerata una tematica periferica o un "fiore all'occhiello".

La *scelta governativa* di procedere all'abbinamento dei Beni Culturali e dello Spettacolo ha prodotto consensi e resistenze ma, soprattutto, ha segnato inequivocabilmente la necessità di superare steccati concettuali tra cultura del "bene", del manufatto artistico e cultura della rappresentazione viva e dello spettacolo.

Lo stesso coincidere nella medesima persona della carica di vicepresidenza della compagine governativa e di responsabile del Dicastero dei Beni Culturali e dello Spettacolo segna simbolicamente una crescita della considerazione politico-istituzionale del mondo della cultura e dello spettacolo.

Naturalmente tutti i segnali positivi sopra elencati (la nuova attenzione dei media, quella politico elettorale, lo status governativo) non sono stati sufficienti a risolvere, di per sé, i tanti e annosi problemi che il comparto dello spettacolo porta con sé da moltissimi anni.

L'insufficienza di idonei strumenti di promozione della produzione cinematografica, il mancato raccordo tra politiche per il cinema e politiche per la televisione, la mancanza di una legge per il teatro, l'insufficiente sostegno alla musica leggera e alla danza, l'onerosa gestione degli Enti Lirici non sono evidentemente problemi di immediata risoluzione, giacché comportano in molti casi, come per quanto riguarda l'audiovisivo, un coordinamento dei percorsi di maturazione legislativa nei diversi ambiti in grado di produrre disegni complessivi e al tempo stesso esaustivi.

Inoltre, le oggettive difficoltà della situazione economica del paese gravano nell'intrapresa di uno scatto evolutivo che parta con premesse rassicuranti.

Tuttavia, la ricchezza delle esperienze di base e la crescita della domanda di spettacolo e intrattenimento come nuovo bisogno primario degli scenari sociali che verranno, sollecita un impegno complessivo delle forze istituzionali e del mondo della cultura di cui cominciano a percepirsi i primi segnali.

2. L'EVOLUZIONE STORICA DELLA POLITICA PER LO SPETTACOLO E LA COMUNICAZIONE

2.1. Il cinema: tra industria e arte

Tutto lo sviluppo della politica pubblica per il cinema dello Stato repubblicano è accompagnato e segnato dalla ricerca di senso dell'intervento pubblico in un settore che integra strutturalmente industria e arte.

Le modalità con cui lo Stato ha seguito le ragioni dell'una e dell'altra hanno condizionato fortemente le sorti del nostro cinema, frattanto messo alla prova dalla maggior competitività del cinema americano e dal crescente affermarsi della televisione.

Lo Stato ha organizzato il suo intervento nel cinema secondo i principi contenuti nella prima legge organica per il cinema, la numero 1213 del 1965. In essa si afferma che "lo Stato considera il cinema mezzo di espressione artistica, di formazione culturale, di comunicazione sociale e ne riconosce l'importanza economica e industriale".

Uscito dalla guerra in condizioni disastrose, il cinema italiano si rimette in moto contando unicamente sulla energia e sulla creatività degli operatori. L'industria risorge e si rimette in cammino senza contributi esterni e spinte iniziali.

Dal '49 l'evoluzione dell'industria cinematografica trova dei sostegni nell'intervento dello Stato. Vengono varate norme per favorire la produzione nazionale.

La priorità data al rilancio dell'industria privata si concreta anche nel ridotto interesse che viene riservato agli enti pubblici e alle istituzioni che lo Stato democratico ha ereditato dal fascismo: Istituto Luce, Cines e Cinecittà, Ecnic-Eci, Centro Sperimentale di Cinematografia e Mostra Internazionale del Cinema di Venezia. Il patrimonio pubblico sarà in parte liquidato (Enic-Eci), in parte dovrà aspettare fino alla istituzione dell'Ente Gestione Cinema nel 1958 per essere riassetato e potenziato (Istituto Luce e Cinecittà, poi

affiancati, nel '66, dalla nuova società per la distribuzione, l'Italnoleggio e nel 1990 da Cinecittà International) e in parte riconquisterà la dovuta attenzione solo in tempi successivi (Centro Sperimentale di Cinematografia e Mostra Internazionale del Cinema).

La svolta della legge del '49 e la politica attenta del governo, portano in meno di cinque anni la produzione italiana al secondo posto nel mondo. Tra tutte le cinematografie europee che escono dalla guerra, quella italiana compie il maggior sforzo, esce dalla sua condizione di subalternità e raggiunge risultati quantitativi e qualitativi di prim'ordine.

Nei dieci anni successivi, mentre continua l'affermazione produttiva della cinematografia italiana, nelle norme comincia ad affacciarsi una considerazione per il valore artistico dei film.

Il concetto di cinema come servizio di interesse pubblico, e quindi la richiesta di una politica pubblica orientata sulla qualità, trovano una risposta nella legge n. 1213/1965. Questa nasce su ipotesi riformistiche di tutta la materia cinematografica: ogni aspetto della produzione commerciale e culturale viene preso in considerazione. Gli aspetti qualificanti riguardano la valorizzazione della produzione di qualità.

Grazie all'art. 28 è stato possibile valorizzare il cinema italiano d'autore, ma anche favorire la stessa possibilità di sopravvivenza di quel cinema italiano non legato alle grandi concentrazioni produttive. Infatti, a partire dagli anni Ottanta, il fondo istituito dall'art. 28 - integrato a più riprese - ha rappresentato una delle poche alternative alla produzione legata alle televisioni che nel frattempo avevano monopolizzato il mercato produttivo e accentrato la distribuzione. Nonostante la critica abbia rilevato che questo fondo sia stato in molti casi utilizzato anche per finanziare film di dubbio valore artistico e culturale, ad esso va senz'altro riconosciuto il merito di aver promosso molti degli autori più significativi degli ultimi quindici anni.

Per tutti gli anni di monopolio della televisione pubblica, cinema e televisione si erano mantenuti in una condizione di relativo equilibrio e di possibilità di scambio reciproco, attraverso una serie di limiti nell'utilizzo di film in TV.

Dalla metà degli anni Settanta l'avvento della televisione privata, con la trasmissione di ogni tipo di prodotto, altera completamente il pur relativo equilibrio tra i due media. Insufficienti come quadro e non sistematici e

compiuti sono i provvedimenti con cui l'Italia tenta di regolamentare la concorrenza tra i media (v. L. 10/1985, L. 223/1990 e L. 153/1994).

A vent'anni dalla legge - segnati da una parte da un'accesa discussione sulla necessità di procedere ad una riforma della legislazione in materia e dall'altra da una serie di interventi-tampone indirizzati unicamente ad incrementare i fondi per il credito cinematografico e a favorire l'adeguamento delle sale cinematografiche - è stata varata l'attesissima nuova legge sul cinema, la n. 153/1994. Questa, pur introducendo una serie di norme che aprono nuove prospettive soprattutto per le piccole e medie imprese di produzione, interviene pur sempre sulla legge preesistente, e come quella non dispone l'intervento sul cinema in un più ampio quadro di intervento sull'intero settore audiovisivo.

La 153/94, nelle intenzioni, ribalta le logiche dell'intervento dello Stato nel settore, ponendo in primo piano - rispetto ai film con i maggiori incassi, cui la legge del '65 concedeva un notevole ristorno - i film che già in fase di progetto presentino definite caratteristiche qualitative tali da poter essere riconosciuti da un'apposita commissione come film di "interesse culturale nazionale".

Per questi film - ed è questa la novità sostanziale del decreto - lo Stato condivide con l'imprenditore privato il rischio di impresa.

In questa direzione va ricordato anche il decreto convertito in legge il 30 maggio 1995 n. 203 sul riordino delle funzioni in materia di turismo, spettacolo e sport.

In questo modo - accomunando nel rischio Stato e imprenditore privato - si intende incentivare la produzione di film di particolare valore consentendo, più che in passato, l'accesso ai finanziamenti statali anche ad imprese più piccole o finanziariamente meno attrezzate.

2.2. La televisione: la specificità italiana

Per molti versi l'evoluzione della politica pubblica italiana nel campo della radiotelevisione ha prodotto la creazione di un sistema anomalo rispetto a quello degli altri paesi europei.

Il legislatore del '90 riafferma, in accordo con le indicazioni Cee, che "il pluralismo, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura a diverse opinioni, tendenze politiche e culturali e religiose, nel rispetto delle libertà e dei diritti garantiti dalla Costituzione, rappresentano principi fondamentali del sistema radiotelevisivo, che si realizza con il concorso di soggetti pubblici e privati" (Art. 1, L. 223/1990).

Nonostante ciò, l'attuale scenario radiotelevisivo continua a mantenere caratteri di turbolenza per cui a partire da una situazione di oligopolio imperfetto (da una parte la Rai, dall'altra la maggior azienda privata) si cominciano solo negli ultimi anni ad affacciare nuove realtà.

Ne consegue una dialettica nel settore da molti considerata faticosa sebbene la nostra televisione continui ad essere giudicata tra le migliori sullo scenario internazionale in termini di offerta.

Come per il settore dell'editoria, anche per il sistema radiotelevisivo l'azione pubblica si organizza intorno alla attuazione delle prescrizioni costituzionali relative alla libertà di espressione del pensiero. Il monopolio pubblico, che costituisce l'elemento istituzionale caratterizzante, risale ancora al 1923, quando si ebbe l'avocazione allo Stato dell'attività di gestione del mezzo radiofonico, poi riconfermata nel 1935. Poiché la costituzionalità delle leggi che hanno regolato il monopolio pubblico è stata più volte messa in discussione, l'organo che più di frequente si è trovato a pronunciarsi sulla questione è stato la Corte Costituzionale. Fino al 1974 essa ha sempre difeso la legittimità del monopolio ritenendo che consentisse al proprio interno il pluralismo delle voci e che fosse il miglior presidio del dettato costituzionale.

All'inizio degli anni settanta l'evoluzione della domanda degli ascoltatori insieme alla ridefinizione degli equilibri politici impongono alla Rai di rendersi più rappresentativa delle realtà sociali del Paese.

A lungo attesa, la riforma arriva con la legge n. 103/1975 che: trasferisce i poteri di controllo sulla Rai al Parlamento per aumentarne la democraticità, pone un tetto rigido agli introiti pubblicitari per far confluire più pubblicità alla stampa, istituisce due reti nazionali generaliste tendenzialmente in concorrenza tra loro oltre ad una terza rete con orientamento anche regionale; conferma i vincoli molto restrittivi alle trasmissioni locali.

Negli anni successivi alla riforma esplose il fenomeno delle televisioni private. Fra continui oscuramenti e riaccensioni dei ripetitori delle emittenti,

imposti dagli organi giudiziari, si arriva ad un decreto poi convertito nella legge n. 10/1985, che accetta di fatto il sistema misto pubblico/privato.

Dopo un acceso dibattito parlamentare, riflesso dei forti interessi economici in gioco, si giunge alla prima legge organica di regolamentazione del settore, la n. 223/1990, che recepisce la Direttiva Cee "Televisione senza frontiere" (n. 552/89).

A fronte di una reale preoccupazione del legislatore di difendere il pluralismo e di fornire un servizio al cittadino - preoccupazione espressa sia nell'istituzione di un'unica autorità di controllo per la televisione e la stampa, il Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria e sia nell'attivazione di norme che vietano la posizione dominante nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa sia nell'obbligo per le private di fare informazione - la legge consolida la situazione preesistente mantenendo quegli equilibri tra privato e pubblico e tra emittenti locali e nazionali cui si era giunti alla fine degli anni ottanta.

Ben presto si è riaperto il dibattito sull'opportunità di una nuova politica pubblica del settore audiovisivo che, accanto ad una più forte garanzia di pluralismo, offra gli strumenti adeguati a governare i cambiamenti del mercato radiotelevisivo legati sia alla diffusione delle nuove tecnologie, il cavo ed il satellite, sia al conseguente inevitabile processo di internazionalizzazione, anche alla luce del rinnovo da parte di Strasburgo della Direttiva dell'89.

In quest'ottica un ruolo particolarmente significativo va configurandosi per l'Authority.

2.3. Il teatro e le istanze del territorio

In Italia l'evoluzione della politica pubblica per il teatro assume sin dagli inizi un carattere fortemente frammentario determinato dalla assenza di una legge organica del settore.

Nel '48 fu varato il provvedimento legislativo (D.L. n.62) destinato a costituire la base formale di tutta la politica teatrale dello Stato. Fuori da ogni dichiarazione di principio e da ogni esplicito intento programmatico, il 6% dei diritti erariali sugli spettacoli pubblici viene destinato a tutte le

manifestazioni teatrali di "particolare importanza artistica e sociale". Alla musica furono attribuiti due terzi della somma e al teatro di prosa il rimanente terzo, in una proporzione destinata a condizionare tutte le future ripartizioni tra i due settori.

Per molti anni fu questa, insieme al 2% dei proventi televisivi che la convenzione tra Stato e Rai nel 1952 stabilisce di destinare al teatro, l'unica forma di sovvenzione per il settore. Solo nel '73 si è previsto un contributo integrativo, incrementato più volte da specifiche leggi finanziarie. L'approvazione della legge istitutiva del "Fondo Unico per lo Spettacolo" (la L. 163/1985), fissando lo stanziamento di un contributo fisso su un arco di tempo triennale e introducendo il principio della deducibilità fiscale per gli enti che investono nello spettacolo, consente finalmente al teatro una programmazione delle risorse.

L'assenza di una legge organica, invocata da quanti operano nel e per il teatro, che fissi le linee programmatiche dell'intervento pubblico e stabilisca le modalità di erogazione dei contributi, ha prodotto un sistema teatrale non sufficientemente strutturato quanto a meccanismi e ad assetto geografico.

Il vuoto legislativo viene riempito da circolari ministeriali che di anno in anno indirizzano e in parte condizionano la vita del teatro.

Sono le circolari che accompagnano la progressiva assimilazione del privato al pubblico, a partire dagli anni '70, così come la più recente tendenza a ridurre il numero di soggetti ammessi al finanziamento pubblico. A partire dalla fine degli anni '80, infatti, l'intervento dello Stato diventa sempre più selettivo - imponendo maggiore attenzione alla consistenza delle imprese teatrali e ai risultati di mercato - in vista di una migliore incisività sulle iniziative considerate più significative e in vista del rafforzamento delle attività stabili esistenti, sia pubbliche che private.

Questa recente tendenza accende, tra gli operatori teatrali, il timore che i nuovi criteri di selezione deformino la filosofia dell'intervento pubblico facendone cadere la ragion d'essere, strutturalmente legata alla convinzione che non vi può essere produzione e ricerca teatrale di qualità se non a condizione di un'emancipazione dai condizionamenti del mercato.

Per l'Italia, in assenza di esplicite enunciazioni delle linee strategiche e programmatiche dell'intervento pubblico, due elementi caratterizzanti la dinamica dell'organizzazione teatrale italiana - i teatri stabili e il

decentramento - possono contribuire a definire la filosofia che ha segnato l'azione pubblica fino agli ultimi orientamenti cui si è accennato.

La principale novità nell'organizzazione del teatro nel dopoguerra è la creazione, a partire dal '47, dei teatri stabili pubblici. Pur avviati con ritardo pluridecennale rispetto ad analoghe esperienze straniere, i teatri stabili danno il segno alla ristrutturazione del teatro italiano e per tutti gli anni '50 e '60 ne diventano elemento guida rappresentando il punto di irraggiamento di una profonda trasformazione del teatro legata alla sua nuova dimensione democratica.

Istituiti e gestiti dagli enti locali di alcune grandi città, i teatri stabili sono mossi dalla volontà di affermare i nuovi valori dello Stato repubblicano partecipando al processo di ricostruzione morale e civile del Paese e strappando il teatro alla crisi in cui lo ha condotto il fascismo. Ciò che con gli stabili si vuole perseguire è la realizzazione di un teatro inteso come servizio pubblico, capace di garantire alla collettività una fruizione di qualità e di conquistare all'arte anche le classi sociali tradizionalmente escluse.

A porre fine - sul finire degli anni '60 - al ruolo propulsivo dei teatri stabili sono sia le spinte verso una concezione del teatro più attiva all'interno della società e sia l'esplosione, all'interno degli stessi Stabili, della contraddizione tra la burocratizzazione degli organismi e i loro presupposti di ricerca culturale ed estetica.

Sempre fuori da qualsiasi tipo di indirizzo programmatico, si impone all'inizio degli anni '70 l'azione decisa degli enti locali che, a seguito dell'affermarsi di una concezione del teatro come servizio sociale legata allo sviluppo nel settore dell'attività cooperativa e alla nascita di un circuito teatrale alternativo, scoprono ed elaborano il proprio ruolo di organizzatori teatrali.

Protagonisti del nuovo processo sono soprattutto i Comuni che gestiscono teatri o stagioni teatrali, nel ruolo di committenti, organizzatori, impresari, contribuendo in modo determinante alla crescita vertiginosa del teatro italiano: nel giro di un decennio, tra gli anni settanta e gli ottanta, passano da cento a ottocento i comuni coinvolti in attività teatrale e la domanda di teatro aumenta del 150%.

Accanto ai comuni entrano presto in campo anche le neonate emanazioni periferiche dello Stato, le Regioni, costituite nel 1970, anch'esse raccolgono

la spinta che viene dal territorio e intervengono nell'organizzazione teatrale con iniziative e leggi.

Ci si avvicina così ad un nuovo modello di teatro pubblico, in cui l'azione di enti locali e regioni si intreccia strettamente con quella di privati che operano in termini di pubblica utilità (in primo luogo organismi autogestiti e cooperative), a cui viene garantita la distribuzione o specifici contributi con forme di convenzione. La successiva evoluzione vede affermarsi la tendenza delle Regioni a entrare direttamente nella gestione della produzione teatrale dando vita a teatri stabili regionali.

All'inizio degli anni Ottanta il nuovo modello di teatro pubblico è ormai una realtà affermata, per quanto in modo frastagliato e disomogeneo e fuori da un disegno preciso.

I più recenti orientamenti istituzionali e legislativi fanno prefigurare un ruolo ancora crescente delle autonomie locali in tale campo: evidentemente il processo avrà bisogno di essere accompagnato con grande attenzione perché se ne traggano tutte le potenzialità positive che è in grado di esprimere.

2.4. Gli enti lirici e le attività musicali

La politica pubblica per la musica ha trovato nel 1965 un suo organico fondamento nella legge 14 agosto 1967, n. 800. Questa pone a suo presupposto che "lo Stato considera l'attività lirica e concertistica di rilevante interesse generale, in quanto tesa a favorire la formazione musicale, culturale e sociale della collettività nazionale".

Più che in altri settori dello spettacolo, qui si è fatta sentire la mancanza di un progetto coerente e selettivo nella gestione delle risorse che pure lo Stato ha messo a disposizione in misura maggiore che per gli altri settori favorendo la crescita delle attività.

La legge di ordinamento del teatro lirico e delle attività musicali, infatti, che pure era stata varata nel 1965 dopo un ampio dibattito politico e culturale, ha previsto criteri di gestione e di organizzazione degli enti lirici che nei fatti presto si sono rivelati fonte di disfunzioni strutturali ed operative. Ma mentre rispetto ai finanziamenti lo Stato ha più volte legiferato, riconfermando con

la legge istitutiva del Fondo Unico per lo Spettacolo (la n. 163/1985) la priorità accordata alle attività liriche e musicali (cui è riservato il 55% dell'intero stanziamento), rispetto alle necessità organizzative del settore non ha varato per molti anni provvedimenti in grado di risanarlo. E questo nonostante tutte le leggi di intervento finanziario dichiarassero improrogabile il riordinamento istituzionale della vita musicale italiana e già cinque anni dopo l'entrata in vigore della legge una commissione di esperti nominata dal governo avesse dichiarato necessario un riordinamento legislativo del settore.

I recentissimi provvedimenti governativi, che prevedono la trasformazione degli Enti Lirici in Fondazioni rappresentano dunque la prima iniziativa istituzionale "di respiro" che lascia ipotizzare sviluppi positivi e riflessi "virtuosi" per l'intero settore.

3. IL FONDO UNICO PER LO SPETTACOLO

Attualmente i finanziamenti pubblici per lo spettacolo vengono erogati prevalentemente a livello centrale attraverso i meccanismi del Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS) istituito nel 1985.

Il FUS costituisce solo uno dei canali attraverso cui si esplica l'intervento pubblico per lo spettacolo, gli altri essendo costituiti dall'attività svolta in tal senso dalle amministrazioni locali: Regioni, Province, e Comuni.

La legge 163/85 recante "Nuova disciplina degli interventi dello Stato a favore dello spettacolo", ha rappresentato un tentativo di semplificazione e razionalizzazione delle forme di finanziamento statale, fino ad allora realizzate per lo più "a pioggia", senza un disegno unitario.

Tale legge ha dettato due disposizioni fondamentali:

- a) la creazione del Fondo Unico dello Spettacolo, ripartito annualmente dall'allora Ministero Turismo e Spettacolo fra i diversi settori secondo regole stabilite dalla legge stessa;
- b) la nomina, da parte del Ministero, del "Consiglio Nazionale dello Spettacolo", organo al quale è attribuito un potere di proposta, sia in ordine al piano annuale di riparto del Fondo Unico, sia in ordine al programma triennale di sostegno e incentivazione finanziaria per le attività dello spettacolo.

Fra il 1985 ed il 1995 il FUS è passato da circa 704 miliardi a 910 miliardi (tab. 1). Dopo un avvio conforme ad una prospettiva pluriennale di sostegno che tenesse innanzi tutto conto dei tassi di inflazione, dal 1988 l'andamento del FUS è stato condizionato dalle manovre finanziarie finalizzate al ridimensionamento della spesa pubblica e, se l'erogazione non si è mai allontanata di molto dagli 850 miliardi medi in lire correnti, è invece evidente la progressiva riduzione degli stanziamenti quando si valuti l'andamento in lire costanti (tab. 1).

Mentre il '96 ha sostanzialmente confermato sia questo trend di austerità sia la ripartizione degli stanziamenti nei vari ambiti dello spettacolo (tab. 2), la recente finanziaria '97 ha preannunciato nuovi tagli sui 900 miliardi previsti. Gli stanziamenti degli ultimissimi anni quindi, anche considerando le

dimensioni congiunturali e le previsioni per gli anni futuri, evidenziano una contrazione degli impegni di spesa non idonea alle esigenze di sviluppo del settore.

Si va pertanto prefigurando un duplice scenario in cui ad una concreta volontà di riforma politica dello spettacolo nel suo complesso (attraverso l'attuazione della legge 203 del '95 sul riordino delle funzioni, attraverso il decreto legislativo 367 del '96 per la trasformazione degli enti lirico/sinfonici e degli enti musicali riconosciuti di prioritario interesse in fondazioni di diritto privato, attraverso il disegno di legge 1124 per il trasferimento di competenze e funzioni alle Regioni e al sistema delle autonomie locali all'esame del Senato della Repubblica o attraverso il rinnovamento del sistema delle Commissioni consultive attuato con il decreto legge 541 del 23 ottobre 96) non corrisponde una adeguata disponibilità finanziaria da parte dello Stato.

Il FUS tuttavia, pur con i limiti dovuti ad una tradizionale assenza di discipline organiche di settore (a cui si pensa di ovviare attraverso le leggi per il teatro di prosa, privo da sempre di specifica normativa, ed altre produzioni normative per la musica, per la danza, per il riconoscimento della musica cosiddetta popolare), ha reso possibile una prima forma di programmazione a livello generale.

Per effetto di una legge successiva (29 dicembre 1988 n. 555) sono state abolite le aliquote obbligatorie di riparto degli stanziamenti fra i diversi settori di attività (stabilite dalla legge istitutiva del Fondo Unico) così da consentire una redistribuzione annuale dei finanziamenti più aderente alle effettive esigenze di volta in volta manifestate dai settori. Dunque fino ad oggi è stato il Ministero del Turismo e Spettacolo (poi Dipartimento per lo Spettacolo) che, sentito il parere del Consiglio Nazionale dello Spettacolo, ha determinato con proprio decreto la ripartizione percentuale del FUS fra i vari settori di attività; il decreto viene successivamente trasferito per un parere alle competenti Commissioni Parlamentari.

Il Consiglio Nazionale dello Spettacolo presieduto dal Ministro del Turismo e Spettacolo oggi Beni Culturali e Spettacolo, è composto da rappresentanti designati da vari Ministeri, dalla Conferenza Stato-Regioni, dall'ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani), dalla SIAE (Società Italiana Autori ed Editori), dall'UPI (Unione Province Italiane), dalla RAI (Radio Televisione Italiana), dall'EAGC (Ente Autonomo di Gestione per il Cinema), dall'ETI (Ente Teatrale Italiano) nonché da rappresentanti ed esperti nei

settori della cinematografia, del teatro e della musica. Il Consiglio dovrebbe principalmente elaborare le proposte per la formulazione del programma triennale di sostegno ed incentivazione dello spettacolo.

Tab. 1 - L'andamento del FUS dal 1985 al 1995 (v.a)

	1985	1987	1989	1991	1993	1995
<i>Enti lirici</i>						
milioni di lire correnti	295.598	358.598	396.210	406.393	430.299	435.080
milioni di lire costanti al 1995	498.526	544.818	538.014	488.769	471.177	435.080
<i>Attività Cinematografiche</i>						
milioni di lire correnti	175.951	213.451	143.057	160.391	169.826	171.713
milioni di lire costanti al 1995	296.741	324.296	194.257	192.902	185.959	171.713
<i>Attività di Prosa</i>						
milioni di lire correnti	105.571	128.071	126.450	138.245	146.377	148.003
milioni di lire costanti al 1995	178.045	194.578	171.706	166.267	160.283	148.003
<i>Attività Musicali</i>						
milioni di lire correnti	91.495	110.995	109.590	119.150	126.159	127.560
milioni di lire costanti al 1995	154.306	168.635	148.812	143.302	138.144	127.560
<i>Attività Circensi e Spettacolo Viaggiante</i>						
milioni di lire correnti	10.557	12.807	0	12.891	13.649	13.801
milioni di lire costanti al 1995	17.804	19.458	0	15.504	14.946	13.801
<i>Altro (*)</i>						
milioni di lire correnti	24.633	29.883	67.693	8.348	13.690	13.843
milioni di lire costanti al 1995	41.544	45.401	91.920	10.040	14.991	13.843
<i>Totale</i>						
milioni di lire correnti	703.805	853.805	843.000	850.000	900.000	910.000
milioni di lire costanti al 1995	1.186.967	1.297.186	1.144.710	1.016.784	985.500	910.000

(*) Fondo riservato, Osservatorio spettacolo, Consiglio nazionale dello Spettacolo, BNL

Fonte: elaborazione Censis su dati Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento dello Spettacolo

Tab. 2 - Il FUS nel 1996 (v.a. e val. %) (*)

	milioni di lire	%
Enti lirici	438.427	47,81
Attività Cinematografiche	173.034	18,87
Attività di Prosa	149.143	16,26
Attività Musicali	128.541	14,02
Attività Circensi e Spettacolo Viaggiante	13.907	1,52
Altro (**)	13.948	1,52
Totale	917.000	100,00

(*) Dati provvisori

(**) Fondo riservato, Osservatorio spettacolo, Consiglio nazionale dello Spettacolo, BNL

Fonte: elaborazione Censis su dati della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento dello Spettacolo

4. LA POLITICA PER LO SPORT

Anche per quanto riguarda le politiche per lo sport si sta assistendo in Italia ad un ripensamento dello scenario di riferimento. Questa esigenza nasce fra l'altro da una congiuntura culturale che vede via via spostarsi la concezione dello sport dal versante agonistico a quello del benessere fisico e del rapporto con l'ambiente. Questa macrotendenza è del resto correlata ai seguenti fenomeni:

- lo sport viene sempre più praticato dalle donne e da individui adulti o anziani;
- si allarga sempre più la gamma degli sport diffusamente praticati;
- viene praticato in modo differenziato rispetto alla distribuzione territoriale (di più al Sud e nelle città intermedie).

Se il periodo compreso tra l'immediato dopoguerra e le Olimpiadi di Roma del '60 fu dedicato soprattutto alla riorganizzazione della vita sportiva nazionale, notevole è stato negli anni successivi il contributo del CONI, delle federazioni, degli enti di promozione e delle società sportive alla crescita delle attività ed alla propaganda sportiva di massa. A tale proposito, le iniziative finalizzate all'incremento della pratica tra i giovani, la promozione dei Giochi della Gioventù, il sostegno allo sport nelle scuole e nelle forze armate costituiscono altrettanti elementi di uno sforzo collettivo che ha visto impegnate le diverse componenti del mondo dello sport.

E, andrà detto per inciso, non si tratta di un ambito modesto: i praticanti sportivi risultano nel 1994:

- oltre tre milioni e mezzo i tesserati alle Federazioni Sportive Nazionali;
- oltre duecentomila tesserati alle Discipline Associate;
- altri quasi tre milioni e mezzo stimati di allievi, partecipanti ad iniziative giovanili o armatoriale e ai Giochi della Gioventù al di fuori dei tesseramenti standard;
- altri quasi cinque milioni stimati i praticanti di attività sportive e ricreative non tesserati.

E queste stime non si allontanano dai dati Istat che registrano tra l'altro un significativo incremento in Italia di pratiche sportive, che dall'82 all'88 sono passate da otto milioni di persone a oltre i dodici milioni.

Le 65.609 società sportive FSN (nel 1994) riconosciute dal CONI e le 5.885 società sportive di Discipline Associate insieme ad altri Nuclei Sportivi pari a 8.900 unità, operano quindi in uno scenario vivo e denso di risorse che soffre, come del resto in altri ambiti affini, di un intermittente ascolto da parte delle istituzioni, in una fase in cui, come si è accennato, lo scenario sembra evolversi anche profondamente.

All'ordine del giorno, nell'agenda delle politiche per lo sport, oltre al ruolo dell'ISEF, un disegno di legge per la nuova legislazione per le società sportive e la gestione della tendenza ugualmente presente al super professionismo nei grandi sport (come il calcio ma anche il basket).

CAPITOLO III

GLI OPERATORI: FORMAZIONE, ACCESSO E PREVIDENZA

1. GLI OPERATORI DEL SETTORE

La classificazione dei lavoratori dello spettacolo e dello sport è stata innanzi tutto regolamentata in Italia dall'art. 3 del DL CPS n. 708 del 16 luglio 1947. A partire da questa legge però la classificazione iniziale ha subito numerose integrazioni e modifiche dovute essenzialmente alla necessità avvertita dalle istituzioni di "inseguire" le trasformazioni e le modificazioni che sia il mercato del lavoro sia l'industria e gli stessi processi produttivi di settore sono andati producendo nel corso degli anni.

Lo spettacolo, lo sport e l'intrattenimento infatti, oltre ad essersi trasformati da attività più o meno estemporanee in vere e proprie industrie nel corso degli anni, hanno prodotto e vanno producendo scenari economici e lavorativi in continua e rapida ridefinizione, provocati essenzialmente dalle seguenti specifiche caratteristiche del settore:

- *la riconfigurazione* delle professionalità, ovvero il continuo evolversi e trasformarsi delle funzioni lavorative all'interno del settore;
- *l'elasticità* dei rapporti professionali, ovvero il trasformarsi delle relazioni di lavoro e della loro formalizzazione contrattuale;
- *l'intersettorialità* professionale, ovvero la convergenza di professionalità molteplici all'interno dei nuovi ambiti produttivi;
- *il sorgere di nuovi scenari*, ovvero la nascita di nuove professionalità generate dal radicarsi dei settori più innovativi.

E' in generale percepibile nel settore dello spettacolo una sorta di *effetto flou* dei contorni professionali, che prelude al riconfigurarsi dell'organizzazione, della ottimizzazione e della filosofia stessa del lavoro così come va definendosi non solo nello stesso ambito dell'*entertainment*, ma in qualsiasi altro ambito lavoristico, a cui quello dello spettacolo, in questo senso, fa da pioniere.

Il mondo delle discoteche ad esempio, col pullulare di figure e di funzioni lavorative disparate e spesso indefinite (disc-jockey, cubisti, P.R.), fornisce una vasta gamma di fenomeni lavorativi che nascendo piuttosto spontaneamente possono dirigersi verso professioni diverse e talvolta più

qualificate (produzione musicale, performance di mimo o danza, promozione di eventi, relazioni esterne).

Un altro ambito che presenta le stesse caratteristiche di indeterminazione è lo sport che sposta la propria vocazione settoriale dalla semplice attività fisica verso l'estetica ed il benessere (ad esempio le palestre, le piscine, le saune). Anche il mondo dei "trattenimenti vari", come la produzione di videogiochi scopre ogni giorno sempre più applicazioni che spaziano dall'editoria elettronica (cd-rom), al vasto mondo delle industrie e nelle aziende (software di simulazione) o del grande cinema (attraverso l'impatto incalcolabile della postproduzione digitalizzata).

Inoltre, trasversalmente al mondo dello spettacolo non va tralasciata la peculiare asistematicità dei processi produttivi anche nel caso di attività di dimensioni imponenti. Basti fra tutti l'esempio della produzione cinematografica che, sebbene sviluppi ingenti quantità di lavoro o importanti flussi economici, è comunque caratterizzata dalla breve durata del proprio processo.

In risposta al complesso di questi fenomeni, che talvolta hanno assunto connotazioni che si è tentati di definire rivoluzionarie, le istituzioni e gli enti previdenziali, attraverso la ratifica alla 708 del novembre 1952 (tav. 2) e attraverso le seguenti numerose disposizioni normative, hanno tentato di integrare le carenze che via via andavano emergendo (tav. 3), fino ad arrivare ad una classificazione per macroaree che distingue i lavoratori dello sport dai lavoratori dello spettacolo con competenze artistiche o organizzativo dirigenziali e dagli altri lavoratori, impiegati e addetti con altre mansioni (tav. 4).

Eppure al di là di meticolosi ed anche solerti tentativi di integrazione della normativa, ciò che va emergendo come sempre più impellente, è un *ripensamento complessivo dei criteri di classificazione*, mirante a stabilire le professionalità e quindi i parametri di tutela non in funzione delle mansioni svolte, ma in funzione dei settori di appartenenza. Questo modello di *oggettivizzazione della tutela*, oltre a semplificare enormemente la normativa avrebbe i seguenti vantaggi:

- di comprendere nella classificazione tutti coloro che svolgono un tipo di attività indipendentemente dalla relazione di lavoro che intrattengono;

- di consentire un inserimento automatico di nuove categorie di lavoratori all'interno del settore di appartenenza senza che occorra integrare la classificazione.

Del resto questa filosofia, orientata a ridisegnare lo scenario del mondo del lavoro secondo una logica funzionale e dinamica anziché classificatoria e statica, in cui un lavoratore sia definito non secondo le caratteristiche proprie e specifiche della sua professione ma piuttosto facendo riferimento al ruolo e alla funzione che egli svolge all'interno dell'area di riferimento nella quale la sua professione si iscrive, oltre a rivelarsi impellente nel settore dello spettacolo dimostra sempre più di essere un approccio adeguato all'evolversi complessivo degli scenari lavorativi.

Lo spettacolo in tal senso fornisce un esempio ed una anticipazione delle difficoltà classificatorie a cui un po' tutte le professioni vanno incontro, in quanto:

- sempre più il lavoro tende ad essere discontinuo e non omogeneo;
- sempre più ad una professionalità individuale può accavallarsene un'altra;
- sempre più le carriere diventano percorsi soggettivi e non omologabili;
- sempre più si assiste a fenomeni di "contaminazione" fra ambiti professionali disparati;
- sempre più alla logica del "posto" si sostituisce la logica di una diffusa "micro-auto-imprenditorialità".

Per queste ed altre ragioni occorre sfruttare le sollecitazioni che in ambito lavoristico il mondo dello spettacolo produce in questi anni, per riflettere sulla rivoluzione a cui la concezione stessa del lavoro in generale, della carriera e della realizzazione professionale, della previdenza e della pianificazione della vita professionale degli individui, si sta verificando anche in Italia.

Le caratteristiche del settore non possono non determinare cruciali ripercussioni anche nella formalizzazione dei rapporti di lavoro. Andrà ancora una volta detto che ci troviamo davanti ad uno scenario altamente disomogeneo, composto da soggetti molto strutturati (come ad esempio un ente lirico) e da soggetti cangianti, o scarsamente visibili (come ad esempio

una società che nasce esclusivamente per realizzare un film, e subito dopo si scioglie).

La dimensione della creatività innanzi tutto, che naturalmente ha un ruolo molto importante nella produzione di spettacoli, difficilmente si sposa con una cadenza regolare del processo produttivo e con una solidità nel corso del tempo. Inoltre il fatto di lavorare spesso intorno alla realizzazione di un singolo evento (un concerto, un film), rende la macchina organizzativa delle strutture produttive un congegno spesso molto elastico che si realizza aderendo alla realizzazione di un prodotto. Prodotto che, infine, costituisce un *unicum* e può differire anche molto da altri già realizzati dallo stesso soggetto. In definitiva pertanto, l'industria dello spettacolo non è caratterizzata dalla realizzazione in serie, e spesso conserva, anche ai massimi livelli ed in organizzazioni complesse e di respiro industriale, una vocazione e un approccio di tipo artigianale (che del resto viene spesso *riscoperto* in altri ambiti dell'industria più tradizionale, attraverso orientamenti decisamente *customerizzati*, attraverso una crescente elasticità dei processi produttivi tradizionalmente più standardizzati). Queste caratteristiche, insieme a molte altre, si ripercuotono sulle relazioni professionali che sia i soggetti sia gli operatori dello spettacolo intrattengono fra loro, determinando una esigenza di nuove soluzioni formali e nuovi vincoli contrattuali che in molti casi rappresentano gli scenari lavoristici del domani.

2. LA FORMAZIONE: DALLA VOCAZIONE ALLA REALIZZAZIONE PROFESSIONALE

Ai giorni d'oggi, come nel passato, l'Italia esprime talenti artistici di massimo rilievo. Una tale "fecondità" ha diverse origini: l'eredità di un sofisticato ed evoluto gusto estetico; il fatto di essere letteralmente circondati, e quindi continuamente stimolati, da tesori di enorme valore artistico. Probabilmente un'altra causa è rappresentata, almeno in parte, dalla configurazione del nostro sistema scolastico. Rispetto ad altri paesi in cui l'istruzione è fortemente permeata di pragmatismo, in Italia si dedica ancora grande spazio a forme educative "generaliste" e non specialistiche. Tali considerazioni positive non debbono tuttavia porre in ombra i tanti problemi che la formazione artistica e culturale presenta in Italia. Un primo ordine di problemi riguarda l'eccessiva *settorialità* ed *esclusività* dell'esperienza formativa.

Si avverte in generale, guardando all'organizzazione della formazione artistica nel nostro Paese, l'impressione che l'arte e la cultura siano appannaggio di pochi - professionisti o "eletti" - che seguono un percorso di studi tutto dedicato alle tematiche in questione, mentre alla grande massa di studenti vengono offerte come opportunità di crescita in tal senso insignificanti quote del programma scolastico. E' evidente, infatti, come due ore di educazione artistica e musicale alla settimana nelle medie e 1 ora nei licei rappresentino uno spazio troppo limitato per consentire una reale educazione artistica dei giovani.

Per converso, si deve altresì sottolineare, a fronte dell'esiguità, delle ore dedicate, *un ritardo nell'affrontare adeguatamente i problemi dei nuovi codici estetici e dell'industria culturale*: sebbene infatti già nell'85 i programmi della scuola elementare prevedessero l'educazione all'immagine, non si registra nelle scuole una reale e opportuna strategia formativa, anche a causa di un'insufficiente sensibilizzazione e formazione degli insegnanti.

Un secondo ordine di problemi può essere individuato per così dire nello "*status*" *formativo* in qualche modo attribuito agli istituti di educazione superiore (Istituti d'Arte, Licei artistici), che continuano ad essere percepiti, e non sempre a torto, come percorsi formativi di serie B, in cui l'allievo non gode di una formazione generale adeguata e coerente rispetto alle esigenze di un istituto secondario superiore.

Peraltro, gli istituti di istruzione artistica a livello paritetico e quello universitario, pur vantando in diversi casi curriculum prestigiosi, appaiono scarsamente raccordati con il mondo dell'industria culturale e dunque carenti sul piano della "spendibilità" del titolo di studio acquisito; dunque presentano una *insufficiente sensibilità al momento orientativo post-diploma* che invece, in un settore come quello artistico, presenta evidenti carenze e difficoltà e reclama dunque una particolare cura.

Un discorso a parte andrebbe infine fatto per quanto riguarda la formazione universitaria. Basterà in questa sede sottolineare come i più recenti orientamenti culturali e istituzionali (v. il processo di privatizzazione che interesserà gli enti lirici) richiederanno sempre più figure di operatori e manager culturali complesse, in grado di esprimere sensibilità e conoscenza per il "fatto" culturale e al tempo stesso di governare processi di gestione finanziaria e di promozione. Un confronto con la modernità che si riflette nella necessità di una più adeguata politica di incentivazione, sostegno e tutela della creatività.

2.1. Gli istituti specializzati a livello di scuola secondaria superiore

In Italia esistono una serie di istituzioni scolastiche riconducibili all'area dell'istruzione secondaria di II grado specificamente finalizzate all'istruzione artistica. Si tratta degli "Istituti d'arte", dei "Licei artistici", dei "Licei musicali sperimentali", di un "Liceo coreutico sperimentale".

Gli istituti d'Arte (142 con 8 sezioni staccate e 66 scuole medie annesse) hanno il fine di dare una formazione culturale idonea a sviluppare le doti di creatività degli allievi addestrandoli al lavoro ed alla produzione artistica, anche in relazione alle specifiche tradizioni territoriali.

I licei artistici (63 con 11 sezioni distaccate) hanno il fine di dare agli allievi una formazione culturale specificamente orientata verso il settore delle arti visive e le relative forme espressive.

Sempre a livello di scuola secondaria, sono stati inoltre attivati alcuni *licei musicali sperimentali* (11 presso altrettanti Conservatori di musica) ed un *liceo coreutico sperimentale* (presso l'Accademia Nazionale di Danza).

2.2. L'istruzione artistica a livello paritetico a quello universitario

Il sistema scolastico italiano prevede anche insegnamenti prettamente artistici assimilabili al livello universitario. Si tratta delle "Accademie di Belle Arti", degli "Istituti Superiori per le industrie artistiche", dei "Conservatori di musica".

Le Accademie di Belle Arti (in numero di 20) hanno il fine di promuovere il progresso delle arti e delle scienze attinenti ai sistemi di produzione delle immagini e di formare la cultura estetica e scientifica necessaria all'esercizio delle relative professioni. Alle Accademie si accede, di regola, con il possesso del diploma di maturità dell'istruzione secondaria di 2° grado. Presso le Accademie funzionano corsi di pittura, di scultura, di decorazione e di scenografia. La durata dei corsi è quadriennale.

Gli istituti superiori per le industrie artistiche (con sede in Roma, Firenze, Faenza ed Urbino), istituiti in via sperimentale hanno il fine specifico di promuovere il progresso del design e di formare la cultura estetica e scientifica necessaria all'esercizio delle relative professioni.

I conservatori di musica (48 con 10 sezioni staccate e scuole medie annesse) costituiscono la sede di formazione dei musicisti e delle competenze necessarie all'esercizio delle professioni nel settore delle arti musicali. I conservatori comprendono complessivamente 34 "scuole" di durata variabile fra i 4 ed i 10 anni.

Nel campo ancora più specifico della formazione di artisti ed operatori di cinema, di teatro e di danza, vanno ricordate tre importanti e qualificate istituzioni pubbliche: *il Centro Sperimentale di Cinematografia, l'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica e l'Accademia Nazionale di Danza*. Tutte hanno sede a Roma.

Il funzionamento del *Centro Sperimentale di Cinematografia (CSC)* è regolamentato dalla legge n.419 del 24 marzo 1942 (seppure l'anno di fondazione, il 1935, sia precedente). Questa istituzione gestisce una cineteca, una biblioteca e corsi didattici nel campo del cinema. Soprattutto per quest'ultima attività essa rappresenta un punto di riferimento importante nella storia della "settima arte" nel nostro paese. Si pensi che fra i suoi studenti e

fra i suoi docenti ha avuto personaggi del calibro di Gabriel Garçia Marquez, Pier Paolo Pasolini e Cesare Zavattini. Gli insegnamenti attivati sono: recitazione; regia; sceneggiatura; produzione; cinema documentario; animazione; fotografia; scenografia; costume; montaggio ed edizione; tecnica del suono. Ciascun corso accoglie 6 studenti l'anno, fatta eccezione per quello di recitazione in cui sono 12 (sei maschi e sei femmine). I corsi di animazione, cinema documentario, produzione e regia durano tre anni, tutti gli altri due anni.

L'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica, fondata nel 1935, l'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica è l'unica scuola pubblica di recitazione e regia teatrale esistente in Italia. Ogni anno essa bandisce un concorso che seleziona 20-25 allievi attori e 1-5 allievi registi. Per avere un'idea della domanda, ovvero degli aspiranti, si tenga presente che vengono ricevute circa 300 iscrizioni al concorso per l'insegnamento recitazione e circa 15 iscrizioni a quello per l'insegnamento regia. Per i candidati selezionati i corsi si svolgono nell'arco di un triennio (è previsto anche un quarto anno di perfezionamento).

L'Accademia Nazionale di Danza comprende un corso normale di otto anni per la formazione di danzatori e danzatrici, ed un successivo corso di perfezionamento della durata di tre anni per la formazione di solisti, insegnanti, coreografi e compositori di danza.

2.3. L'arte e la cultura all'Università

Oltre ai corsi di laurea del gruppo letterario, che nell'arco degli ultimi 20 anni sono aumentati più che proporzionalmente rispetto al numero di studenti iscritti, dal 1993 sono attivati in Italia due corsi di laurea in *Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo*: D.A.M.S. (presso l'Università di Bologna e l'Università di Cosenza). Tali corsi prevedono insegnamenti fondamentali comuni (Italiano, Estetica, Lingua straniera, Psicologia). Ciascuno dei tre indirizzi possibili prevede a sua volta alcuni insegnamenti fondamentali: l'Arte (Teoria delle forme, Semiologia delle Arti, Fenomenologia degli stili, Storia delle arti); la Musica (Teoria musicale, Semiologia della musica, Elementi di armonia e contrappunto, Storia della musica); Spettacolo (Istituzioni di regia, Drammaturgia, Semiologia dello

spettacolo, Storia dello spettacolo). Inoltre, nell'ambito delle "*scuole dirette a fini speciali*" sono dedicate ad insegnamenti attinenti ai beni culturali e allo spettacolo la *Scuola di Musicologia e pedagogia musicale* presso la sede di Fermo dell'Università di Macerata (2 anni) e la *Scuola di costume e moda* di Firenze.

3. LE POLITICHE DI TUTELA DEGLI ARTISTI

Nel nostro paese non è possibile identificare politiche espressamente rivolte agli artisti. Alcune leggi, ad esempio quella per il cinema, prevedono in qualche articolo forme di "incentivo" per la nascita e la valorizzazione di nuovi talenti e la valorizzazione delle professionalità artistiche italiane; tuttavia, non sembra che i pochi meccanismi previsti siano molto sfruttati né molto efficaci. Peraltro, il sistema di supporto alla formazione (borse di studio) non appare sufficientemente sviluppato o, quantomeno, non all'altezza di alcune esperienze estere; anzi va sottolineato che esso si rivolge solo parzialmente ai settori dell'arte e della cultura. Fra le poche forme di sostegno e tutela degli artisti esistenti in Italia, l'unica di un qualche rilievo è la tutela del diritto d'autore.

3.1. La tutela del diritto d'autore: la SIAE

La tutela del diritto d'autore è una funzione gestita, per conto degli artisti, dalla SIAE (Società Italiana Autori ed Editori). Si tratta di un organismo a base associativa che agisce su mandato degli aderenti (ad oggi circa 50.000 artisti). La SIAE opera attraverso Uffici centrali e periferici. La Direzione Generale ha sede in Roma e comprende, oltre ai vari Servizi, cinque Sezioni distinte a seconda del genere delle opere:

- la *Sezione Lirica*: tutela le opere liriche, i balletti, gli oratori;
- la *Sezione Musicale*: tutela i diritti relativi alle composizioni musicali di ogni genere;
- la *Sezione Drammatica, Operette e Riviste*: tutela il repertorio delle opere teatrali;
- la *Sezione Opere Letterarie ed Arti Figurative*: tutela tali opere in varie forme connesse ai particolari tipi di utilizzazione;
- la *Sezione Cinema*: cura, fra l'altro, la tenuta del Pubblico Registro Cinematografico.

Sotto il profilo operativo la funzione essenziale della SIAE è la tutela giuridica ed economica delle opere d'ingegno e dei diritti connessi. Tale funzione è svolta in nome proprio, ma per conto e nell'interesse degli iscritti, soci e mandanti titolari di diritti d'autore, mediante l'esercizio dei diritti a costoro spettanti per le utilizzazioni economiche delle opere.

Nel quadro di tale attività la SIAE concede licenze ed autorizzazioni per l'utilizzazione delle opere dei propri repertori, riscuote i relativi compensi e ripartisce agli aventi diritto i proventi incassati. Attraverso la propria organizzazione all'estero e mediante accordi con le analoghe associazioni straniere, la tutela del diritto d'autore si estende a quasi tutti i paesi.

Le finalità della SIAE, pur rivolte alla tutela di interessi individuali, hanno notevole rilevanza sociale per l'intima connessione con il patrimonio culturale della collettività nazionale e pertanto la vigente legge sul diritto d'autore (n. 633 del 22 aprile 1941), riconoscendo ad esse interesse pubblico, configura la Società come ente di diritto pubblico. La SIAE è costituita senza alcun apporto di capitali pubblici, non ha mai fruito e non fruisce di alcun contributo o sovvenzione statale o comunque di carattere pubblico, paga le imposte e le tasse come qualsiasi operatore economico, sebbene non persegua scopi di lucro. La struttura e l'attività della SIAE sono autonomamente disciplinate dallo Statuto dell'ente, approvato con Decreto del Presidente della Repubblica.

4. LA PREVIDENZA

Seppure attraverso un processo tortuoso è ormai acclarato il fatto che lo spettacolo e lo sport, in quanto caratterizzati da peculiarità occupazionali, lavorative ed imprenditoriali a sé stanti, necessitano di un Ente di tutela previdenziale "autonomo", in grado di interagire con le particolari esigenze di un settore economico che per molti aspetti rappresenta un mondo a sé.

Ed è probabilmente anche per questo che le recenti tendenze di indirizzo istituzionale nel nostro paese hanno dimostrato di muoversi in questa direzione, verso un complessivo rilancio dell'Enpals (Ente Nazionale di Previdenza ed Assistenza per i Lavoratori dello Spettacolo) conformemente ad un clima di fiducia nei confronti dello spettacolo e della cultura. Più specificatamente in ambito previdenziale e nei confronti dell'Enpals l'indirizzo del Governo sta agendo:

- attraverso il trasferimento dalle casse dello Stato nel triennio 96-98 di circa 900 miliardi;
- attraverso un ulteriore adeguamento dell'assetto istituzionale dell'Ente;
- attraverso l'armonizzazione della normativa previdenziale ai principi generali definiti nel recente provvedimento di riforma;
- attraverso l'eliminazione delle "distorsioni" dell'attuale disciplina delle prestazioni;

A conferma insomma della premessa fatta in questo capitolo, di una attenzione congiunturale della vita pubblica italiana nei confronti dello spettacolo e la cultura in quanto ricchezza e risorsa economica (oltre che umana e genericamente sociale) l'ampiezza degli interventi -tra fatti acquisiti ed iniziative in itinere- suggerisce l'idea di una voglia di pianificazione organica, di una volontà di muoversi in modo strutturale anziché a livello congiunturale o sotto l'impulso dell'emergenza.

E questo nonostante la congiuntura sia oggettivamente difficile sul versante previdenziale e non solo per quanto riguarda questo settore, che nel '95 ha dimostrato di confermare una situazione deficitaria che perdura dal lontano 1978. Il conto economico complessivo dell'esercizio espone infatti nel 1995

un disavanzo economico pur in presenza di trasferimenti da parte dello Stato perlopiù determinato dal *Fondo pensioni per i lavoratori dello spettacolo*.

Al di là delle tanto discusse debolezze complessive, intrinseche all'attuale sistema previdenziale e che hanno portato alla legge di riforma 335 del 1995, l'Enpals ha a che fare con proprie specifiche debolezze che nascono dalle caratteristiche lavorative dei propri assistiti, e che consistono, oltre ad una accentuata assistenzialità di alcuni nodi della normativa, in una spiccata tendenza all'evasione contributiva che le imprese del settore dello spettacolo manifestano, anche grazie al terreno mobile e vischioso di questo settore, tanto vivace quanto indefinito, in cui le realtà economiche e produttive si trovano ad operare.

A queste impervie condizioni strutturali si associa una non adeguata dotazione di risorse e di strumenti di efficace e tempestiva vigilanza su cui l'Enpals può contare per interfacciarsi alle caratteristiche di precarietà che contraddistinguono molte imprese del settore, anche a causa delle endemiche carenze nelle dotazioni organiche. A questo proposito andrà solo accennato il fatto che le spese per il personale in servizio incide sul totale dei costi di funzionamento dell'Ente per il 31,2%, in misura inferiore all'incidenza riscontrata presso altri Istituti previdenziali.

Nel 1995 sono state erogate complessivamente circa 56.000 prestazioni per il *Fondo Pensione per i Lavoratori dello Spettacolo* e circa 830 per il *Fondo Speciale per gli Sportivi Professionisti*. L'importo medio è stato rilevato in 16,6 milioni di lire per il settore dello spettacolo e 23,1 milioni per lo sport (tabb. 2 e 3).

Il settore sportivo, per quanto marginale rispetto a quello dello spettacolo, dimostra di essere più attivo, e induce i rappresentanti del settore a reclamare maggiore autonomia e maggiore potere decisionale.

L'Enpals indubbiamente costituisce anche una importante risorsa conoscitiva che difficilmente ha uguali nel settore dello sport e dello spettacolo, e dimostra inoltre una spiccata vocazione a diventare un vero e proprio osservatorio permanente dello scenario di entrambi i settori, ovvero capace di "seguire" le evoluzioni di un settore che ha iscritta nella propria identità una vocazione all'autonomia, alla flessibilità e alla leggerezza, qualità tutte che sempre più si addicono al mercato del lavoro nel suo complesso oltre che a quello di questi ambiti.

Tav. 1 - La Classificazione dei Lavoratori dello Spettacolo e degli Sportivi professionisti

Anno	Normativa	Materia
1947	D.L. CPS del 16 luglio. n.708	<p>(Art. 3) <Sono obbligatoriamente iscritti all'Ente tutti gli appartenenti alle seguenti categorie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. artisti lirici; 2. attori di prosa, operetta, rivista, varietà ed attrazioni; 3. attori e generici cinematografici, attori di doppiaggio cinematografico; 4. registi teatrali e cinematografici, aiuto registi; 5. direttori, ispettori, segretari di produzione cinematografica, cassieri; 6. direttori di scena e di doppiaggio; 7. direttori d'orchestra e sostituti; 8. concertisti e professori d'orchestra; 9. tescicorei, coristi, ballerini e figuranti; 10. amministratori di formazioni artistiche; 11. tecnici del montaggio, del suono, dello sviluppo e stampa; 12. operatori di ripresa cinematografica, aiuto operatori e maestranze cinematografiche, teatrali e della Radio Audizioni Italia; 13. arredatori, architetti, scenografi, figurinisti, teatrali e cinematografici; 14. truccatori e parrucchieri; 15. macchinisti, pontaroli, elettricisti, attrezzisti, falegnami e tappezziere; 16. sarti; 17. pittori, stuccatori e formatori; 18. artieri ippici; 19. operatori di cabine, di sale cinematografiche. <p>Con decreto del Capo dello Stato, su proposta del Ministro per il lavoro e la previdenza sociale, l'obbligo della iscrizione all'Ente potrà essere esteso ad altre categorie di lavoratori dello spettacolo non contemplate dal precedente comma.></p>

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996.

Tav. 2 - Ratifica alla normativa sulla classificazione dei Lavoratori dello Spettacolo e degli Sportivi professionisti

Anno	Normativa	Materia
1952	Legge di (di Ratifica (Art. 3) <del DL CPS 708/47) n 2388 del 29/11	<p>>Alle parole: "Sono obbligatoriamente iscritti all'Ente gli appartenenti alle seguenti categorie", sono aggiunte le parole "di qualsiasi nazionalità". Alla categoria n. 5, sono aggiunte le parole "segretari di edizione". Alla categoria n. 8, sono aggiunte le parole "orchestrali e bandisti". Sono aggiunte le seguenti categorie:</p> <p>20. impiegati amministrativi e tecnici dipendenti dagli enti ed imprese esercenti pubblici spettacoli, dalla Radio Audizioni Italia, dalle imprese della produzione cinematografica, del doppiaggio e dello sviluppo e stampa; maschere, custodi e personale di pulizia dipendenti dagli enti ed imprese sopra nominati; 21. impiegati ed operai dipendenti dalle case da gioco, dagli ippodromi e dalle scuderie dei cavalli da corsa e dai cinodromi; addetti agli impianti sportivi dipendenti dalle imprese di spettacoli viaggianti></p>

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996

Tav. 3 - Alcuni momenti di produzione normativa ad integrazione della Classificazione dei Lavoratori dello Spettacolo e degli Sportivi professionisti

Anno	Normativa	Materia
1972	Decreto Presidenziale del 14/11/71 con decorrenza dall'1/1/72	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Sceneggiatori teatrali e cinematografici; sceneggiatori radio televisivi>
1973	Decreto Presidenziale del 7/8/73 con decorrenza dall'1/12/73	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Dipendenti da imprese esercenti noleggio e distribuzione films>
1975	Legge del 14/6/73 n. 366 con decorrenza dall'1/7/75	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Giocatori ed allenatori di calcio>
1980	Decreto Presidenziale del 29/4/80 con decorrenza dall'1/7/80	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Dialoghisti ed adattatori cinetelevisivi>
1982	Circolare Enpals n. 16 del 28/7/82 con decorrenza dall'1/6/82	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Figurazioni speciali di sala (o di intrattenimento)>
1983	Decreto Presidenziale n. 90 del 19/1/83 con decorrenza dall'1/5/83	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Organizzatori generali (di imprese di produzione cinematografica)>
1984	Decreto Presidenziale n. 669 del 1/8/83 con decorrenza dall'1/1/84	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Addetti ai totalizzatori presso gli ippodromi>
1987	Decreti Presidenziali n. 1006 del 22/7/86 con decorrenza dall'1/3/87 e n. 207 del 19/3/87 con decorrenza dall'1/6/87	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Addetti ai totalizzatori o alla ricezione delle scommesse presso ippodromi, cinodromi, sale corsa e agenzie ippiche (n.10006/86) - cantanti di musica leggera; (207/87) - presentatori; (207/87) - disc-jockey; (207/87) - indossatori e tecnici addetti alle manifestazioni di moda (208/87)>
1991	Legge del del 23/3/81 con decorrenza dall'1/5/91	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Sportivi professionisti>
1993	Decreto Presidenziale n. 203 del 14/4/93 con decorrenza dall'1/7/93	Aggiunta le seguenti categorie di lavoratori: <Animatori dei villaggi turistici>

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996

Tav. 4 - Riepilogo della Classificazione dei Lavoratori dello Spettacolo e degli Sportivi professionisti all'ottobre 1996

Area	Codice	Categoria lavoratori
1° Gruppo	010	Artisti lirici.
	020	Artisti di prosa, operetta, rivista, varietà ed attrazioni, suggeritori, presentatori, cantanti, disc-jockey.
	030	Attori e generici cinematografici, attori di doppiaggio cinematografico, personale artistico occupato nella produzione di shorts pubblicitari e cinematografici e presso case produttrici di fotoromanzi.
	040	Registi teatrali e cinematografici, aiuto registi, sceneggiatori teatrali e cinematografici, dialoghisti ed adattatori.
	050	Organizzatori generali, direttori, ispettori, cassieri e segretari di produzione cinematografica, segretari di edizione.
	060	Direttori di scena e di doppiaggio.
	070	Direttori di orchestra e sostituti, maestri suggeritori, direttori di banda.
	080	Concertisti e professori di orchestra, orchestrali e bandisti.
	091	Coristi e figuranti, coreografi, maestri del coro e figuranti speciali o di sala.
	092	Tersicorei e ballerini.
	093	Indossatori.
	100	Amministratori di formazioni artistiche.
	110	Tecnici del montaggio, del suono, dello sviluppo e stampa, della produzione cinematografica, di shorts pubblicitari e di fotoromanzi.
	121	Operatori di ripresa cinematografica, aiuto operatori.
	122	Maestranze cinematografiche, teatrali e delle imprese radiofoniche e televisive assunte con contratto di lavoro a tempo determinato.
	130	Arredatori, architetti, scenografi, figurinisti teatrali e cinematografici.
	140	Truccatori e parrucchieri.
2° Gruppo	150	Maestranze cinematografiche, teatrali e delle imprese radiofoniche e televisive, assunte con contratto di lavoro a tempo indeterminato.
	180	Artieri ippici.
	190	Operatori e aiuto operatori di cabine di sale cinematografiche.
	201	Impiegati amministrativi e tecnici dipendenti da enti ed imprese esercenti pubblici spettacoli, dalle imprese radiofoniche e televisive, dalle imprese di produzione cinematografica del doppiaggio e dello sviluppo e stampa.
	202	Maschere, custodi e personale di pulizia dipendenti dagli enti ed imprese soprannominate.
	203	Autisti alle dipendenze delle imprese dello spettacolo, anche se addetti a servizi personali del titolare dell'impresa e del suo nucleo familiare.
	211	Impiegati dipendenti dalle case da gioco, da ippodromi, dalle scuderie dei cavalli da corsa e dai cinodromi, prestatori d'opera addetti ai totalizzatori o alla ricezione delle scommesse presso gli ippodromi ed i cinodromi nonchè presso le sale da corsa e le agenzie ippiche.
	212	Operai dipendenti dalle case da gioco, da ippodromi dalle scuderie dei cavalli da corsa e dai cinodromi.
	213	Impiegati dipendenti dalle imprese di spettacoli viaggianti.
	214	Operai dipendenti dalle imprese di spettacoli viaggianti.
	215	Impiegati addetti agli impianti sportivi.
	216	Operai addetti agli impianti sportivi.
	231	Impiegati dipendenti dalle imprese esercenti il noleggio e la distribuzione dei films.
	232	Operai dipendenti dalle imprese esercenti il noleggio e la distribuzione dei films.

Segue Tav. 4

Sportivi pro- fessionisti *	220	Calcio - Atleti
	221	Calcio - Allenatori
	222	Calcio - Direttori tecnico sportivi
	223	Calcio - Preparatori atletici
	310	Ciclismo - Atleti
	311	Ciclismo - Allenatori
	312	Ciclismo - Direttori tecnico sportivi
	313	Ciclismo - Preparatori atletici
	340	Golf - Atleti
	341	Golf - Allenatori
	342	Golf - Direttori tecnico sportivi
	343	Golf - Preparatori atletici
	470	Pugilato - Atleti
	471	Pugilato - Allenatori
	472	Pugilato - Direttori tecnico sportivi
	473	Pugilato - Preparatori atletici
	541	Tennis - Maestri allenatori
	542	Tennis - Direttori tecnico sportivi
	400	Motociclisti - Atleti
	401	Motociclisti - Allenatori
	402	Motociclisti - Direttori tecnico sportivi
	403	Motociclisti - Preparatori atletici

* Legge 14/6/73 n.366 e legge 23/3/81 n.91. Ai sensi dell'art. 2 della n.91 sono sportivi professionisti gli atleti, gli allenatori, i direttori tecnico sportivi ed i preparatori atletici che esercitano l'attività sportiva a titolo oneroso, con carattere di continuità nell'ambito delle discipline regolamentate dal CONI e che conseguono la qualificazione dalle federazioni sportive nazionali secondo le norme emanate dalle federazioni stesse con l'osservanza delle direttive stabilite dal CONI per la distinzione dell'attività dilettantistica da quella professionistica.

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996

**Tab. 1 - Bilancio consuntivo 1995 del Fondo pensioni per i lavoratori dello spettacolo
(in milioni di lire)**

	Entrate		Uscite
Entrate contributive	744.808	Spese per prestazioni istituzionali	976.860
Entrate derivanti da trasferimenti correnti	176.074	Oneri per il personale	22.971
Altre entrate	28.716	Oneri finanziari	24.021
Totale	949.598	Altre uscite	50.059
Componenti che non danno luogo a trasferimenti finanziari	58.656	Totale	1.073.911
		Componenti che non danno luogo a trasferimenti finanziari	61.267
Totale generale	1.008.254	Totale generale	1.135.178
Disavanzo economico	-126.924		

Fonte: dati Enpals 1996

Tab. 2 - Fondo Pensioni per i Lavoratori dello Spettacolo (v.a. ed in milioni di lire)

	1993			1994			1995		
	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo
Invalidità	6.157	64.529	10,48	5.941	64.799	10,91	5.725	65.451	11,43
Vecchiaia	23.743	373.459	15,73	24.209	403.641	16,67	24.242	427.530	17,64
Anzianità	9.070	208.667	23,01	10.252	243.542	23,76	10.953	285.576	26,07
Totali dirette	38.970	646.655	16,59	40.402	711.982	17,62	40.920	778.557	19,03
Superstiti assicurato	3.051	29.277	9,60	3.088	30.377	9,84	3.092	31.728	10,26
Superstiti pensionato	11.021	96.129	8,72	11.316	103.766	9,17	11.577	111.793	9,66
Totali superstiti	14.072	125.406	8,91	14.404	134.143	9,31	14.669	143.521	9,78
Totale	53.042	772.061	14,56	54.806	846.125	15,44	55.589	922.078	16,59

(*) Pensioni in pagamento al 31 dicembre degli anni indicati

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996

Tab. 3 - Fondo Speciale per i Calciatori, gli Allenatori di Calcio ed i Professionisti Sportivi (v.a. ed in milioni di lire) (*)

	1993			1994			1995		
	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo	Numero pensioni	Importo annuo	Importo medio annuo
Invalità	34	419	12,32	37	514	13,89	38	536	14,11
Vecchiaia	501	10.494	20,95	584	13.468	23,06	676	17.239	25,50
Anzianità	16	397	24,81	16	409	25,56	16	401	25,06
Totali dirette	551	11.310	20,53	637	14.391	22,59	730	18.176	24,90
Superstiti assicurato	37	294	7,95	38	311	8,18	39	331	8,49
Superstiti pensionato	46	430	9,35	55	553	10,05	61	628	10,30
Totali superstiti	83	724	8,72	93	864	9,29	100	959	9,59
Totale	634	12.034	18,98	730	15.255	20,90	830	19.135	23,05

Fonte: elaborazione Censis su dati Enpals 1996

(*) Pensioni in pagamento al 31 dicembre degli anni indicati

CAPITOLO IV

**PROSPETTIVE DI SVILUPPO ECONOMICO ED
OCCUPAZIONALE**

1. UN SETTORE DIFFICILE DA DEFINIRE

L'esempio dell'audiovisivo, sebbene non sia necessariamente il più significativo sul piano quantitativo, offre un buon esempio su come il mercato dell'*entertainment* nel suo complesso vada modificandosi: le risorse finanziarie dell'audiovisivo nel suo complesso, stimate dall'ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cine Audiovisive) per il '94 superiori ai 10.000 miliardi, consistono:

- per circa il 47,8% negli investimenti in pubblicità televisiva;
- per circa il 22,3% nel canone di abbonamento radio-televisivo;
- per circa l'8,1% nella spesa del pubblico nelle sale cinematografiche;
- per circa l'8,5% nella spesa del pubblico sul mercato home-video;
- per meno del 1,6% nell'investimento dello Stato nel settore cinema;
- per circa il 1,5% nei ricavi da esportazione di films e programmi Tv (tab. 1).

Già da questo primo esempio risulta evidente che quello che un tempo era solo cinema è già oggi diventato un settore ben più ampio, di dimensioni economiche decisamente più rilevanti, e foriero inoltre di sempre nuovi utilizzi che coinvolgono ambiti legati, tra l'altro, alla tecnologia digitale e all'informatica.

Lo sviluppo esponenziale di questo settore e la sua evoluzione in ambiti tradizionalmente a lui estranei (come il cavo telefonico, o la distribuzione discografica, che in questo anni va scoprendo il video) rendono ingenuo ogni tentativo serio di affrettare stime credibili ed onnicomprensive su quello che il mercato audiovisivo produrrà nei prossimi anni, risultando troppe le incognite legate a questo settore che -inteso in senso lato- è indubbiamente fra i più promettenti dei prossimi anni.

Una strada che potrebbe percorrersi per descrivere le potenzialità del settore audiovisivo è quella di limitare le stime a ciò che è già consolidato nel mercato, nella consapevolezza che i prossimi anni produrranno comunque nuovi prodotti, nuove domande e nuovi mercati.

In questo senso, mentre la spesa per l'audiovisivo in Italia, così come oggi la conosciamo, è, insieme al Portogallo e alla Grecia, fra le più basse in Europa e ben inferiore alla spesa procapite in paesi come la Francia, la Gran Bretagna e la Germania, tutto lascia supporre -ed i trend internazionali lo dimostrano- che i consumi televisivi e audiovisivi tendano a convergere verso modelli di consumo conforme a livello europeo ed internazionale, via via che l'offerta trova la sua appropriata configurazione rispetto a stili di consumo più assestati. In questa prospettiva è indubbio che in Italia nei prossimi anni la spesa procapite debba aumentare, soprattutto nel mercato dell'home video e dei nuovi prodotti (come la pay tv e i prodotti interattivi) (tab. 2).

Quindi, per quanto riguarda l'audiovisivo, l'affluenza nelle sale cinematografiche, che come si è visto ha prodotto quasi 800 miliardi di incassi nel '95, non è quindi che una piccola porzione di introiti che l'industria audiovisiva determina, non contemplando i passaggi televisivi, l'indotto pubblicitario, il mercato dell'homevideo e gli altri numerosi utilizzi in cui il materiale filmico può sempre più essere impiegato. Inoltre il fenomeno dell'affluenza nelle sale tenderà comunque ad essere sempre più affiancato da altri consumi di audiovisivo, come il noleggio ed acquisto di video, la pay tv e i prodotti interattivi, così come sta già avvenendo in modo significativo nei paesi dove la spesa procapite per l'audiovisivo è più pronunciata (tab. 3).

Dal canto loro gli ingressi a concerti o spettacoli affini, che hanno determinato nel '95 incassi pari a 150 miliardi di lire, non tengono conto del mercato discografico e in generale della vendita di prodotti audio, che in Italia nel '94 è corrisposta ad oltre 15.500 lire procapite.

Gli introiti delle discoteche, dal canto loro, con i loro 1.025 miliardi di lire in ingressi nel '95 sui dati complessivi (discoteca e ballo) dimostrano di essere nell'*entertainment* la voce di spesa del pubblico più alta, che raggiunge nello stesso anno una spesa procapite di quasi 18.000, contro le 14.000 del cinema, le 12.000 per lo sport in generale e le 7.500 per il solo calcio.

E, a conferma di quanto già detto, se complessivamente la spesa per la cultura delle famiglie italiane va aumentando nonostante la congiuntura economica sfavorevole, questo aumento non è dovuto alla spesa per libri e giornali, né alla spesa per l'istruzione, ma unicamente alla spesa per spettacoli ed altri servizi "ricreativi" (tab. 4), che producono da un lato una modificazione degli assetti produttivi ed occupazionali, e dall'altro una modificazione dell'idea stessa di industria e di cultura.

Mentre infatti nel corso di questo secolo, in Italia come in tutti i paesi sviluppati, l'occupazione nei settori produttivi si è andata drasticamente spostando dall'agricoltura al terziario, nell'era dell'*information society* la distinzione stessa fra "bene" e "servizio" si va assottigliando, al punto che il prodotto dell'industria, da *pesante* (il profilato d'acciaio) si fa *leggero* e impalpabile (il software), mentre i servizi, attraverso la loro sempre maggiore pervasività e grazie alla capacità dimostrata dalla tecnologia di risolvere i problemi dell'industria, guadagnano centralità e diventano il *core business* e la parte essenziale di tutti i processi economici.

E via via che la tecnologia risolve i problemi concreti, le frontiere dello sviluppo economico ed occupazionale coincidono con le compagini più qualificate del mondo del lavoro: riguardano gli aspetti ideativi e progettuali, interessano quelle zone di confine, quelle sacche, quelle terre di mezzo fra un'industria e l'altra, fra un servizio e l'altro, in grado di generare lo stimolo per i nuovi passi di una nuova industria leggera ad alto contenuto professionale e tecnologico, capace, in pochi anni, di imporsi nel mercato.

Una conferma di questo trend ci arriva dagli Stati Uniti: la creazione di posti di lavoro negli USA negli ultimi cinque anni annovera fra i 20 migliori settori la voce "recreation" la voce "software" e la voce "produzione cinematografica", mentre gran parte dell'industria pesante (compresa la produzione di hardware) rientra fra i peggiori 20 settori produttivi (tab. 5). L'imminente arrivo delle TV via cavo in Italia ed il diffondersi della TV satellite non potranno che fare confluire ancora una volta il nostro scenario lavoristico-occupazionale verso quello statunitense. E in questa logica non è strano che i *knowledge workers* americani -professionisti, tecnici, scienziati, ricercatori- prediligano la produzione cinematografica, la produzione di software, la TV via cavo e la Pay-TV.

Anche in Italia, sebbene il fenomeno non sia ancora stato sufficientemente monitorato, l'industria dell'entertainment fornisce ottimi esempi di come un tipo di produzione ad alta concentrazione tecnologica ed ideazionale (come la produzione di software) possa incrementarsi, passando da un campo circoscritto (come ad esempio la produzione di videogiochi) ad un ambito i cui confini sono difficili da immaginare (come i cd-rom e l'editoria multimediale, i programmi di simulazione per aziende ed enti di formazione, o, col digitale, la produzione filmica ed audiovisiva vera e propria). Oggi, nelle aree più avanzate del pianeta (Usa, Europa, Giappone), si possono già contare quasi 13 milioni di addetti nel settore dei servizi multimediali che comprendono: editoria ed audiovisivi, servizi informatici e hardware,

telecomunicazioni e TV cavo e satellitare. Il volume globale di fatturato si aggirerebbe intorno ai 1.400 miliardi di dollari (tab. 6).

Il lavoro così, in Italia e altrove, se da un lato subisce gli effetti di spiazzamento delle nuove tecnologie all'interno dei settori industriali tradizionali, produce dall'altro sempre più aspettative nel campo dei servizi legati alla diffusione delle nuove tecnologie e specialmente nei settori dell'industria dell'entertainment che coniugando meglio creatività e tecnologia possono scoprire o inventare nuovi ambiti produttivi. Essi, iscrivendosi all'interno del crescente tempo libero del pubblico, possono assolvere alle esigenze, oltre che di svago, di apprendimento, di studio e di fruizione culturale nel senso più ampio.

Tab. 1 - Alcuni dati economici del sistema audiovisivo italiano nel 1992/94

	Miliardi di lire '92	Miliardi di lire '94
Introiti canone Rai	2.044	2.232
Investimenti totali pubblicità televisiva	5.081	4.788
Investimenti totali pubblicità cinema	26	25
Spesa pubblico cinematografico (box office)	663	816
Spesa finale acquisto videocassette (*)	800	850
Investimenti pubblici nell'industria cinematografica	170	160
Importazione film e programmi TV	600	500
Esportazione film e programmi TV	200	150
Investimenti nella produzione cinematografica	382 (**)	249 (**)
Investimenti nella produzione di fiction TV	300	250

(*) Solo per quanto riguarda i titoli distribuiti dalle imprese associate Univideo

(**) Per il '92, 127 film; per il '94, 95 film.

Fonte: Ufficio documentazione e studi Anica

Tab. 2 - Spesa media procapite per consumi audiovisivi in alcuni paesi europei nel 1994 (in dollari)

	Cinema	Noleggio video	Acquisti video	Pay tv	Prodotti interattivi	Totale
Regno Unito	11,02	11,77	18,76	15,77	4,23	61,55
Francia	13,85	3,58	16,28	25,03	4,21	62,95
Germania	12,96	7,60	10,03	4,29	3,81	38,69
Italia	8,94	2,94	6,00	2,94	1,30	22,12

Fonte: elaborazione Censis su dati Screen Digest 1996

Tab. 3 - Spesa media procapite per consumi audiovisivi in alcuni paesi europei nel 1994 (val %)

	Cinema	Noleggio video	Acquisti video	Pay tv	Prodotti interattivi	Totale
Regno Unito	17,9	19,1	30,5	25,6	6,9	100,0
Francia	22,0	5,7	25,9	39,8	6,7	100,0
Germania	33,5	19,6	25,9	11,1	9,8	100,0
Italia	40,4	13,3	27,1	13,3	5,8	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Screen Digest 1996

Tab. 4 - Spesa delle famiglie italiane per la cultura sul totale dei consumi non alimentari, 1991 e 1994 (% e v.a.)

Voci di spesa	% sul totale consumi non alimentari	
	1991	1994
Libri, giornali, periodici	2,0	1,9
Istruzione	1,0	0,9
Spettacoli e altri servizi ricreativi	3,0	3,2
Totale	5,9	6,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, 1995

**Tab. 5 - La creazione di lavoro negli USA fra il 1990 e il 1995:
alcuni fra i primi 20 settori produttivi (v.a.)**

Settori	Posti di lavoro creati (000)
"Recreation" (palestre, locali, ecc.)	344
Computer software	255
Produzione cinematografica	127

Fonte: elaborazione Censis su dati Fortune, 1995

Tab. 6 - Il fatturato e l'occupazione nel Multimediale (Md di \$ e v.a. in migliaia)

Paesi	Fatturato 1994 (MD di \$)				Occupazione 1994 nel Multimediale (v.a. in migliaia)
	Editoria e audiovisivi	Informatica	Tlc, Tv cavo e Tv sat.	Totale fatturato	Totale
Stati Uniti	255	151	160	566	4.620
Europa	178	134	158	470	4.050
Giappone	254	50	79	383	4.160
Totale	687	335	397	1.419	12.830

Fonte: elaborazioni Censis su dati OCSE

2. VALUTAZIONI DI INDOTTO ECONOMICO

Quello che è andato emergendo nel corso di questo lavoro è che lo spettacolo, se da un lato risulta un ambito di attività economica che molto meglio di altri resiste alla crisi e al cambiamento degli scenari generati dalla tecnologia nel lavoro e nei sistemi di produzione, si dimostra dall'altro, alla luce di semplici contestualizzazioni e letture di medio raggio della società italiana, un fenomeno alquanto sottodimensionato e perlopiù "sommerso", molto più imponente di quanto non ci dicano i dati ufficiali.

Occorre altresì aggiungere a questo scenario un altro importante fattore, che rende questo ambito particolarmente promettente dal punto di vista dello stimolo del lavoro e della microimprenditorialità: *la capacità, intrinseca all'ambito dello spettacolo e dello sport, di generare e promuovere un forte indotto economico, di attività collaterali, aggiuntive e ausiliarie.*

Questa capacità, che si espleta soprattutto in servizi logistici e nel turismo, produce soprattutto l'incremento di domanda generalizzata, di nuove nicchie di mercato (soprattutto turistico) esclusivamente o quasi prodotte dall'allestimento di uno o di una serie di eventi legati appunto alle attività di spettacolo.

Come gli operatori turistici sanno bene infatti, anche la località turistica più consolidata (si pensi a quelle costiere e balneari) ha la necessità di coniugare le proprie attrattive con un'attività stagionale che rientra esattamente nello spettacolo (cinema, musica, teatro e danza), o in attività sportive o ricreative (discoteche o simili).

Inoltre, tutta una serie di servizi (trasporti, strutture alberghiere, ristoranti) beneficiano direttamente di queste attività, che sono quindi in grado di innescare vere e proprie strategie di rilancio in ampie aree del nostro paese che per quanto pregevoli resterebbero invece ai margini dei percorsi turistici e delle attività legate al tempo libero.

Un altro fattore importante, ed è questa una caratteristica propria a tutti i consumi immateriali della cultura e della comunicazione, è che, tecnicamente parlando, *il consumo di spettacolo e cultura, più che soddisfare un bisogno, ne produce di nuovi.* Chi va al cinema, lo si è visto parlando dei consumi

culturali dei giovani, tende a leggere libri, a frequentare musei e teatri molto più di coloro che hanno scarsi consumi di fiction.

Il consumo culturale sembra quindi soddisfare un bisogno ed elicitare contemporaneamente nuovi bisogni di consumo culturale. Anche le attività legate alla socialità (come l'andare in discoteca, o l'assistere a partite di calcio) sono soggette a questa regola. Né può tralasciarsi di menzionare l'apertura che il loisir fa all'elettronica, attraverso i videogiochi e quindi alla produzione di software, come un nuovo campo sterminato che come si è visto lascia prevedere interessanti serbatoi occupazionali e palestre per nuove professionalità.

In definitiva entrambe queste considerazioni, la capacità di creare indotto e la sostanziale non competitività reciproca delle attività della cultura e dello spettacolo, lasciano pensare a percorsi di valorizzazione ed eventualmente di intervento che non sono stati per nulla praticati nel nostro paese, perlopiù ancora vittima di un pregiudizio in cui l'*intrattenimento* continua ad essere concepito in una veste effimera che non è tutto sommato in grado di produrre stabilità economica ed occupazionale.

Mentre al contrario -come si è visto- i numeri parlano ormai chiaro; e mentre parlerebbero ancora più chiaro se fosse accessibile il sommerso delle attività di sport e di spettacolo (e si pensi ad esempio al settore pubblicitario o allo sport attivo come macroambiti scarsamente monitorati), occorrerebbe allo stesso tempo aprire un seria riflessione a livello socioeconomico per spiegare i meccanismi di sinergia socioeconomica ed occupazionale fra le attività di sport, cultura e spettacolo ed altri aspetti del terziario.