
Cinema: I tentacoli della medusa

Autore: Paolo Crepaz

Fonte: Città Nuova

Perché due film su tre prodotti in Italia non arrivano nelle sale? Perché a condizionare l'esito commerciale di un film non è il mercato, né il gradimento del pubblico, né la qualità di un film, ma la sua distribuzione. In Italia operano una trentina di società, ma in realtà Medusa, Warner Bros e Uip controllano oltre il 50 per cento del mercato. Sparita la Cecchi Gori, si va verso l'oligopolio, per non parlare di un vero predominio da parte di Medusa (20 per cento), la controllata di Mediaset. La situazione non riguarda solo la distribuzione: lo stesso circuito di aziende produce e distribuisce i film, ma è anche proprietario delle sale in cui viene proiettato. Una situazione simile a quella americana degli anni Quaranta, che ha richiesto una legge antimonopolio. Se aggiungiamo che le distribuzioni straniere (Usa anzitutto) impongono spesso agli esercizi cinematografici un pacchetto (un film di cassetta, e due minori praticamente in omaggio, ma con vincolo di proiezione) che occupa ogni spazio della programmazione, per le nostre produzioni le speranze sono ben poche. Un giorno o due, giusto per saggiare il giudizio del pubblico, ed il film finisce nel cassetto. Nonostante i finanziamenti messi a disposizione dal ministero dei Beni culturali per la promozione del cinema italiano.

Giornalismo: L'articolo? Lo scrive il computer. È ancora un prototipo sperimentale, ma è a disposizione di tutti online (www.cs.columbia.edu/nlp/newsblaster) il programma, messo a punto dal dipartimento di informatica della facoltà di ingegneria e scienze applicate della Columbia University, in grado di redigere un articolo su qualunque argomento. Come? Dopo aver passato da solo in rassegna, scelto e sintetizzato le notizie online pubblicate da tredici fonti diverse, Newsblaster, usando un algoritmo di elaborazione del linguaggio naturale, interpreta i fatti, tenendo conto di fattori come il luogo in cui è accaduto un evento o la rilevanza di certi particolari per poi stendere il pezzo. Dimenticavamo: vengono scelte per voi anche le foto più adatte. Per fortuna il sistema ha già mostrato i suoi primi difetti: tratta ogni fonte allo stesso modo, denunciando capacità critica nulla, e dimostra impaccio di fronte a notizie contraddittorie (20 dispersi o 50?). Kapu'scin'ski affermava: "Nel nuovo contesto dell'informazione prevalgono gli operatori preoccupati più di scovare una presa per la spina che non di decifrare il senso e la sostanza degli avvenimenti". E-mail: C'è posta per te, ma è spazzatura. In gergo si chiama spam, dal nome di una nota carne in scatola in gelatina, una poltiglia capace di imbrattare ogni cosa. È la posta spazzatura, ovvero l'insieme disomogeneo della pubblicità via email che sta invadendo il pianeta.pianeta. Un messaggio su sette che riceviamo è una réclame promozionale a tal punto da creare un danno economico pari a circa 10 miliardi di euro all'anno. Persino gli Usa, che sulle vicende internettiane promuovono l'autoregolamentazione, hanno cominciato a varare norme antispam. La Commissione europea punta su una legislazione che renda illegali i messaggi elettronici promozionali non richiesti inviati sia ai computer che ai cellulari. La réclame digitale si è quintuplicata dopo l'11 settembre a motivo dell'allarme della posta all'antrace che ha fatto crollare l'interesse per la pubblicità cartacea, anche a motivo dei bassi costi per inviare contemporaneamente nel mondo migliaia di email. Dove hanno trovato il vostro indirizzo? Semplice: basta che esso sia apparso anche una sola volta in un gruppo di discussione in Internet o in una pagina web. Dei software, ossia dei programmi specializzati, l'hanno incamerato ad uso degli spammer. La posta elettronica sancisce la straordinaria possibilità di inviare messaggi a chiunque, ma non impedisce che chiunque li possa mandare a voi. a cura di Paolo Crepaz netone@flars.net