



Il miracolo Pixar a Venezia

Venezia 2009: sui giornali si è parlato molto di *Baaria*, il film di Tornatore, si è tornati per l'ennesima volta sulla eterna questione della «crisi» del cinema italiano, che nonostante la presenza massiccia non ha avuto nessun premio importante, si è parlato di George Clooney e della Canalis, delle proteste contro i tagli al Fus, del '68 e di Berlusconi. Tutto come da copione. Ma il vero capolavoro c'è stato e un vero evento si è realizzato: il capolavoro si chiama *Up* e l'evento è stata la presenza di cinque uomini d'oro, che insieme fanno la bella cifretta di una decina di miliardi di dollari di incassi nelle sale nell'ultima dozzina d'anni, i cinque geni che sono all'origine di film poetici e divertenti, semplici e profondi, che piacciono ai bambini e agli adulti: *Toy Story*, *Toy Story 2*, *A Bug's Life*, *Monsters & Co.*, *Alla ricerca di Nemo*, *Gli incredibili*, *Cars*, *Ratatouille* e *Wall-E*. Stiamo parlando dei cinque «ragazzi» della Pixar, la società che era nata vent'anni fa come azienda produttrice di software e ha scoperto un'anima poetica e narrativa, che l'ha portata in pochi anni a travolgere tutte le barriere di mercato e tutti i record. Questi cinque giovani sono ora a capo di un'azienda che si è fusa con la Disney, e il loro capo, John Lasseter è ora il capo stesso di Disney Animation, che riporta direttamente al Ceo di tutta la Disney Company, Bob Iger. Una bella rivincita per uno che dalla Disney era stato mandato via senza troppi complimenti all'inizio degli anni '80... e che ora – con 52 anni, una sola moglie e cinque figli, con l'aria da eterno compagno che si vuole divertire e

che è certamente più a suo agio con le camicie hawaiane e i pantaloni corti piuttosto che con lo smoking che ha diligentemente indossato per ricevere il Leone d'oro alla carriera – non solo siede su una montagna di soldi, ma soprattutto ha l'aria di divertirsi un mondo nel continuare a costruire le favole che incantano le platee di tutto il pianeta. Con lui erano presenti Andrew Stanton (*Nemo* e *Wall-e*), Brad Bird (*Gli incredibili* e *Ratatouille*), Pete Docter (*Monsters & Co.* e *Up*) e Lee Unkrich (co-regista di *Toy Story 2* e regista del prossimo *Toy Story 3*).

La lezione dei golden men

I cinque della Pixar, il giorno dopo aver ricevuto il Leone d'oro alla carriera hanno – per la prima volta nella loro storia – tenuto una lezione sul loro modo di fare cinema. Una lezione da imparare a memoria, dalla prima parola all'ultima, perché la Pixar ha una storia incredibile e sembra il frutto di una serie di miracoli. Anzitutto è una compagnia *film-makers driven*, guidata dagli artisti: chi conosce la storia di Hollywood sa che uno delle grandi costanti di questo mondo complesso e competitivo è l'eterno conflitto fra i creativi, i *talents* (sceneggiatori, attori e registi) da una parte e gli uomini di marketing e di finanza, gli *executives* dall'altra. Sa che il sogno di tutti i grandi registi, i grandi uomini di cinema è stato quello di costruire delle società che fossero guidate da *talents*, in cui le esigenze artistiche, e non l'avidità econo-

mica, i freddi numeri, la ricerca del cliché che sembra garantire i sicuri rientri al botteghino, fossero al primo posto; sa che ben pochi ci sono riusciti: Frank Capra per qualche anno con la sua Liberty Films, Steven Spielberg con la Amblin e poi la Dreamworks (che però è stata più volte sull'orlo del fallimento e oggi deve ricorrere a finanziamenti indiani per poter andare avanti)... La Pixar è una società in cui a comandare sono i creativi, eppure è una società enormemente profittevole. È una azienda in cui le esigenze artistiche sono al primo posto (*quality is the business plan* è la parola d'ordine di Lasseter), e questa cura straordinaria, questo amore per delle storie sviluppate e pensate fin nei dettagli, per una realizzazione grafica e audiovisiva sempre originale e sorprendente, questa indipendenza mentale e questo sottrarsi ai luoghi comuni del *politically correct* imperante, sono all'origine stessa del suo enorme successo. Quando Lasseter e i suoi hanno iniziato a fare animazione, le regole dei film Disney sembravano immutabili: le canzoni, l'antagonista cattivo, il momento in cui il protagonista dichiara il suo sogno (il *want moment*), la storia d'amore, la piccola comunità felice... Con *Toy Story* la Pixar ha detto no a tutte queste regole in un colpo solo. E da lì è iniziata una storia di realizzazioni e innovazioni prima considerate «impossibili», ma sempre di enorme successo.

Come quella di avere per protagonista di un cartone animato un vecchio pensionato, acido e un po' bizzoso: è il caso di *Up*, il cartone che in Italia esce nelle sale il 15 ot-



tobre e che è stato presentato a Venezia...

Up è un altro episodio della storia di divertimento e poesia della Pixar, e in particolare di Pete Docter, ragazzone allampanato dall'aria buona che non teme di dire che si è ispirato anche, in parte, a suo nonno, così come Stanton nel pensare alla prima idea di *Nemo* vi aveva trasposto alcuni aspetti del rapporto con il proprio figlioletto.

Ancora una volta l'uscita americana del film era accompagnata da una certa perplessità: come potrà andar bene un cartone animato che ha per protagonisti un vecchietto bizzoso e un boy scout cicciotello e saccente? Vedere per credere. *Up* abbatte ancora una volta tanti schemi e ha dei momenti di straordinaria poesia. Uno su tutti, quei quattro-cinque minuti che nella prima parte del film riassumono la storia di Carl Fredricksen da quando, ragazzino, conosce la simpatica vicina di casa Ellie, a quando la sposa, si accorge che non riescono ad avere figli, invecchiano dolcemente insieme fino all'anzianità di entrambi e alla morte di lei proprio quando stavano per iniziare il loro viaggio in Sud America sognato da sempre. Una sequenza di dolce e toccante, che ha strappato applausi a scena aperta al pubblico veneziano, di solito abituato a ben altri colpi allo stomaco.

La storia è, come sempre, divertente e piena di gag e di sorprese, ma stavolta è proprio il tocco di poesia che lascia a bocca aperta. Ci sono delle invenzioni visive che ricordano Magritte, ma tutto è pensato non per un'astratta perfezione visiva, ma per far passare i significati e le emozioni della storia. Docter nella sua parte di lezione ha illustrato come tutti gli oggetti sono stati pensati per trasmettere i significati del film: la casa di Carl, che spiccherà il volo trainata da centinaia di palloncini, ha le caratteristiche intime e «piccole» di

I vincitori del Leone d'oro

«Abbiamo premiato Levanon per la qualità artistica e non per il suo contenuto politico»; con questa dichiarazione assai bizzarra il presidente della giuria Ang Lee ha commentato l'assegnazione del Leone d'Oro al film del regista israeliano Samuel Maoz, un'ardita operazione (il film, salvo poche immagini, si svolge tutto all'interno di un carro armato, dove sono bloccati quattro soldati israeliani in missione in Libano) che invece proprio con il suo messaggio pacifista ha messo il cuore in pace ai membri della giuria, spiazzando la concorrenza di altri favoriti nessuno dei quali, manco a dirlo, era italiano. Sbrigata la pratica del politically correct (questo a prescindere, naturalmente, dall'oggettivo merito del film), la giuria si è così sentita libera di assegnare la Coppa Volpi a Colin Firth, gay in lutto nella laccata opera prima dell'ex designer Tom Ford, mentre Ksenia Rappoport si porta a casa il premio per l'interpretazione femminile per un ruolo che ricorda, ma con minor convinzione, quello de La sconosciuta. Todd Solondz, che torna con Life during Wartime, a cast quasi completamente rimpiazzato, sui luoghi e i personaggi di Happiness, si porta a casa solo il premio della sceneggiatura. Eppure in un festival in cui il Leone più pesante è forse quello attribuito «alla carriera» al team Pixar, vien da pensare che il grande pubblico potrebbe apprezzare di più la commedia etnico-culinaria di Faith Akim (abituato a toni ben più drammatici come quello del suo precedente La sposa turca), un guizzo di positiva umanità di quelli che purtroppo raramente scaldano il cuore dei grandi festival...

Da segnalare l'assegnazione, per la prima volta quest'anno, del Premio Gianni Astrei «a favore della vita» che è andato a Lo spazio bianco di Francesca Comencini, un film che, si legge nella motivazione, «forse anche al di là delle stesse intenzioni della regista, dimostra l'incontenibile forza della vita! Una vita che, anche se "imperfetta" riesce a riempire il vuoto di un'esistenza».

L.C.R.

una casa di bambola, perché deve veicolare intimità, affetto, dolcezza. Tutti gli oggetti che riguardano Carl hanno linee squadrate e rigide, perché devono dare il senso della sua chiusura in sé stesso, mentre quelli che riguardano Ellie (la sua poltrona ormai vuota, il suo ritratto alla parete della loro casa) hanno linee curve, sono morbidi, dolci come lei.

La casa vola via e porterà Carl e l'imprevisto boy scout in un viaggio avventuroso nell'America del Sud, alle Paradise Falls tanto sognate... Ma nel viaggio il «sogno» dell'ex-piccolo esploratore ormai

anziano, e anche il suo attaccamento alla casa e alle memorie della moglie subiranno una dura prova, che lo porterà a tornare ad aprirsi agli altri, ad amare in un modo nuovo e non più soltanto legato al passato. E qui ancora una volta la Pixar riesce a fare (cosa di cui Lasseter & Co. non si vantano mai, dicendo piuttosto che il loro obiettivo è semplicemente quello di intrattenere) un film molto profondo, che non ha paura di raccontare che nonostante il fallimento dei sogni di bambino del protagonista, e di tanti altri suoi legittimi desideri, è possibile tornare a una



vita migliore attraverso la generosità e la bontà. Ancora una volta la Pixar supera in un colpo solo il *politically correct* di tanto cinema di successo da una parte e le amarezze e il cinismo del cinema d'autore dall'altra, che magari critica i modelli imperanti, ma senza dare soluzioni.

Up ha ampiamente meritato le centinaia di milioni di dollari che ha incassato in tutto il mondo e siamo sicuri che se oggi verrà considerato solo un prodotto di successo, fra qualche decennio ci si renderà conto della sua profondità, di tutta la sua bellezza e avrà un posto nelle storie del cinema.

Il segreto del successo

Ma come fa la Pixar a ottenere così tanti successi, uno dietro l'altro? Uno degli elementi centrali della loro «formula magica» sembra, per loro dichiarazione e per riconoscimento esplicito di chi ha lavorato con loro, la capacità di lavorare in team in una modalità che non blocca la creatività intellettuale, ma aiuta a mettere le proprie idee al servizio di tutti e dell'opera che si deve realizzare. Credo che la Pixar sia un caso straordinariamente interessante anche nell'ambito dell'organizzazione del lavoro, ancora più straordinario perché ha a che fare con il lavoro creativo, che per definizione sembra rifiutare di essere organizzato.

Se si va a vedere i primi film della Pixar, i loro soggetti e poi le sceneggiature sono firmati anche da quattro o cinque persone, e a volte ci sono autori accreditati per «*additional story material*», arrivando anche fino a quindici e più nomi diversi. Ormai si è stabilita una modalità di lavoro per cui ognuno degli autori principali, ogni tre-quattro mesi deve illustrare a tutti gli altri il progresso di quello che sta facendo, ricevendo suggerimenti e critiche. E con una certa frequenza si organizzano incontri di verifica anche con persone

esterne all'azienda: per verificare la loro reazione alle idee che vengono presentate e per ricevere critiche, proposte, suggerimenti. E la regola è chiara: si prende l'idea migliore, non importa da chi provenga. Nella sua lezione a Venezia, Lasseter ha ricordato che hanno iniziato a fare film cercando di fare quelli che sarebbe piaciuto vedere innanzitutto a loro. «Tutti abbiamo figli, tutti andiamo al cinema e volevamo fare quel tipo di film che ciascuno di noi si aspetta di vedere».

Raccontare una buona storia

Tutti sono stati concordi nel sottolineare l'importanza assolutamente fondamentale di avere una buona storia. Per Lasseter tutto si riduce a «*telling a great story*», raccontare una grande storia. Tutto il resto viene al servizio di questa dimensione centrale. Per questo la Pixar dedica moltissimo tempo e attenzione ed energie allo sviluppo delle proprie storie, cercando quel tipo di collaborazione onesta e disinteressata (siamo un «*collective brain trust*») di tutti per mettere a punto mondi di fantasia che possano davvero coinvolgere nel profondo lo spettatore, sorprenderlo, stupirlo, ma anche dirgli qualcosa di umanamente coinvolgente e significativo. Questo investimento di tempo, energia e intelligenze sulla prima fase creativa è proprio a nostro parere la questione centrale anche per il cinema italiano (anche i cartoni animati: si pensi alla debolezza narrativa e di scrittura del film delle *Winx*), che è debolissimo proprio in questa prima fase, cruciale, che deve reggere poi tutto il resto.

In questo senso è vero che i film della Pixar hanno un regista e quindi un principale responsabile, ma sono davvero un lavoro di tutti e diventano almeno in parte un'opera comune. Da qui anche la capacità di innovare i generi e il tipo di personaggi: *Ratatouille* e *Wall-*

E, Gli incredibili e *Up* parlano di mondi diversissimi e personaggi del tutto originali; questi film hanno anche uno stile visivo profondamente originale (la lezione di Brad Bird ha illustrato le scelte e anche le modalità di lavoro che hanno seguito per raggiungere questi risultati). L'idea di fondo è stata riassunta da Stanton in modo molto semplice: per noi la animazione è una tecnica, non un genere narrativo. Non ci siamo messi limiti. *Dare to be stupid*: non aver paura di essere stupido, non aver paura di riconoscere gli errori e di correggerli, e quanto prima trovi un errore, meglio. Vuol dire che stai migliorando, che stai imparando. Lezioni di questo tipo sarebbero da scolpire sulla pietra per i nostri creativi (sceneggiatori e registi), abbarbicati alla loro prima idea, pronti a rizzare gli aculei di fronte a ogni anche timida critica e anche per i nostri produttori, che non investono sulla fase di sviluppo delle storie, che pensano che un film possa scriverlo chiunque, che basti qualche formuletta per attrarre il pubblico nelle sale o viceversa che il lavoro autoriale del regista sia sacro e quindi non gli si possa chiedere di rimettere mano alla sua sceneggiatura.

Siamo una sorta di scuola di cinema, ma senza insegnanti, affermava Stanton, e non ci sono lotte di potere fra di noi... Un miracolo, effettivamente, e speriamo che duri. «Ma questo è il Paese delle favole», è l'obiezione (diceva sempre Stanton) che mi sento fare quando descrivo la Pixar. «*Yes, it is Fairyland*», è la sua risposta, messa anche per iscritto in una slide che concludeva la sua descrizione dell'azienda. E anche se la favola non dovesse durare per sempre – ma glielo auguriamo, glielo auguriamo – quello che gli uomini Pixar hanno fatto finora assicura a Lasseter e ai suoi un posto di primissimo piano, e non solo nella storia del cinema. Lunga vita a questa *Fairyland*.

Armando Fumagalli

