

MARCHE LANDSCAPE CINEFUND UNDER35

Bando di sostegno alla produzione di cortometraggi realizzati da registi under 35

LINEE GUIDA

La Convenzione europea per il paesaggio, ratificata dallo Stato italiano con L. 14/2006, aggiunge, al tradizionale compito attribuito al soggetto pubblico di pianificazione e tutela del paesaggio, un'ulteriore dimensione ovvero quella della **"Gestione dei paesaggi"**. Con la dizione "Gestione dei paesaggi" la Convenzione indica **"le azioni volte, in una prospettiva di sviluppo sostenibile, a garantire il governo del paesaggio al fine di orientare e di armonizzare le sue trasformazioni provocate dai processi di sviluppo sociali, economici ed ambientali"**.

Lo stesso D.Lgs 42/2004 ss.mm. (comunemente noto come "Codice del Paesaggio") nell'imporre alle Regioni di redigere o adeguare il loro strumento di governo del paesaggio (Piano paesaggistico), **pone grande attenzione al tema della valorizzazione**. All'art. 6, dove viene trattato in generale il tema della valorizzazione del patrimonio culturale, viene altresì specificato che "in riferimento al paesaggio, la valorizzazione comprende altresì la riqualificazione degli immobili e delle aree sottoposti a tutela compromessi o degradati, ovvero **la realizzazione di nuovi valori paesaggistici coerenti ed integrati**".

Ora è sempre più evidente – nelle concrete esperienze di gestione come nella riflessione culturale sul tema – che **tutela e valorizzazione sono strumenti strettamente intrecciati**.

Ad esempio, la Convenzione Europea per il Paesaggio e la sensibilità diffusa hanno allargato l'attenzione ad una serie di paesaggi definibili per brevità "ordinari" in cui le semplici politiche di tutela si dimostrano insufficienti o difficilmente applicabili. **Per ottenere migliori paesaggi ordinari è così necessario immaginare politiche proattive e innovative capaci di incidere anche sulle condizioni che permettono di avere buoni paesaggi. Per esempio il radicamento nell'immaginario collettivo, inteso come preconditione per il riconoscimento e la cura di specifici paesaggi, o la disponibilità di occasioni di lavoro per segmenti di popolazione giovane e qualificata vista come condizione per la presenza sui luoghi di comunità vitali, non eccessivamente indebolite o invecchiate, capaci di mantenersi e mantenere il paesaggio.**

In questa logica può essere letta la revisione del PPAR delle Marche, in seguito alle prescrizioni del D. Lgs. 42/2004 e ss. mm. ii. che individua una serie di azioni concrete, da affiancare alle politiche di tutela e da raccogliere in **un'Agenda Strategica per il Paesaggio**, sia censendo la progettualità locale già avviata sia proponendo **azioni nuove**, che utilizzino per finalità paesaggistiche attività istituzionali opportunamente reindirizzate.

Dunque, sempre più la difesa e la conservazione e insieme la valorizzazione del territorio passano attraverso "l'assunzione in carico" e la presa di possesso che ogni cittadino, e i loro amministratori per loro, riescono a produrre nei confronti del loro stesso territorio. Diviene sempre più una questione di **"senso di appartenenza"** e d'**identità territoriale** acquisita o da definire. L'**immagine di sé stessi come cittadini, indissolubilmente legata al proprio territorio come provenienza, come habitat attuale e insieme destino futuro comune, prevede una messa a fuoco di questa stessa immagine esterna e del riflesso nella propria coscienza civile.**

Se, fino ad oggi, l'uso più ovvio del linguaggio audiovisivo nei confronti del territorio e dei suoi aspetti paesaggistici è stato quello di **funzione documentativa**, con esiti più o meno significativi ed efficaci, anche rapportati alle possibilità di circuitazione e fruizione del genere documentario in Italia, ora se si vuole puntare non tanto all'incremento di conoscenze ambientali quanto alla **definizione di una coscienza civile ambientale** che sempre più si connota in senso di *partecipazione emotiva totale*, all'interno di un universo che chiede accesso diretto ed *esperienziale*, **questo è eminentemente compito e valore specifico del linguaggio cinematografico**, il quale assai poco è stato usato in questo senso. Basti pensare al suo indiscusso appeal, la fascinazione profonda legata alla "narrazione", la possibilità di entrare nel tessuto visivo e tematico attraverso il filo delle storie raccontate, riuscendo ad animare personaggi e ancor più paesaggi ed ambientazioni, legando il fruitore all'emozione generata dalla narrazione e dall'interpretazione dei protagonisti.

Si pensi, buon ultimo, al film *Il giovane Favoloso* di Mario Martone su Giacomo Leopardi ed all'enorme successo che ha riscosso, proprio attraverso un'onda emotiva capace di ricongiungere generazioni diverse ad un personaggio tanto amato quanto poco (correttamente) conosciuto, ed ai luoghi e ai paesaggi – interiori quanto reali - della sua vita, a partire da Recanati.

Ora, il senso di questo progetto è proprio quello di un investimento diretto sul territorio perché, attraverso il mezzo filmico, da solo - e non per intervento descrittivo di una voce fuori campo – racconti se stesso e la sua forza e bellezza, da solo motivi nel cittadino/spettatore le ragioni etiche ma ancor più "sentimentali" del proprio diritto ad un necessario vincolo di tutela, conservazione e valorizzazione.

Da queste considerazioni ed opportunità nasce la collaborazione della Regione Marche con il **settore Marche Film Commission della Fondazione Marche Cultura**, al fine di progettare politiche innovative di valorizzazione del paesaggio attraverso lo **strumento della cinematografia**.

MARCHE LANDSCAPE CINEFUND inaugura in sostanza una forma di fondo finanziario del tutto innovativa, specificamente destinata alla valorizzazione delle zone d'interesse attraverso **forme di visibilità molto più vaste di quelle raggiunte dai consueti strumenti di promozione di natura audiovisiva** (es.: documentario istituzionale/ turistico/ambientale etc.).

Nel tempo l'implementazione di opere filmiche girate sul territorio d'interesse garantirà un progressivo *appeal* dei territori stessi – una sorta di valore aggiunto filmogenico - nei confronti delle produzioni cinematografiche e televisive.