

## **Cannes 2020: ti dico il regalo che non ti ho fatto**

di Chiara Fanetti

“La lista dei regali di Natale che non riceveremo”. È la definizione che meglio si addice alla selezione di Cannes 2020 secondo Peter Bradshaw, giornalista del Guardian: la selezione di un festival - possiamo dirlo, il più importante al mondo - che non avrà luogo. È stata comunicata ieri in serata, contiene 56 titoli, non ci sono suddivisioni tra sezioni ma i film riceveranno una label, un’etichetta, che li identifica come selezionati ufficialmente dal festival francese: quel logo con la famosa palma d’oro che appare prima dei trailer dei film proiettati sulla Croisette, per intenderci.

Cannes è stato parecchio criticato per la sua gestione della comunicazione nell’anno dei festival cancellati a causa del covid-19. Quando già molte manifestazioni annunciavano l’annullamento o lo spostamento delle date, Cannes faceva ancora orecchie da mercante, parlando prima di uno slittamento a luglio - rispetto al classico maggio – poi annunciando date di altri annunci, poi ancora promuovendo ipotetiche collaborazioni con Venezia smentite da quest’ultima. Una serie di passi falsi e tentennamenti interpretati come un eccesso di ego del suo delegato generale, Thierry Frémaux, che a detta di molti non voleva lasciare il campo ai concorrenti, su tutti certamente Venezia, Toronto e Locarno.

Con queste premesse l’etichetta Cannes sui film selezionati sembra più un marchio di proprietà, un simbolo che urla “l’ho trovato prima io!”, qualsiasi cosa accada nella vita di quei film, anche perché di fatto impedisce ai festival che propongono solo anteprime di mettere in programma questi titoli, blindandoli come “di Cannes”. Non si può negare che quella palma d’oro con la scritta “official selection” ha un peso. Non solo per le altre rassegne ma anche per il pubblico, per i distributori, per gli esercenti, e di conseguenza per autori, produttori, professionisti del settore. Quella palma stilizzata appiccicata su un film ci ricorda non solo che Cannes resta centrale anche quando non c’è, ma che il lavoro di programmazione e di curatela dei festival ha ancora uno scopo, un ruolo e sicuramente un grosso potere.

Nell’anno del dominio completo delle piattaforme streaming, velocizzato dalla pandemia, Cannes, dopo aver fatto la star capricciosa, non solo non ha accettato di cedere alla rete con un programma online o di cambiare posto in calendario: Cannes ha creato un evento nel non avere un evento. Tutti gli addetti ai lavori hanno controllato quali film sono stati selezionati e una parte di pubblico probabilmente andrà a vederli anche solo perché Cannes li avrebbe proiettati.

Sarà interessante capire però quanto questi film riusciranno ad emergere senza la gigantesca eco mediatica della stampa mondiale normalmente sul posto a seguire l’evento, soprattutto in un calendario di uscite che si prospetta ingolfato e che farà sicuramente qualche vittima nei prossimi mesi. Un’occasione per riflettere anche sul ruolo della critica e della stampa culturale, sempre più spinta ai margini dai grandi eventi – tra questi Cannes – che da anni si sono reinventati anche editori e giornalisti, con vere e proprie redazioni interne che ovviamente non hanno alcun interesse a criticare, analizzare o contestare scelte di programma o qualità dei film.

Chi lo sa che questo 2020 non serva davvero a ripensare ruoli, dinamiche e rapporti nell’industria culturale. Intanto di una cosa sono certa: se seguite il cinema, state già andando a controllare chi ha selezionato quest’anno Thierry Frémaux, per il programma di un festival che non c’è.