

Milano, 25 giugno 2012

FONDAZIONE MILANO
SCUOLA DI CINEMA E TELEVISIONE

LINEE DI INDIRIZZO DELLA DIREZIONE
DELLA SCUOLA DI CINEMA E TELEVISIONE
DEL CANDIDATO

ALESSANDRA ALESSANDRI

La priorità attuale per la Scuola di Cinema e Televisione di Milano dovrebbe essere a mio avviso quella di **rifocalizzare il suo ruolo e la sua mission rispetto a quattro assi: la sua identità di scuola civica, la vocazione del territorio in cui si situa, lo scenario attuale dei media, il reale bacino occupazionale in uscita.**

La prima azione richiesta dalla nuova Direzione non potrebbe che essere una **riflessione documentata** sul bilancio degli esiti ottenuti dalla Scuola in passato e sulle attese del mondo audiovisivo italiano e lombardo. Dati sulla ricaduta occupazionale a breve e a medio termine, sulla *customer satisfaction* degli allievi a 3 anni dal diploma, ricerche di valutazione della formazione, dati sulle attese della domanda occupazionale (in particolare sulla tipologia di ruoli maggiormente richiesti dalle imprese del territorio e sugli *skills gaps*) dovrebbero essere i primi elementi su cui poggiare una seria e attenta strategia per il futuro. L'ipotesi che formulo in questo step preliminare è basata quindi, ad oggi, sulle mie personali esperienze professionali: come titolare di una società di Consulenza strategica e Ricerca & Sviluppo per Editori Televisivi e Film Commission; come ex produttore e project manager in aziende leader televisive e new media; come autrice di censimenti di figure professionali audiovisive e di ricerche sull'occupazione e la formazione all'audiovisivo in Lombardia e in Piemonte; come progettista/ direttore/ responsabile del placement di una quindicina di corsi di Formazione professionale in Lombardia e in Emilia Romagna; come docente a contratto di materie audiovisive in tre Università italiane; come consulente di società di Recruiting ed Head hunter per i Media, e infine come organizzatrice di iniziative di *Match-making* tra domanda e offerta audiovisiva. Tali esperienze, e in particolare la direzione della ricerca "Tv job" per Regione Lombardia sulle tendenze del mercato e i relativi bisogni formativi, mi consentono di esaminare i quattro assi citati da un osservatorio privilegiato, che suggerisce la direzione di una **rifocalizzazione della Scuola, in particolare verso i territori televisivo e soprattutto multimediale.** Questo perché:

a) la vocazione territoriale prevalente dell'audiovisivo lombardo è quella dell'**audiovisivo di impresa e soprattutto dei nuovi media** (che, grazie a nuovi device e nuovi modelli di business sembrano poter assicurare una redditività che fino ad oggi è mancata), ambiti su cui un'accezione esaustiva ed innovativa di audiovisivo dovrebbe necessariamente focalizzarsi, anche tenuto conto di quanto la *digital literacy* sarà cruciale in futuro per qualunque figura professionale;

b) **nuove tipologie di committenti** (ad es. le Telco, gli editori nativi digitali, gli inserzionisti pubblicitari stessi che diventano editori di Branded Entertainment) e **nuove tipologie di generi audiovisivi** (ad es. il Factual e tutte le contaminazioni tra documentario, fiction e intrattenimento, Lunga Serialità, Formati Crossmedia brevi, Animazioni digitali e Videogiochi) impongono di ripensare la definizione stessa di prodotto audiovisivo: una definizione lontana dal Cortometraggio e dal Documentario classico di creazione, i più deboli in Italia per mancanza di distribuzione e redditività, e su cui viceversa è focalizzata gran parte dell'offerta didattica attuale della Scuola;

c) la natura di scuola civica impone di **non privilegiare necessariamente la formazione di figure professionali molto attrattive per l'utenza giovanile ma con scarsi sbocchi occupazionali** (quali ad esempio le figure di Regista e Autore/Sceneggiatore), come fanno le scuole private che massimizzano il profitto assecondando le richieste di giovani inconsapevoli; impone altresì di **includere oltre alla Formazione Iniziale anche quella Continua**, in modo che le Scuole Civiche diventino un **centro di attrazione del sapere audiovisivo a tutti i livelli** e a tutti gli stadi della professione;

d) le imprese non richiedono affatto "tutti i principali ruoli artistici e tecnici", come dichiarato programmaticamente dall'attuale indirizzo della scuola, ma, viceversa, **figure ibride che superino la tradizionale divisione tra figure artistiche e figure tecniche**, tra ruoli creativi e realizzativi, e che includano **saperi commerciali, di diritto, di marketing**, imponendo un **approccio didattico multidisciplinare**, l'unico adatto ad affrontare professionalmente l'Audiovisivo inteso anche come Prodotto di Impresa e non solo come Opera d'Autore, nella sua duplice dimensione industriale ed artigianale.

Questo lavoro di rifocalizzazione dovrebbe essere operato su un **duplice fronte: imprese e corsisti**.

Sul primo fronte, quello delle imprese, è necessario un dialogo stabile continuativo, non solo a valle, in fase di placement, ma anche a monte, fin dalla fase di progettazione formativa (come ho avuto personalmente occasione di fare in passato, progettando corsi professionali in Lombardia in collaborazione con associazioni di imprese e professionisti del settore), per **adeguare costantemente l'offerta didattica della Scuola sulla base delle esigenze concrete di assorbimento occupazionale**.

Sul secondo fronte è invece indispensabile erogare una costante **attività di Orientamento professionale** a corsisti potenziali e in corso, per dare una consapevolezza sull'ampia gamma di ruoli lavorativi e sulle competenze effettivamente ricercate che la formazione accademica certamente non offre, per far comprendere l'importanza di figure professionali apparentemente meno attrattive perché meno note, ma sicuramente dai maggiori sbocchi potenziali (quali ad es. Story editors e Rights managers); un'attività che includa un **servizio consulenziale su come ci si affaccia al mondo del lavoro** (anche tramite servizi di community on line che agevolino il networking tra corsisti, ex alumni e docenti).

Maggiore **Selettività** (in entrata e in itinere), **Metodologie didattiche attive ed esperienziali**, strategie di alternanza nella **programmazione** annuale/biennale **dei corsi**, costante **Aggiornamento** e **Internazionalizzazione** (anche tramite partnership con corsi di eccellenza quali quelli europei del Programma Media, oltre che con le scuole già aderenti al circuito Cilect) dovrebbero inoltre contraddistinguere un'offerta formativa di alto livello e realmente professionalizzante, che consenta di raggiungere l'obiettivo di una piena occupabilità coerente a 1 anno dalla conclusione degli studi, anziché di una occupabilità generica a 5 anni.