

Le regole del doppiaggio ideale

Mario Paolinelli

Traduttore / adattatore, Consigliere AIDAC, Roma

Doppiaggio, dubbing, doublage, doblaje...

Da qualche tempo questo aspetto della elaborazione delle opere audiovisive è centro di un interesse sempre maggiore; il dubbio è se ne stia celebrando il tramonto oppure la rinascita. Il fatto è che la circolazione delle opere audiovisive – di cui il doppiaggio è il principale veicolo – sta vivendo cambiamenti impressionanti, un "independence day" in cui realtà ed equilibri dati per scontati subiranno, anzi stanno già subendo, modificazioni radicali. Per dare un'idea di quello che si sta muovendo a livello planetario come spostamento degli assi economici dei grandi canali di comunicazione, ecco sinteticamente alcune notizie che ho raccolto:

Bertlesmann, grande editore tedesco della carta stampata, 7500 miliardi di lire di fatturato, si allea con Canal Plus, 3500 miliardi di lire (quanto Mediaset) per conquistare il mercato tedesco, ma quest'ultimo non gli apre le porte di quello francese. Allora Bertlesmann stringe un'alleanza parallela con la Clt, la compagnia televisiva lussemburghese, 4500 miliardi di fatturato. La Sony intanto ha investito 15 miliardi di dollari per un progetto di satellizzazione dell'intero pianeta... Potrei continuare con una lunga serie di fusioni, concentrazioni, scalate azionarie: una guerra, insomma, per stabilire quali saranno i futuri padroni della comunicazione sul pianeta.

Qualcuno si chiederà che cosa c'entra il doppiaggio con tutto questo. Ebbene: nel mondo ogni emittente televisiva trasmette fiction, mediamente, per il 28-35 per cento, percentuali che salgono leggermente in Italia. Questa fiction è diretta a tutti, questa fiction deve essere "compresa", questa fiction è la principale voce della raccolta pubblicitaria, un business che nel 1995 ammontava a 400 mila miliardi di lire, di cui la parte italiana era un quarantesimo, cioè circa 10 mila miliardi. Ma il panorama della comunicazione sta cambiando: il duopolio Rai-Fininvest, che se non altro ha avuto il merito di far uscire il doppiaggio italiano dall'artigianato e di trasformarlo in un'industria, sebbene un po' casereccia, sembra avere le onde contate. Il solo Hot Bird II innaffierà l'Italia con (a sentire la stampa) 30 canali Rai, 30 Mediaset e 20 Telemontecarlo, senza parlare degli 8 canali di STV, e degli 8 di Disney-RTL, o di Time Warner e Sony, che si sono associati e stanno preparando un loro satellite, oltre a tutti gli Astra a cui siamo già abituati, almeno chi di noi ha già montato la parabolica.

Tutti questi canali, che sempre la stampa quantifica in circa 500, diffonderanno la loro programmazione allo stesso pubblico di 59 milioni di italiani che finora poteva scegliere che cosa vedere soltanto tra 8 canali nazionali. E poiché, come dicevo, quel 28-35 per cento di fiction è la principale voce della raccolta pubblicitaria, la stessa Upa, l'Unione pubblicitari associati, ha manifestato il suo giustificato terrore di una inevitabile segmentazione degli ascolti, che significa una polverizzazione degli investimenti pubblicitari, cioè il crollo dell'impalcatura costruita sul costo-contatto.

Proseguendo nell'analisi, poiché il 97 per cento dei prodotti audiovisivi è di nazionalità straniera, il doppiaggio è una voce importante della post-produzione; quindi, inevitabilmente, il costo del minore introito pubblicitario peserà sensibilmente sul doppiaggio, proprio in un momento in cui sarebbe necessario impegnarsi per la rinascita di un settore essenziale a una corretta e quanto più possibile pluralistica circolazione culturale. Purtroppo il fenomeno (di decomposizione) sta già avanzando, infatti il costo di un'ora doppiata è sceso dai 15 milioni del 1989 ai 6-8 di oggi, con punte, si dice, ancora più basse.

Tutto questo è insopportabile per i professionisti che operano in questo ambito, ma è altrettanto insopportabile per chi – doppiatore o traduttore – cerca di avvicinarsi a questi mestieri, e che avrebbe invece il diritto di essere ben formato per poter accedere a professioni che avrebbero bisogno di nuove forze, se non altro per una questione di ricambio generazionale. Lo scadimento del settore non è semplicemente un problema "sindacale", di categoria, ma ha gravissime ripercussioni sia sul livello artistico delle opere in circolazione – è un problema, quindi, che tocca gli interessi degli autori originari – sia sull'utenza.

La sociologa Marina D'Amato, al convegno organizzato dall'Aidac nel febbraio scorso, ha presentato uno studio da cui si rileva che nei cartoni animati doppiati per i bambini non si usano più di 250 parole, contro le 900 che fino a pochi anni fa si sosteneva fossero usate dall'italiano medio. 250 parole, per un bambino che passa ogni giorno davanti al televisore 214 minuti (secondo dati Istat relativi al 1996) sono un po' poche.

Gli autori originari, che dovrebbero reclamare il diritto a un buon doppiaggio delle loro opere, sembrano stranamente estranei al problema. Francamente, non comprendo questo atteggiamento: Renoir, che ai suoi tempi aveva un forte potere contrattuale, se provava davvero tanto fastidio per il doppiaggio, avrebbe potuto impedirlo, ma mi risulta che tutti i suoi film siano stati doppiati. Roman Polanski afferma che il doppiaggio è una miseria, ma tutti i suoi film vengono doppiati. Sono anni che cerco di dialogare con gli autori, che cerco di convincerli a sostenere la nostra battaglia, perché è anche la loro. Invano. La voce degli autori italiani, ben più significativa, sarebbe un aiuto fondamentale. Ma il problema non sembra esistere neanche per loro, né per i

produttori italiani, che tanto lamentano la crisi del nostro cinema, intrappolati come sono in una visione drammaticamente provinciale delle loro cose. Invece di sostenere che le opere italiane debbono essere doppiate negli altri paesi, invocano il protezionismo. Questa è la posizione ufficiale del cinema italiano: che sia il doppiaggio la causa della crisi.

La mia sollecitazione, in diverse sedi, è sempre stata quella di pensare meno a proteggersi, e cominciare invece a muoversi più dinamicamente sugli altri mercati, per passare dalla posizione di terra di conquista a quella di elemento dinamico della circolazione culturale. La proposta, molto semplicemente, è quella di creare un consorzio europeo, una major formata dai principali organismi distributivi, che provveda nei vari mercati al doppiaggio e alla diffusione della cinematografia europea; e che, attraverso l'acquisizione e la gestione dei diritti di utilizzazione, soprattutto guardi ai nuovi sistemi di diffusione, che ormai hanno superato del 200 per cento gli incassi del theatrical.

La classica obiezione che gli americani non amino il doppiaggio è una delle più grosse balle che siano state inventate. Nel 1947 non ricordo quale illuminato funzionario del ministero degli Esteri andò al Boarding Trade dell'Ambasciata inglese con una richiesta di esportazione nei territori inglese e americano dei film italiani. Quelli risposero con una nota ufficiale che agli inglesi non piacevano i film doppiati, e la cosa morì lì. Avevamo perso la guerra, d'accordo, ma da allora in poi non è stato tentato più nulla, a parte la fallita esperienza dell'Unitalia film. Chi ha seguito l'intervento di Gregory Snegoff avrà capito che l'affermazione che il doppiaggio non è amato dagli americani è semplicemente un luogo comune. Il doppiaggio, semmai, non è amato dalla critica americana, che ovviamente è molto attenta a non disturbare gli interessi delle majors, che sanno perfettamente quanto il doppiaggio sia risolutivo per la circolazione delle opere audiovisive, visto che l'hanno inventato loro.

In uno degli interventi precedenti è stato detto: non bisogna avere tenerezza con il doppiaggio. Io dico che non bisogna avere tenerezza nei confronti del cattivo doppiaggio, ma purtroppo noi possiamo fare quello che vogliamo con la quasi garanzia dell'impunità perché, a parte in queste sedi, del doppiaggio non si dice mai niente. Lo riconosceva anche Alberto Castellano, uno dei pochi critici attenti in un panorama di assoluto disinteresse o di superficialità preconcetta. Una attenzione costruttiva da parte della critica aiuterebbe invece a selezionare il mercato verso un livello alto, e a impedire che il doppiaggio possa essere considerato dalla committenza solo un costo da abbattere, un tempo di lavorazione da stringere. È grazie a questa totale indifferenza che accendere la televisione ormai è diventato come fare un giro in un museo degli orrori. Per fare un esempio, nel suo ultimo film, a Katharine Hepburn, che interpretava il ruolo di una vecchia scrittrice un po' snob che scommetteva con il suo editore di

riuscire a sopravvivere in una casa alla periferia di New York, facevo dire, entrando in una casa di poverelli: "Ma qui gli indigeni cosa fanno la sera?" Grazie all'intervento di un qualche zelante, il mio "indigeni", che tra l'altro era aderente al testo originale, è diventato sui nostri schermi "pellerossa". Poi la stessa persona ha trasformato a Manhattan un gelato in un cremino. Questo tipo di operazione è esattamente quello che distrugge l'assioma, in cui io credo fermamente, che l'unico doppiaggio degno di nota è quello che non si nota. Cioè che ogni elemento che emerge sul resto distrugge la perfetta illusione costruita da un buon doppiaggio.

Perché il doppiaggio continui a creare illusioni perfette, occorrono però nuove regole. Occorre innanzitutto che le istituzioni si rendano conto che il doppiaggio è una grande realtà, e non una realtà sommersa come il mercato la fa apparire, clandestina e anche un po' sporca, una realtà che va portata allo scoperto fissando per prima cosa le figure professionali che la compongono, attraverso una formazione seria, sottratta all'improvvisazione e alla speculazione.

Per concludere, vorrei rispondere a Gianni Galassi sulla questione del pre-testo: io pro-testo sul pre-testo. O meglio, lo accetterei soltanto se questo lavoro fosse davvero un lavoro di squadra. È vero che un copione prende vita solo quando arriva sul leggio, ma non può prendere vita senza che il dialoghista partecipi al gioco, e questo il "mercato" non lo permette. Spesso, quando finisco un film vado in sala a seguire la lavorazione, e lì a volte mi accorgo che alcuni restano stupiti, quasi infastiditi della presenza del dialoghista. Bè, io reclamo il nostro buon diritto a seguire le nostre creature. In realtà l'autore dell'adattamento non lavora per la distribuzione o per la società di doppiaggio, ma lavora per l'autore di quell'opera, esattamente come il traduttore letterario che in genere, quando c'è un final cut, lavora direttamente per lo scrittore originario. Certo, non tutti i registi hanno questo potere, ma le cose cominceranno a cambiare soltanto quando gli autori originari si renderanno conto che l'unico modo per salvaguardare il destino delle proprie opere all'estero è avere un rapporto diretto prima con il dialoghista e poi con il direttore di doppiaggio, perché quella che è nata come un'opera d'arte non diventi una pura questione di mercato.

Al momento di andare in stampa apprendiamo che è stato sottoscritto dalle parti il nuovo Contratto collettivo di lavoro per il settore del doppiaggio; il testo integrale è disponibile sul sito informatico dell'Associazione dialoghisti adattatori cinetelevisivi al seguente indirizzo: www.aidac.it.