

## COMINCIA A TREMARE L'IMPERO

### DELLE GRANDI RETI COMMERCIALI

**E.T.V.** La svolta può partire da una sigla sconosciuta

# Televisione pubblica anche per gli U.S.A.?

**Il progetto di legge per il potenziamento della « Educational Television » approvato dal Senato americano — I finanziamenti della fondazione Ford e l'appoggio di Walter Lippmann — Una scelta che non può essere ulteriormente rinviata**

NEW YORK, giugno. Al collegamento internazionale via satellite che si svolgerà il 25 di questo mese, nessuna delle tre grandi compagnie commerciali (la NBC, la CBS e la ABC) rappresenterà la televisione statunitense. Ad impegnare il nome della più grande struttura televisiva del mondo, vi sarà una sigla sconosciuta in Europa (salvo, forse, in Inghilterra): la E.T.V.

**via Teulada**

PREMIO PER MILLE LIRE

Sembra che alla Rai-TV non possano fare a meno dei « quiz » e su questo terreno le risorse della fantasia sembrano inesauribili. Oltre agli estivi già annunciati, se ne va infatti preparando un altro cui non può partecipare ogni possessore di un biglietto da mille lire. Vi sarà un sorteggio delle « serie » e basterà presentarsi per primi al più vicino ufficio della Rai per vincere « qualcosa » e partecipare poi ad un ulteriore concorso, presentato da Raffaele Pisu e Grazia Maria Spina.

UN CICLO PER TYRONE

Anche Tyrone Power avrà il suo bravo ciclo televisivo. Si comincerà il 25 luglio, ricordando l'attore scomparso con « I Lloyd di Londra ». Quindi seguiranno: « L'incendio di Chicago », « Il segno di Zorro », « Sangue e arena », « Il figlio della furia », « Il principe delle volpi », « La lunga linea grigia », « La rosa di Washington » e « La carota dei Kyber ». Oltre alle consuete presentazioni, sembra che i film saranno introdotti da un vasto spaccato di divi: dalla moglie Linda Christian, alla figlia Romina, fino a Gina Lollobrigida.



Romina Power

EDUCAZIONE A CONSORSO

Per la TV dei ragazzi è in via di allestimento un nuovo programma — curato da Danilo e Lydia Ferrero — intitolato Flash: è dedicato alla fotografia ed all'arte di fotografare. Saranno otto puntate di mezz'ora ciascuna. Tanto per non sbagliare vi sarà abbinato un concorso fotografico, naturalmente.

LARGO AL CABARET

Il cabaret trova sempre più spazio (sia pure ancora assai limitato) nei programmi televisivi. Fra qualche giorno dovrebbe andare in onda la trasmissione « Chi fa da sé », presentata da Renata Mauro. È dedicata interamente al « Gruppo Motore », formato da Bruno Lauzi, Enzo Jannacci, Lino Toffolo, Felice Andreasi, Ciccio e Renato.

CIRCO ALL'ARIA APERTA

Con questo titolo inizierà fra breve un programma in tre puntate dedicato ai più famosi acrobati del momento. Gli esercizi — come annuncia lo stesso titolo — non si svolgeranno sotto il tradizionale tendone, bensì allo scoperto nelle vie e piazze e parchi delle più celebri città di tutto il mondo.

l'« Educational Television », una vasta rete non commerciale, fondata dalla fondazione Ford, che si trova in queste settimane al centro di un vasto dibattito culturale che impegna educatori, giornalisti, tecnici e politici. Oltre, naturalmente, gli uomini d'affari che sostengono le organizzazioni televisive con scopo di lucro.

La televisione statunitense, infatti, potrebbe trovarsi — almeno si spera — dinanzi ad una svolta, assolutamente imprevedibile fino a pochi anni addietro. La televisione, come la stampa, è sempre stata in mano ai privati: i quali hanno dedicato esclusivamente alla funzione di un « prodotto », senza curarsi dei problemi educativi che l'uso di un simile mezzo di comunicazione comporta. Questa situazione aveva portato, naturalmente, ad un costante deterioramento della qualità culturale dei programmi; consentendo oltretutto a precisi gruppi di potere di condizionare il grado di informazione del paese secondo i propri particolari interessi.

Questo fronte fu rotto (forse sarebbe meglio dire: appena incrinato), nel 1952 con la nascita della E.T.V., La Fondazione Ford concesse infatti un finanziamento annuo di sei milioni di dollari l'anno, per produrre e distribuire programmi « impegnati » fra le stazioni affiliate. Abbastanza rapidamente, il numero di queste stazioni si è moltiplicato nel corso di questi anni, superando quota cento.

Anche così, tuttavia, la vita della E.T.V. è stata sempre assai precaria. Di fronte ai colossi, privati, l'« Educational Television » si è trovata nella condizione del vaso di coccia tra vasi di ferro. N'è rimasta schiacciata, oppressa; relegata insomma, al rango di parente povero, che non infastidisce e che anzi — visto che esiste — può essere utile ad eliminare l'obbligo morale della produzione di programmi culturali. La sua influenza è rimasta ristretta ad un pubblico assai limitato; e, da un punto di vista tecnico, ha dovuto fare ricorso più alla buona volontà di dilettanti che alla competenza degli specialisti (sollecitati, ovviamente, dagli alti ingaggi delle reti private). E' stata sempre, insomma, in punto di morte.

Adesso la situazione sembra cambiata. Il Senato, infatti, ha recentemente approvato un progetto di legge per la creazione di un nuovo Ente che dovrebbe presiedere ad una ampliata e rafforzata rete commerciale; ed il Parlamento dovrebbe ratificare la legge entro la prima metà della prossima estate. In pratica, il progetto prenderà vita in ottobre, e la svolta potrebbe essere notevole.

In questo senso, i segni premonitori sono numerosi. I rapporti preparati per la legge approvata al Senato e proposta alla Casa Bianca (quello della fondazione Ford, e quello della commissione Carnegie) non parlano di « educazione », bensì di « televisione pubblica ». La televisione puramente educativa si avvia dunque a diventare — come è stato sottolineato da qualche parte — una tv assolutamente « istruttiva » (un insegnante dinanzi ad una telecamera, insomma), aprendo alla tv pubblica i più ampi orizzonti dei programmi fino ad oggi appannaggio delle reti commerciali.

L'indicazione è importante; ed è su questo terreno che si svolge, ora, la battaglia. La fondazione Ford, infatti, sembra volersi avviare in questa direzione: il suo Laboratorio di studi ha affidato alcuni studi della NBC ed assumendo professionisti qualificati per preparare programmi dimostrativi del nuovo corso; programmi intelligenti ma capaci di ottenere un pubblico di massa ed un consenso ampio. Uomini come Edward P. Morgan e Walter Lippmann hanno già offerto il loro aiuto.

L'opposizione, naturalmente, viene dalle televisioni private. Finché l'E.T.V. si è limitata a mandare in onda programmi noiosi (salvo qualche rara eccezione), CBS, NBC ed ABC l'hanno tollerata e, in qualche caso, perfino aiutata. Oggi, tuttavia, cominciano a temere che il nuovo « concorrente » possa rompere il fronte del conformismo diseducativo della televisione americana. L'attacco opera su più piani. Si protesta da una parte per i « sussidi » (ma anche le trasmissioni commerciali, in realtà, sono sussidiate: giacché pagano soltanto un canone simbolico per l'uso delle onde aeree pubbliche); dall'altra, si chiede che il nuovo sistema E.T.V. non operi attraverso un centro unico — legato al potere federale — bensì attraverso molte stazioni « con obiettivi individuali e mezzi indipendenti », come ha scritto di recente una rivista televisiva specializzata. Si tenta insomma, in mancanza di un meglio, di frantumare questa nuova e sgradita concorrenza.

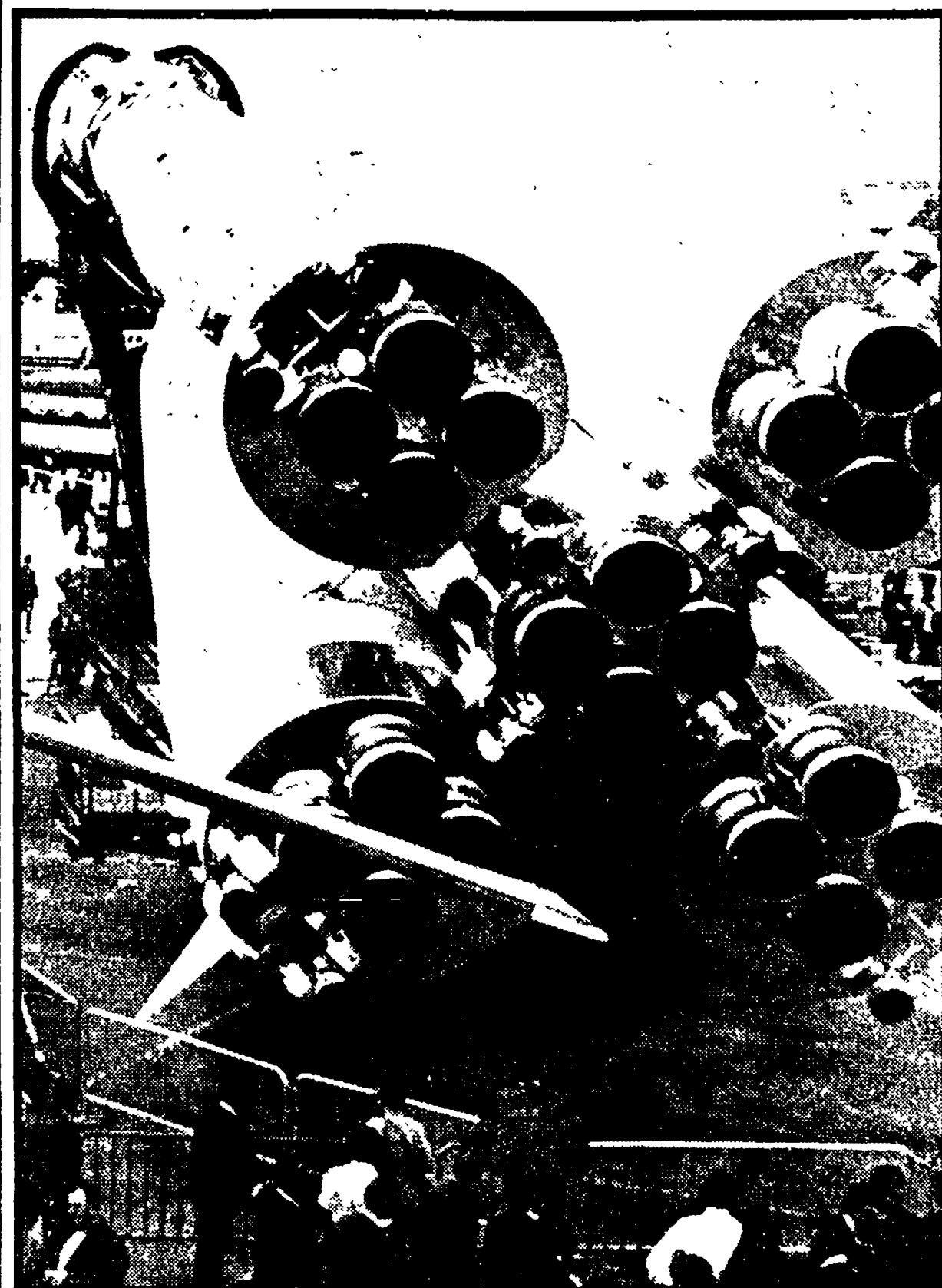
Il problema, d'altra parte, si pone anche a livello governativo. Se davvero, infatti, si vuole compiere una scelta coraggiosa, sarà compiuta questa scelta? E' difficile dirlo. E' certo tuttavia che il sistema televisivo attuale degli Stati Uniti non può assolutamente mantenere l'attuale sistema, se vuole affrontare i gravi e complessi problemi culturali ed educativi che questo strumento di comunicazione ha imposto nel corso degli anni.

Sarà compiuta questa scelta? E' difficile dirlo. E' certo tuttavia che il sistema televisivo attuale degli Stati Uniti non può assolutamente mantenere l'attuale sistema, se vuole affrontare i gravi e complessi problemi culturali ed educativi che questo strumento di comunicazione ha imposto nel corso degli anni.

Samuel Evergood

La parte posteriore dell'astronave sovietica Vostok esposta a Parigi al Salone dell'aeronautica e dello spazio

## I PROBLEMI DELLA PROPULSIONE SPAZIALE IN UNA TRASMISSIONE DELLA SERIE « ORIZZONTI DELLA SCIENZA E DELLA TECNICA »



La parte posteriore dell'astronave sovietica Vostok esposta a Parigi al Salone dell'aeronautica e dello spazio

# Il motore nucleare pesa ancora troppo per la cosmonave

**La strada per sostituire il razzo a propulsione chimica, che ha limiti insormontabili, è ancora straordinariamente lunga**

Nel corso del suo cinquantennale, la rubrica « Orizzonti della Scienza e della Tecnica » ha affrontato l'arduo e affascinante argomento della propulsione nucleare nei veicoli spaziali. Gli specialisti interstatali, l'immane problema americano e l'italiano, hanno fornito un certo numero di cifre, di dati e di notizie, che, aggiunti ad alcuni schemi presentati forse un po' affrettatamente (il tutto è durato una ventina di minuti) hanno abbozzato le linee di un quadro tecnico-scientifico che, per la sua essenzialità, meriterebbe un esame assai più approfondito, ed una impostazione più « graduata », in quanto il tema trattato è tutt'altro che semplice. Cercheremo ora, pur non disponendo dei mezzi descrittivi « estivi » e come tali di efficacia insostituibile, di inquadrare per linee essenziali il problema della propulsione spaziale e le possibilità di utilizzare a tale scopo l'energia nucleare.

di un razzo chimico, propellente compreso.

La situazione d'oggi, però, non ammette sempre la stessa, e già se ne intravedono le linee di sviluppo, che il servizio televisivo di « Orizzonti della Scienza e della Tecnica » ha indicato senza però approfondirli. Una delle soluzioni possibili, che potrebbe chiamarsi « tecnica », è quella di riscaldare l'idrogeno mediante un reattore nucleare installato a bordo, ed ottenere così un getto molto veloce, con un « consumo » in peso di ossigeno assai ridotto rispetto ai valori che si avrebbero, a pari spinta, su l'acqua, in un razzo chimico. Una ulteriore soluzione potrebbe essere quella di ottenere energia elettrica da un reattore nucleare installato a bordo, ed utilizzarla per ottenere, mediante l'arco voltaico, un getto di gas ionizzato, da accelerare ed espellere. Con questa soluzione, si ottiene una spinta che richiede, a pari intensità, un « consumo » di materiale espulso ancora in quantità inferiore a quella necessaria per l'orientamento in volo e lo spostamento orbitale di alcuni corpi cosmici artificiali, primo dei quali lo Zond 3.

## Il razzo chimico

Per fissare le idee, è necessario partire dalla propulsione chimica, e cioè dai razzi chimici, soluzione attuale, e che avrà una parola importante da dire ancora per molti anni. Il razzo chimico presenta due limiti teorici, che, anche supponendo la tecnica costruttiva, introducendo nuovi propellenti, migliorando i sistemi di regolazione, permarranno tali. Il primo di questi è costituito dal fatto che, facendo reagire tra loro chimicamente due o più sostanze, non si può ottenere una quantità di energia superiore ad un dato limite. Anche con i migliori « accoppiamenti », quali ad esempio ossigeno-idrogeno, il rapporto tra la massa dei materiali che entrano in reazione e quella della energia che così si genera, non supera e non supererà mai un dato limite.

Per questo, i razzi chimici sono enormi rispetto al carico utile che possono portare, e che costituisce in peso, l'uno per cento o anche meno della massa totale del missile. Ciò preclude l'impiego della propulsione chimica per lunghi viaggi che comportino più di un « atterraggio », o altri corpi celesti (Luna, Marte, ecc.) in quanto occorrerebbe, alla partenza, « caricare » un quantitativo di propellente assolutamente proibitivo.

A ciò si aggiunge un altro fattore, legato al precedente, e i cui effetti si fanno sentire nello stesso senso. Nella spinta occorre l'energia della propulsione a getto, e cioè il veicolo per poter accelerare o decelerare o cambiare direzione, deve emettere un getto, costituito da gas di combustione o d'altra origine. Occorre quindi che a bordo sussista una riserva di materiale da espellere sotto forma di gas ad altissima velocità (e quindi altissima temperatura). Nei razzi chimici, per ottenere le spinte richieste, occorre espellere una massa enorme di materiale.

Questi due fattori limitativi, già da tempo hanno indotto gli scienziati ed i tecnici a cercare nuove soluzioni, che sul piano teorico offrono prospettive di notevole interesse, ma che presentano pure difficoltà realizzative altrettanto grandi. Alla base di tutte, sta l'impiego dell'energia nucleare, che permette di ottenere da un quantitativo modestissimo di materiale attivo, un quantitativo di energia enorme con rapporti energia massa incomparabilmente superiori che con i motori chimici. Il motore nucleare, però, è di per sé assai pesante, e non riesce almeno per ora, a sviluppare forti quantitativi di energia nell'unità di tempo. In altre parole, il rapporto potenza peso di un motore nucleare è oggi del tutto sfavorevole: per sviluppare la spinta necessaria ad un missile d'oggi, occorrerebbe un motore nucleare di un peso molte volte superiore a quello

I motori a getto di idrogeno sperimentali costruiti finora, però, sono capaci di sviluppare spinte dell'ordine di alcuni chilogrammi: quelli ideati per l'ordine di poche decine di grammi, quelli ideati per sviluppare spinte ancora inferiori che con i motori ionici.

La strada per sostituire il razzo chimico, che richiede già oggi un migliaio di tonnellate di spinta, con un razzo a propulsione nucleare mediante un motore a gas, a ioni o a fotoni, sembra quindi assai lunga.

**Motori ausiliari**

E' però fin d'oggi possibile utilizzare i motori ausiliari artificiali, costruiti finora, per il funzionamento degli apparecchi e degli strumenti, con buoni risultati, e sarà possibile, migliorando le caratteristiche, affidare a tali motori compiti sempre più importanti.

Va tenuto presente, infine, un fatto essenziale, che giocherà un ruolo di prim'ordine probabile quando si entrerà nei limiti di quindici o vent'anni: per portare in orbita un corpo cosmico artificiale, occorre sviluppare una spinta elevatissima per pochi secondi, per allontanarlo ulteriormente dalla terra, in volo, portandolo anche a distanze astronomiche, dove, sul terreno, spinte modestissime, centinaia o anche migliaia di volte inferiori, da continuare a sviluppare per lungo tempo. Per il primo impiego, quindi, sembra prestarsi, ancora per lungo tempo, il propulsore chimico, mentre per il secondo, sembrano adatti i motori derivanti in un futuro non molto lontano dai tipi a gas o ioni d'oggi.

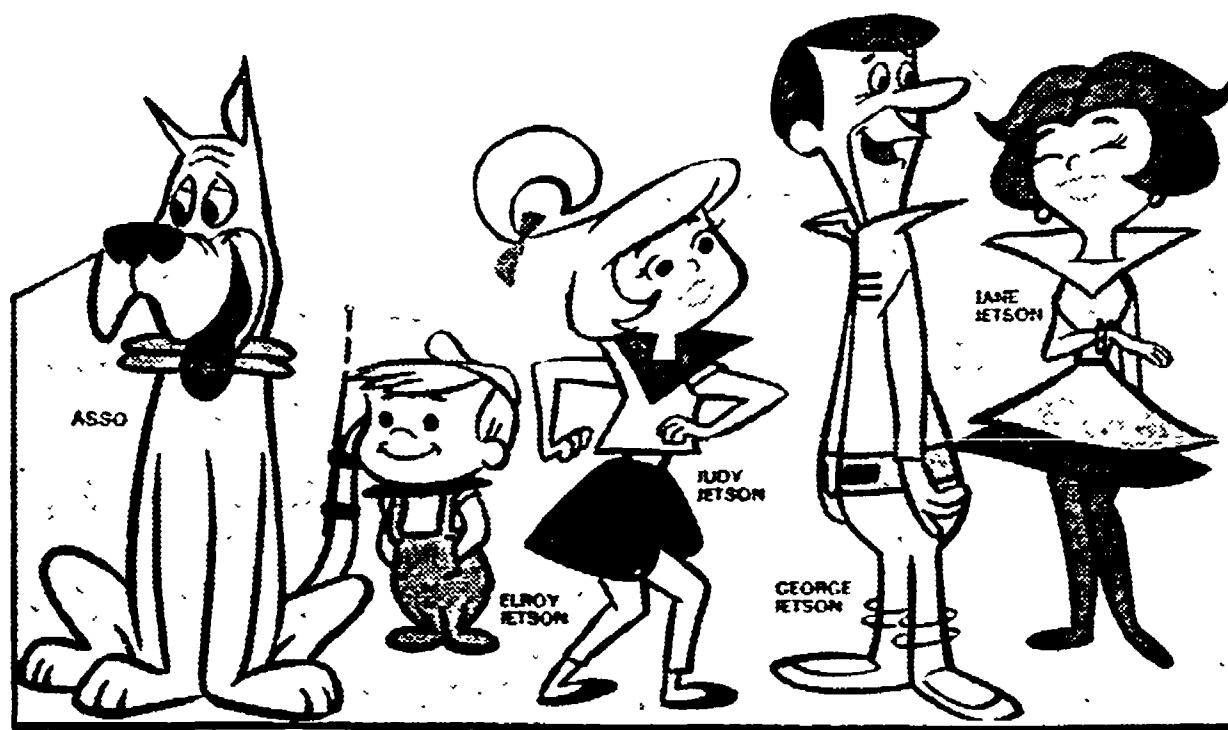
Da poi si abbia una unica cosmonave con i due tipi di motori, che si costruiscono razzi terra orbita e cosmonavi destinate soltanto allo spazio lontano senza rientro sulla terra, o si adottino altre soluzioni, è un interrogativo cui soltanto il futuro potrà dare risposta.

**Giorgio Bracchi**

## Satira e pubblicità per i cartoni animati

# Il ritorno dei « Figli del jet »

**Le fortunate serie di Hanna e Barbera — Perché non proviamo a ridere anche con i cartoonists italiani?**



Quello dei cartoni animati — ma sarebbe meglio dire: dei disegni animati — è un settore quantitativamente trascurabile dell'attività televisiva, quanto meno in Italia. Ma è tuttavia ben conosciuto da un pubblico di quegli stessi autori: dagli Americani (i Flintstones), all'orso Yoshi, al cane Braccobaldo, al leone Siculo, a Tom e Jerry il gatto ed il topo.

I pronipoti, infatti, è soltanto apparentemente un gioco senza pretese. Hanna e Barbera — che non a caso negli Stati Uniti erano diventati attraverso la Metro Goldwyn Mayer e con il sostegno di Fred Quimby i re del Walt Disney — propongono infatti attraverso queste sagatte storielle un esame della società americana contemporanea. In effetti, Chico, Didi e Popsi (questi nomi della pessima versione italiana) sono americani di questi anni: è la loro proiezione nel futuro è soltanto una deformazione che vuole a meglio sottolineare squilibri, apprensioni, speranze della società americana di oggi. Così come gli antenati proiettati nel passato gli identici problemi e le stesse angosce.

In questi buffi personaggi, dunque, il pubblico americano ritrova se stesso: ride di temi che conosce e che vive. I cartoni animati assolvono, nel divertimento — una funzione polemica non trascurabile (frange quando, come nel caso di Walt Disney, non sia stampe-

rata nella sdoganatura dei caratteri e dell'improbabilità delle situazioni).

C'è da vedere — ed è qui che si pone il problema della scelta culturale — se è giusto che la televisione italiana si limiti a offrire temi e modelli americani. In Italia, infatti, gli ottimi disegnatori non mancano: ma, nel mondo del cinema, hanno avuto vita sempre difficile, tanto da dover spesso ripiegare (quando la rinuncia non è definitiva) sul cartone pubblicitario. La televisione, invece, avrebbe forze economiche e strutture distributive sufficienti per sollecitare una produzione nazionale, di ottimo livello, legata al dibattito nazionale. Com'è appunto — pur nelle possibili riserve — quella americana.

Perché non si impegna su questa strada? Oltretutto, se davvero questa ricerca può apparire rischiosa e difficile, non è detto che l'unica alternativa sia soltanto ed esclusivamente il disegno animato hollywoodiano. Dal Canada alla Cecoslovacchia all'Inghilterra, grandi cartoonists hanno prodotto e producono spettacoli di ben altro livello ed impegno. Se i cartoni animati non sono considerati soltanto un « riempitivo » adatto ai mesi estivi, il panorama delle proposte internazionali può essere utile e intelligentemente allegato.

**Dario Natali**

## L'OCCULTA PERSUASIONE DI CALIMERO

**Un saggio sulla « fenomenologia » del pulcino sempre nero di Carosello - Una tesi di laurea**

I « persuasori occulti », per congenita natura, sono scarsamente portati a rivelare le tecniche degli strumenti con i quali attuano la loro subdola e incessante opera di convincimento. Tuttavia, da noi, ove le cose avvengono sempre in maniera abbastanza casereccia, i « pubblicitari » possono anche permettersi il lusso, non diciamo di lavare in piazza i panni sporchi, ma perlomeno di sciorinare tranquillamente i loro piccoli trucchi per imbuiare il pubblico. Tanto tranquillamente, anzi, da consentire, ad esempio, che il giornalista Guido Guardà potesse addirittura imbastire un fascicolo spiritosamente intitolato « Fenomenologia di Calimero » su un caso che si può ritenere tipico della moderna tecnica della persuasione.

Il « persuasore occulto », per congenita natura, sono scarsamente portati a rivelare le tecniche degli strumenti con i quali attuano la loro subdola e incessante opera di convincimento. Tuttavia, da noi, ove le cose avvengono sempre in maniera abbastanza casereccia, i « pubblicitari » possono anche permettersi il lusso, non diciamo di lavare in piazza i panni sporchi, ma perlomeno di sciorinare tranquillamente i loro piccoli trucchi per imbuiare il pubblico. Tanto tranquillamente, anzi, da consentire, ad esempio, che il giornalista Guido Guardà potesse addirittura imbastire un fascicolo spiritosamente intitolato « Fenomenologia di Calimero » su un caso che si può ritenere tipico della moderna tecnica della persuasione.

Calimero, per chi ancora non lo sapesse, è una celebrità, un divo, il Paul Newman dei personaggi animati di « Carosello ». L'appassionante trasmissione che ogni sera, prima dell'ancor più appassionante Telegiornale, ci delizia consigliando, suggerendo, esortando, in timido di comprare questo e quello così, disinteressatamente, per renderci la vita più facile. Lui, Calimero, ha l'incarico di intenerire la massa (anche con la complicità dei bambini, suoi fanatici « afficionados ») e di indurlo a comprare un noto detersivo con il quale, sempre lui Calimero, da pulcino supposto nero

si trasforma puntualmente in « bianco come la neve ».

In « Fenomenologia di Calimero », dunque, è detto come questo personaggio abbia raggiunto dal nulla (letteralmente) una solida fama e come, appunto, sulla scia della sua popolarità

l'organizzazione Pagot, la Mira Lanza e la Rai-TV — quest'ultima tramite la Sipra — vadano conducendo da anni una vasta campagna (a quel che ci consta, con fini esclusivamente filantropici) per un mondo migliore.

E Calimero, appunto, è il Lancillotto della situazione: un po' tardi di mente ma non troppo, candido ma non senza malizia, anticoriformista quel tanto che basta, rissoso ma con misura, angosciato ma senza nevrosi, egli affronta di volta in volta a viso aperto le contrarietà, vi si impegna tutto ma alla fine ha sempre la possibilità di riscattarsi e lo ritroveremo, anno e dopo, assolutamente immacolato.

Si può ben capire, perciò, come a tanto personaggio sia stata dedicata qualche tempo fa, una tesi di laurea — autrice Ofelia Ragazzini — dal significativo titolo « Calimero, antieroe della favolistica pubblicitaria » e che, quindi, fosse conseguentemente — indi pensabile elaborare al proposito l'opportuna « fenomenologia ». Quel che resta da capire, invece (per noi, almeno, tetragoni come siamo ai « messaggi »), per ben incartarsi che siano è se tutto ciò rientra ancora nella menzionata campagna per un mondo migliore, e, implicitamente, più pulito.

Calimero, per chi ancora non lo sapesse, è una celebrità, un divo, il Paul Newman dei personaggi animati di « Carosello ». L'appassionante trasmissione che ogni sera, prima dell'ancor più appassionante Telegiornale, ci delizia consigliando, suggerendo, esortando, in timido di comprare questo e quello così, disinteressatamente, per renderci la vita più facile. Lui, Calimero, ha l'incarico di intenerire la massa (anche con la complicità dei bambini, suoi fanatici « afficionados ») e di indurlo a comprare un noto detersivo con il quale, sempre lui Calimero, da pulcino supposto nero

si trasforma puntualmente in « bianco come la neve ».

In « Fenomenologia di Calimero », dunque, è detto come questo personaggio abbia raggiunto dal nulla (letteralmente) una solida fama e come, appunto, sulla scia della sua popolarità

**Sauro Borelli**