

Mostra alla Galleria d'Arte moderna a Roma nel centenario della nascita

L'occhio di Giacomo Balla

Un'antologia che documenta largamente la produzione dal 1895 al 1958, anno della morte. Il suo futurismo appare come conclusione estrema del naturalismo ottocentesco



Giacomo Balla: (da sinistra) «Autoritratto» (1902) e «Mercurio passa davanti al sole» (1914)

Nel centenario della nascita (Torino 1871-Roma 1958) viene presentata a Roma, fino al 27 febbraio, una ricca antologia di 135 opere (pitture, sculture, disegni, bozzetti, progetti e modelli) che documenta, con qualche grosso vuoto, tutte le ricerche pittoriche veriste, divisioniste e futuriste...

La mostra, sobriamente allestita nella Galleria Nazionale d'Arte Moderna, è introdotta con molta prudenza critica da Palma Bucarelli e Giorgio de Marchis. Scrive Palma Bucarelli: «Questa mostra commemora il centenario della nascita di Giacomo Balla. Ha un carattere celebrativo, o, più modestamente, di omaggio, e non voglio dissimularlo. Non vuole in nessun modo essere una rassegna conclusiva, un bilancio; e non pretende di intervenire in una problematica critica più che mai aperta e controversa. Il suo scopo è soltanto di ricomporre, nei limiti in cui era possibile farlo, l'autoritratto dell'artista».

spesso con curiosità esasperata per quanto c'era in esse di molto ottico e fotografico nella pittura di oggetti in statica o in moto. E questa «rivisitazione» di Balla, va sottolineato, è avvenuta sulla spinta di nuove poetiche urbane e, in molti casi pittorici, si è combinata spontaneamente con la «rivisitazione» della metafisica di Giorgio de Chirico (proprio come accadde a Balla stesso nei suoi malinconici quadri alla fine degli anni Venti). Credo si possa dire che i giovani oggi amano di Balla energia e metodo analitici del periodo divisionista, umanitario e populista, e del periodo futurista anticipato da quadri come La lampada (1909 o 1912) e culminato nella grande serie di variazioni sulla velocità d'automobile e nell'altra grande serie delle Comprensioni iridescenti, della Bambina che corre sul balcone e di Mercurio che passa davanti al sole (1914).

Potere analitico

Sul potere analitico dell'occhio di Balla vanno fatte alcune osservazioni a cominciare dalle prime opere romane: i paesaggi all'aperto «fuori porta» e i ritorni con fanali di via Nazionale — per questa sua passione di pittore per la notte qualcuno lo soprannominò Giacomo il notturno — le vedute solari delle case in costruzione nei nuovi quartieri umbertini di Roma e gli interni con i malati e i sottoproletari.

L'ambiente di Roma e la luce di Roma furono decisivi per la rapida maturazione del divisionismo analitico di Balla, sia nei suoi caratteri puramente luministici sia in quelli sociali. Senza l'ambiente e la luce di Roma, il divisionismo ammirato e studiato in Pellizza da Volpedo, in Morbelli, in Prevati, forse anche in Grubicy e in Segantini, sarebbe rimasto una pratica gelida e priva di quel metodo che Balla ebbe modo di conoscere nel 1900, a Parigi, nelle opere di Seurat e degli altri francesi.

Boccioni individuò una qualità solitaria e feroce nella prima pittura di Balla e parlò di «religiosità scientifico-positivista». Si può integrare l'osservazione di Boccioni con un'altra, pure sommaria: se l'occhio di Balla è molto sensibile, la sua cultura e i suoi contenuti sono molto piccolo-borghesi e naturalistici italiani e a tale punto che il naturalismo, nei suoi caratteri più veristici, si continuerà fin dentro l'esperienza futurista di questa che si configura come un ramo e una conclusione del naturalismo.

Il naturalismo e il verismo piccolo-borghese di Balla restano occultati, per qualche anno, tra il 1909 e il 1914, dalla «religione scientifico-positivista», dal mito della luce generale e dell'automobile in particolare, del movimento e della velocità: tutti miti che si lasciano dietro il piccolo socialismo umanitario del ciclo I pipitini (1902-1905). Quadri sociali divisionisti come Fallimento e La giornata dell'operaio del 1904 restano delle intuizioni di una realtà di rapporti di classe che non avrà altro sviluppo ideologico e pittorico. Mentre è con quadri di dissolvimento oggettivo nella luce, come il grande polittico di Villa Borghese, Parco dei Daini o con quadri di movimento come Salutando (1910) o ancora con quadri luministici con scomposizione geometrica della luce come La lampada che Balla reinventa mezzi e metodo pittorici per i miti ottimistici che vengono graditi violentemente nei manifesti teorici e tecnici del futurismo, uno dopo l'altro fino alla grossa presunzione di quello che porta il titolo Ricostruzione futurista dell'universo (1915). E i tanti manifesti futuristi sono stati letti fino a oggi troppo esteticamente; quando si farà un vero bilancio bisognerà davvero leggerli anche, in qualche caso soprattutto, per le idee politiche di classe, antisocialiste e borghesi e nazionaliste, che li strutturano.

Una caduta tragica

Ballà non fu una gran mente teorica e critica, ma un grande occhio. S'è detto, di pittore: i suoi capolavori sono le energie e gioiose immagini della «ferrea rete di velocità» che avvolge la terra, e, a stare a quadri come quelli della serie Mercurio passa davanti al sole, anche soli e pianeti altri del cosmo.

Con i quadri nazionalisti e interventisti, a partire da Cantopatriottico in piazza di Siena del 1915, il futurismo cede lo spazio dell'immagine a un simbolismo a cui contenuti e forme andranno radicalmente ridiscussi, oltre le sistematiche critiche di comodo, in quel bilancio del futurismo che si dovrà pur fare.

Ancora una volta i contenuti piccolo-borghesi e il naturalismo ottocentesco di Balla trovano il modo pittorico di occultarsi dietro il nuovo, atroce mito della guerra. Si sa che Balla fu dolosamente tormentato da quelli che si dicono esaurimenti nervosi: molti hanno spiegato la caduta pittorica del primo dopoguerra, e poi il tristissimo ritorno a un verismo dolcissimo e a un piccolo passatismo romano, con i tormenti e la stanchezza dell'uomo; ma sia

la caduta sia lo spegnimento, pure tenuto conto della malattia che contò e della nausea che davvero egli ebbe per i futuristi fascisti, vanno spiegati sostanzialmente con l'impotenza del naturalismo nei confronti della realtà italiana del primo dopoguerra e del fatto che, in certe situazioni di conflitti, l'occhio pittorico non basta più.

Su questo punto, anzi, sull'interventismo prima e sul fascismo più bieco poi dei futuristi, mi sembra che la critica abbia anche troppo taciuto o minimizzato, facendone quasi soltanto una questione trascurabile di cattivo gusto e di opere brutte, tanto brutte. In verità, questo sul futurismo e sul secondo futurismo, è un discorso fondamentale tutto da fare, da cominciare direi. La mostra omaggio di Roma non lo sospetta nemmeno: celebra giustamente le ben note opere «macchiniste» e «dinamiche», minimizza e cala un velo pietoso sulla caduta senza salvezza di Balla e degli altri e che è una caduta tragica, tipicamente italiana, proprio sulla questione del moderno in pittura, quando il moderno, per essere tale e durare, oltreché pittura della realtà macchinistica e tecnologica deve essere necessariamente pittura della realtà storica di classe.

Dario Micacchi

Le ipotesi che presidono al programma economico '71-75

LA PIANIFICAZIONE DEL RINVIO

Articoli di «Politica ed economia» sulle indicazioni del «documento preliminare» - Una continua ricerca di compromessi tra le lacerazioni della espansione capitalistica e la razionalizzazione del processo di sviluppo

Il fascicolo n. 6 di Politica ed economia contiene, fra l'altro, quattro articoli che prendono in esame le indicazioni del Documento preliminare per il programma economico 1971-75 in alcuni settori. L'osservazione di fondo che se ne ricava è che i programmatore, anziché rifarsi ai problemi reali della società italiana, sembrano alla continua ricerca di compromessi fra le lacerazioni dello sviluppo capitalistico e la razionalizzazione del processo di sviluppo.

Per l'agricoltura, attività chiave in un paese a bassa occupazione ed a basso livello di capitalizzazione come l'Italia, lo scrupolo si spinge fino alla formulazione di più ipotesi, una liberalità superficiale dal momento che per strappare diverse migliaia di contadini dal problema reale della sussistenza si propone lo sfilamento come «principale mezzo per addetto». Nelle storie condizioni del nostro paese — osserva Luigi Conte — l'agricoltura è dotata di elasticità occupazionale che permette da una parte la sua funzione di serbatoio della manodopera per le altre attività quando si è in periodo consistente della produzione di beni e servizi ma è anche un rifugio nei periodi di crisi per molti lavoratori che, da queste condizioni storiche, sono messi in grado di scegliere

fra un'occupazione male remunerata o una sottoccupazione in agricoltura, o a totale disoccupazione e la miseria». Siamo poi tanto restii che le «due ipotesi» siano state inventate nell'ufficio del programma?

Luigi Conte ripropone la necessità che la politica agricola parta da una sola ipotesi, quella della massima occupazione: «La produzione agricola, se giustamente orientata, non troverebbe difficoltà di mercato, come dimostra il deficit della bilancia agricoltura-alimentare del paese e non è il numero degli addetti, ma la condizione di inferiorità cui è condannata l'agricoltura italiana, l'elemento che dovrebbe essere preso in considerazione per la politica zootecnica della Comunità europea e del governo italiano.

Un secondo articolo, di Luciano Visani, dà un'ampia dimostrazione di questa situazione analizzando la politica zootecnica della Comunità europea e del governo italiano. L'impostazione della riforma sanitaria è presa in esame da Sergio Scarpa. Essa consiste, in pratica, nel programmare il semplice rinvio della riforma. Il documento programmatico infatti espone i termini

del calcolo della spesa sanitaria globale al 1975 nella previsione che il sistema sanitario rimanga immutato e perviene alla conclusione che in quell'anno tale spesa giungerebbe a 4.669 miliardi. Poi calcola la spesa aggiuntiva derivante da alcune estensioni di prestazioni al quinquennio, da aggiungere a quelli calcolati. Tutto questo equivale ad affermare che fino al 1975 l'intero edificio sanitario attuale (mutue, ospedali ecc...) rimarrebbe immutato ed anzi rafforzato dall'attribuzione di nuovi compiti e nuovi finanziamenti. Dopodiché le possibilità di mutamento qualitativo del sistema, che sono lo scopo della riforma, non avrebbero migliori possibilità di affermarsi di quelle esistenti cinque anni prima.

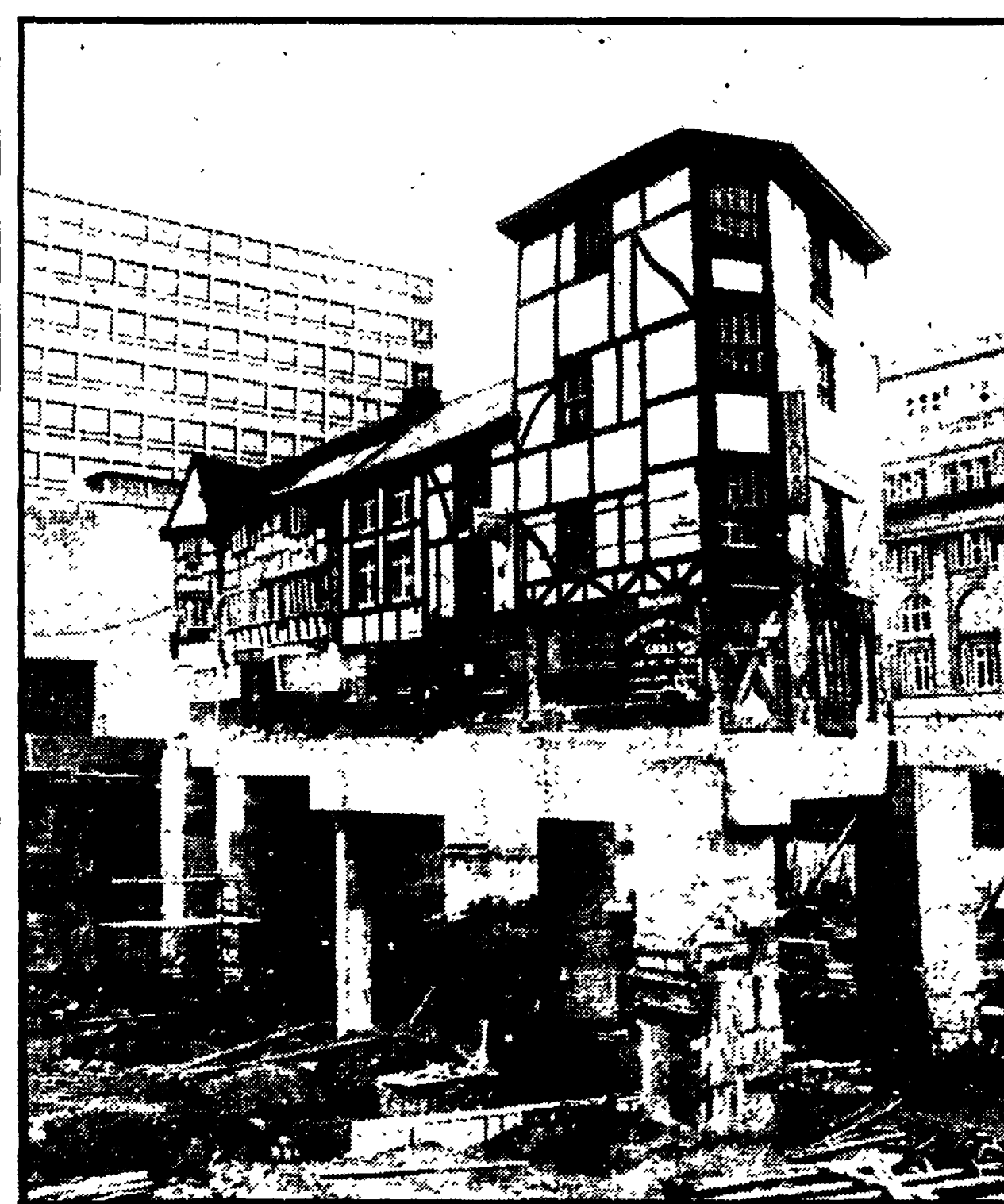
Scarpa passa in rassegna anche la parte riguardante la previdenza, accettabile nella linea generale del collegamento di tutte le indennità eco-

nomiche ai salari (pensionari, anche minime, ed assegni familiari) ma non nei tempi previsti.

Le ipotesi del programmatore riguardanti la scuola sono analizzate da Giuseppe Chiarante in un ampio saggio la cui argomentazione non è quel il caso di riportare. La conclusione è però poco diversa dalle precedenti. Il limite più grave è l'assenza pressoché totale di ogni indicazione che stabilisca un qualche rapporto tra lo sviluppo scolastico e lo sviluppo o la trasformazione della realtà economica e sociale del paese. Il documento governativo «prende semplicemente atto della crisi dell'ipotesi che sorreggeva invece le previsioni del programma 1966-70 cioè di una sostanziale corrispondenza, assicurata dallo stesso sviluppo produttivo, fra l'espansione scolastica e le richieste dello sviluppo economico e sociale in alto. Il vuoto aperto dal naufragio di questa ipotesi e dalla crisi assai acuta che ne è derivata, non è però colmato da una nuova e diversa impostazione». Il che significa lasciare senza risposta proprio quel problema di un diverso avvenire della società italiana che è la giustificazione di un programma.

F. S.

Vecchia e nuova Manchester



Lo buttano giù o lo risparmianno? Lo rinforzano o lo trasportano di peso in un possedimento di qualche miliardario americano, come è già capitato ad antichi castelli? Manchester, in Inghilterra, ha deciso di conservare il vecchio edificio che questa curiosa immagine ci mostra assediato da presso dal cantiere e da giganti di vetrocemento. Anzi, questo «pezzo di antiquariato» sarà addirittura il cuore del nuovo quartiere, con i due «pub» che ospita da tempo immemorabile. All'apparenza intatto, sarà però sostenuto e rinforzato alla base dai giganteschi pilastri ancora per poco allo scoperto

Il richiamo del «gong»

La più famosa rubrica pubblicitaria televisiva, che ha allevato una generazione di consumatori, compie 15 anni - La selezione dei clienti a favore dei «grandi» e la vendita degli «spazi» - Finito il tempo degli sconti estivi, la RAI-TV guadagna un miliardo in più - Un intrico di interessi con i gruppi privati - Perché quest'anno si rafforza la «campagna di persuasione»

Fra pochi giorni (il 3 febbraio) Carosello compie quindici anni: l'adolescenza di una nuova generazione di consumatori, milioni di bambini italiani, in questi tre lustri, sono stati educati ad attendere come l'ultima distrazione che precede l'ora del sonno; milioni di adulti lo aspettano come il definitivo ed ufficiale avvio del programma serali. Il suo ascolto è cresciuto parallelamente al crescere vertiginoso delle utenze televisive raggiungendo, nel '71 una media di oltre quindici milioni di telespettatori. La sua influenza sul costume nazionale e alcuni dei suoi personaggi e slogan vivono ormai anche fuori del video dopo avere conquistato spazi autonomi di una media cultura popolare. Da modesta rubrica pubblicitaria è divenuta, insomma, un «fenomeno» sociologico. E naturalmente, anche un affare di miliardi.

Dietro l'apparente spensieratezza di pochi minuti televisivi, Carosello sintetizza infatti e in modo davvero eccezionale, un insieme di aspetti del costume e della economia nazionali la cui analisi scopre insospettabile e spesso gravi realtà. Non è un caso, del resto, che nel mondo della pubblicità la partecipazione a Carosello sia meta ambita, come il Nobel per un letterato, o più precisamente, come un premio secolare nella gran lotteria del consumismo.

Qual è, dunque, la natura segreta della trasmissione? Vediamola innanzi tutto, dal punto di vista della sua proprietà: la Rai, l'ente pubblico, è soltanto un anello degli ampi spazi pubblicitari che la televisione si è costruita in questi anni e che comprendono altre rubriche come Break 1 e 2, Girondo, Gong, Tic-Tac, Arcobaleno, Doremi, I e 2, Intermex. Tutti questi «spazi» sono venduti attraverso la società SIPRA (che appartiene in pratica alla stessa Rai) con la collaborazione di una terza società, la Sipa, che appartiene alla Sipra e, quindi, ancora alla Rai. A questa ultima società è infatti demandato il compito di coordinare il materiale pubblicitario radiotelevisivo, controllarne i contenuti, predisporre insomma l'edizione definitiva per la trasmissione.

Passando attraverso questa complessa catena di competenze la Rai propone dunque alle aziende italiane il più ambito strumento pubblicitario. L'unico capace di rivolgerlo contemporaneamente a milioni di consumatori su tutto il territorio nazionale. E, all'interno di questo strumento privilegiato, espone la perla di Carosello, che per la sua collocazione oraria raccoglie la più elevata presenza di consumatori. Grazie a questa duplice selezione, Carosello diventa dunque — innanzi tutto — una pregiata merce di scambio per ottenere la quale i clienti devono sottoporsi a lunghissime attese e traversare una complessa trafila burocratica.

La vendita degli «spazi» televisivi, è regolata da una commissione paritetica formata da rappresentanti dei pubblicitari della Rai e della federazione editori del giornale: alla quale spetta il compito di evitare che le ditte si limitino alla più conveniente pubblicità televisiva rinunciando a quella stampata e danneggiando — si dice — i delicati bilanci dei quotidiani e dei periodici. Il meccanismo attraverso il quale questa commissione decide è assai complesso: ma qui basta ricordare che viene effettuato un calcolo del totale degli investimenti pubblicitari di ogni azienda e del totale degli investimenti per ogni settore merceologico (alimenti, alcolici, elettrodomestici, ecc.) sulla base di queste cifre, si

decide la percentuale massimale di investimenti televisivi per settore merceologico e, all'interno di questo, per le singole aziende. Insomma: può fare pubblicità in televisione soltanto chi vi impegni decine e decine di milioni, e di questi assegni una parte rilevante anche ad altri mezzi pubblicitari.

In pratica: il diritto di accesso a Carosello ed alle altre rubriche Rai è riservato soltanto a chi abbia un enorme bilancio pubblicitario. Soltanto i colossi dell'industria nazionale dunque, possono utilizzare uno strumento che presumibilmente è destinato a sviluppare la vendita e la produzione, rafforzandone dunque il peso economico. Il più importante veicolo pubblicitario del paese (e per di più un

veicolo pubblico) viene dunque gestito sotto la più sfacciatata etichetta del profitto privato, naturalmente incurante di qualsiasi programmazione. Il risultato è che la maggiore percentuale del tempo pubblicitario televisivo, è riservata a prodotti di consumo o voluttuari, rafforzando le tipiche distorsioni economiche delle società consumistiche (alimenti, dolci, bevande, detersivi e prodotti da toilette superano il 60 per cento del totale).

Anche così tuttavia, i pubblicitari interessati agli «spazi» di Carosello non sono contenti, vorrebbero incontrarsi con la pubblicità televisiva (e radiotelevisiva) presenta infatti, proprio per il suo accentratore carattere consumistico, un inconveniente: offre tempi equi-

Il 30 gennaio dell'anno. Sembra cosa da poco. Ma una efficace campagna pubblicitaria ha necessità di svilupparsi soprattutto in alcuni mesi all'anno, quando il potenziale consumatore dovrebbe avere a propria disposizione di acquisto sia psicologica che economica; i mesi che precedono la tredicesima e le ferie estive. I bimestri marzo-aprile e ottobre-novembre sono dunque i più giusti, mentre il periodo estivo è quello pubblicitariamente meno utile.

Per ovviare a questo inconveniente la Rai-Sipra, negli scorsi anni, veniva incontro ai suoi clienti limitandosi a praticare un certo sconto sulle tariffe estive. Da quest'anno, dopo l'avvento alla direzione aziendale di Pozzilli (incaricato dal direttore generale della Rai, Bernabè, di incrementare le entrate pubblicitarie) la situazione subirà una modifica. Gli sconti estivi sono stati ridotti al minimo, ma — nel contempo — verranno anche diminuiti gli «spazi» di luglio e di agosto.

Il presidente della Rai spererà (anzi ha già speso) i contratti, infatti, sono firmati con mesi di anticipo) due Tic-Tac, due Doremi, due Gong e due Arcobaleno nei mesi preferiti dai pubblicitari. Mesi, come abbiamo visto, nei quali i costi pubblicitari sono superiori.

Apparentemente, ed in termini di tempo globale, la pubblicità televisiva non aumenta. Aumenterà, tuttavia, la sua efficacia — e quel che più conta per Pozzilli e Bernabè — l'impaccio della Sipra e della Rai si può far calcolare, infatti, che questa piccola variazione di collocazione annua (accompagnata anche dall'aumento del prezzo di Brack) porterà alla Rai un utile netto di circa un miliardo di lire.

E' una cifra notevole, alla quale bisogna aggiungere, per quest'anno, il guadagno derivato da accordi mutamenti (di prezzo e di organizzazione) della pubblicità radiofonica, sollecitati pur essi dal direttore generale Pozzilli. Dietro questa cifra oscilla (che deve servire a presentare un bilancio politico-economico della Rai meno compromettente di quello degli anni scorsi) va sottolineata, tuttavia, la spregiudicatezza con la quale l'azienda gioca con uno strumento di persuasione che ha ripercussioni immediate sulla economia di tutto il paese; e vi gioca soltanto per difendere posizioni di gruppo e nascondere i guasti provocati da una politica produttiva sbagliata che ha gettato la Rai nella clamorosa crisi di questi ultimi anni.

Per milioni di italiani, dunque, l'uscita di un necessario consumo di spumante natalizio e di deodoranti estivi, sarà quest'anno più massiccia e coordinata. La perla di Carosello sarà più degnamente circondata, nei mesi cruciali dell'anno, da un più grande numero di pubblicità, da un più ricco ed adeguato ornamento; la sua stessa efficacia persuasiva ne verrà, dunque, irrobustita contribuendo a distorcere con maggiore rigore la spesa nazionale.

Questo intrico di interessi fra Rai e gruppi privati mette in luce, innanzi tutto, il fondamento di una preoccupazione generale: che la pubblicità non sia affatto, quando non venga socialmente controllata e organizzata, uno strumento di conoscenza del mercato e di informazione, ma di imposizione del consumo. Come ha scritto giustamente Francesco Indovina (in un saggio pubblicato dalla stessa Rai) «non è detto che la pubblicità sia un'informazione trasparente tutto il mercato; solo alcuni elementi, quelli pubblicizzati, sono messi in evidenza, mentre gli altri restano in ombra, procedendo distorsioni». Anche grazie a Carosello, insomma, il consumatore-teleselettore, è sempre meno informato quanto più crede di ricevere informazioni pubblicitarie.

Ma non è tutto qui. Parallela e questa preoccupante realtà economica infatti, la pubblicità televisiva (e Carosello in particolare, per la sua sconosciuta struttura spietata) presiede a molti aspetti di costume che hanno già offerto alla sociologia italiana la materia per vaste e significative analisi. Carosello, infatti, è un piccolo spettacolo televisivo della realtà sociale nazionale. Ma cosa rispecchia nei suoi show quotidiani? Quali proposte culturali ha offerto dal 1967 ad oggi? Il consumatore ideale che la rubrica ci offre quotidianamente a modello non è mai un operario o un contadino; è più spesso giovane che anziano, uomo anziché donna. Sembra che si possa essere consumatori felici soltanto riproducendo al modello sociale di un piccolo borghese, integrato e benpensante. E questa, come vedremo, non è soltanto una astratta scelta di lavoro pubblicitaria, bensì una proposta ideologica che trova riscontro in tutta la produzione della Rai.

Dario Natali

La TV a colori si diffonde in URSS

MOSCA, 14. Le trasmissioni a colori della televisione centrale dell'URSS vengono ricevute in circa sessanta città: lo ha dichiarato il vicepresidente del comitato governativo per la radiotelevisione dell'URSS L. Maksakov. Attraverso il sistema di ritrasmissione Orbita giungono anche in una altra ventina di città dell'Estremo Settentrione, della Siberia, dell'Asia Centrale e dell'Estremo Oriente. Un ampio sviluppo hanno trovato anche le trasmissioni a colori degli studi televisivi locali: ne vengono effettuate a Kiev, Tallin, Tashkent, Baku e Leningrado.

Nel periodo del nono piano quinquennale verranno organizzate trasmissioni televisive a colori nelle capitali di tutte le repubbliche federate, e inoltre a Gorkij, Sverdlovsk e Novosibirsk. Verso la fine del 1975 le trasmissioni a colori degli studi di Mosca giungeranno nella maggior parte delle città che attualmente ricevono il primo programma.

Un test indispensabile per sapere tutto e subito sulla nuova imposta; per applicarla bene, per addestrare in tempo il personale ed organizzare l'amministrazione.

FPCT Vallecchi editore Firenze

Una dispensa di 84 pagine a cura di A. Dorsa redatta secondo il sistema didattico FPCT - L. 1500, in tutte le librerie o presso Vallecchi editore Corso della Vittoria 60 - 28100 Novara.

30° MIGLIAIO

Questa è l'IVA. Un test indispensabile per sapere tutto e subito sulla nuova imposta; per applicarla bene, per addestrare in tempo il personale ed organizzare l'amministrazione. FPCT Vallecchi editore Firenze. Una dispensa di 84 pagine a cura di A. Dorsa redatta secondo il sistema didattico FPCT - L. 1500, in tutte le librerie o presso Vallecchi editore Corso della Vittoria 60 - 28100 Novara. 30° MIGLIAIO