



### Boom degli incassi per lo «Jedi»

WASHINGTON — Il maggiore successo commerciale americano del 1983 è stato «Il ritorno dello Jedi» che ha incassato, da maggio a novembre, 235 milioni di dollari (pari a 400 miliardi di lire) negli Stati Uniti e in Canada. Il giorno della sua uscita sugli schermi americani, il film di George Lucas, terzo episodio delle «Guerre stellari», ha fatto registrare l'incasso fantasmagorico di 8,11 milioni di dollari (oltre 13 miliardi di lire). Tuttavia non

ha toccato le vette di «E.T. di Steven Spielberg che rimane finora il più grande successo commerciale della storia del cinema. Le cifre definitive del 1983 non sono state ancora rese note. Si sa tuttavia che nel 1981 le sale cinematografiche americane avrebbero incassato tre miliardi seicentomila dollari (oltre 6000 miliardi di lire) contro i tre miliardi quattrocentocinquanta mila dollari del 1982. È successo più sorprendente è stato quello di «Flashdance» un film costato relativamente poco e che è arrivato secondo nella classifica degli incassi con 90 milioni di dollari (circa 143 miliardi di lire). Tra gli altri che hanno riempito le sale americane figurano «Wargames» di John Badham.

### Sempre più facile fare «clie»

NEW YORK — Le innovazioni tecnologiche nel campo degli audiovisivi non finiscono mai. Proprio in questi giorni il mercato americano è stato invaso da due nuovi prodotti della Kodak e della Polaroid. Vediamo di che si tratta: la Kodak (gigante del settore pellicole) ha fatto il suo ingresso sul mercato degli strumenti elettronici con un sistema di videoregistrazione completamente nuovo. La teleca-

mera ha incorporato il sistema di registrazione e quindi non c'è bisogno di cavi o pesanti valigette per «filmare»: in più, basta inserirla dopo l'uso nella sua custodia e collegarla ad un apparecchio TV perché il tutto funzioni come videoregistratore. L'insieme pesa soltanto due chili e mezzo ed è perfettamente portatile. La Polaroid invece lancia una sua nuova pellicola che si può usare su qualsiasi tipo di macchina e somiglia in tutto ad una qualsiasi 35 millimetri. Una volta scattata la foto si prende il rullino e lo si mette in un piccolo contenitore, una microcamera oscura dove avviene lo sviluppo. Dopo cinque minuti sono pronte delle diapositive, basta tagliarle e metterle nei telelenti.

### Roma in fila per la «Tempesta»

«Tempesta» sul Valle — in palcoscenico, con Massimo Bonetti, Franco Carraro, Marcello Cortese, Franco Graziosi, Giulia Lazzarini, Luciano Mastelloni, Luigi Ottoni, Mario Porfido, Piero Sammartano, Ferruccio Soleri, Enzo Tursico, Fabiana Udenio, Mario Valgoli, Augusto Zepetelli, per la regia di Giorgio Strehler, nel nome di William Shakespeare — e davanti al botteghino, preso letteralmente d'assalto dal 25 novembre scorso, fin dalle prime ore del mattino e ininterrotta-

mente. Così un comunicato del Piccolo Teatro di Milano sintetizza l'enorme successo riportato a Roma dallo spettacolo. «Le repliche si concluderanno il 19 gennaio con la pomeridiana domenica delle ore 17. Da ogni parte si sono moltiplicate e si moltiplicano le richieste di una prosecuzione delle rappresentazioni. Richieste purtroppo impossibili da soddisfare, dati i precedenti, indelegabili impegni presi sia dalla compagnia del Piccolo Teatro che dal Teatro Valle. La «Tempesta», che è arrivata al Valle dopo avere inaugurato, il novembre scorso, il Théâtre de l'Europe, con sede al teatro «Odéon» di Parigi sarà replicata dal 14 gennaio al 19 febbraio a Milano, al Teatro Lirico.

### Lagorio da Craxi per la censura

ROMA — Il presidente del consiglio Craxi ha ricevuto il ministro del turismo e dello spettacolo Lelio Lagorio, il quale gli ha esposto le iniziative italiane in programma nel quadro delle prossime Olimpiadi estive di Los Angeles. Il ministro Lagorio ha illustrato al presidente del consiglio due decreti-legge in via di elaborazione. Il primo punta all'abolizione della censura cinematografica, l'altro prevede nuovi interventi finanziari e agevolazioni fiscali per lo spettacolo (cinema, teatro e musica).

**L'inchiesta** Una indagine della Doxa disegna l'identikit del pubblico cinematografico: lo spettatore-tipo ha tra i 15 e i 24 anni, non si fida delle recensioni e ama i film Usa

# Registi e critici italiani un sondaggio vi accusa

È un giovane di età compresa tra i 15 e i 24 anni, va al cinema almeno una volta al mese, ma con frequenza assai minore rispetto a sei anni or sono. Perché? Perché ha meno tempo, giulda scadenze i titoli in cartellone e troppo alto il prezzo del biglietto d'ingresso (che è mediamente di 4.300 lire). Il rito del film si celebra il sabato o la domenica in compagnia di altre persone, spesso in veri e propri «gruppi» all'interno dei quali la scelta di che cosa andare a vedere avviene tenendo conto di più pareri. Ecco l'identikit dello spettatore-tipo. Quali sono le sue scelte? Vede di preferenza commedie o film comici di produzione recente o recentissima (due anni è il limite massimo d'invecchiamento consentito) e dà la preferenza a prodotti nazionali o anglosassoni dopo essersi informato per tempo sulle caratteristiche del prodotto in programma (spesso alcuni giorni prima dell'ingresso nella sala) ed aver individuato il locale sulle pagine di un quotidiano o guardando la pubblicità. Le sue decisioni sono influenzate soprattutto da due fattori: gli attori che interpretano l'opera e l'argomento che vi è affrontato. Per tenersi aggiornato ricorre al parere di altri spettatori o al programma della televisione. Se abita in un piccolo centro o in una città, in generale è soddisfatto o «non insoddisfatto» di ciò che ha visto, la cosa che più lo infastidisce è il comportamento inurbano degli altri spettatori.



I due ragazzi del film «Wargames» di John Badham e accanto John Travolta in «Staying Alive»



## Vincono sempre i kolossal

Questo ritratto dello spettatore cinematografico 1983 emerge da una ricca e interessante indagine portata a termine dalla Doxa su incarico dell'AGIS, l'associazione che riunisce, fra gli altri, gli esercenti cinematografici. Un'iniziativa che giunge dopo analoghe ricerche compiute nel 1965, 1972, 1977 e 1982. È così disponibile un quadro articolato e «disteso» nel tempo, una vera e propria radiografia di ciò che è stato ed è il pubblico del cinema. Vediamo di approfondire questo identikit su tre questioni: il rapporto fra spettatori e critica, i film trasmessi dalla televisione e il giudizio sulle varie cinematografie. Le critiche. Undici spettatori su cento si rivolgono alle recensioni dei quotidiani o dei periodici per trarne lumi sui vari titoli in cartellone. Un «peso» non molto consistente, ma neppure trascurabile, che tende a crescere con il passare del tempo. È questo un effetto della progressiva «qualificazione» del consumo cinematografico. Intenda-

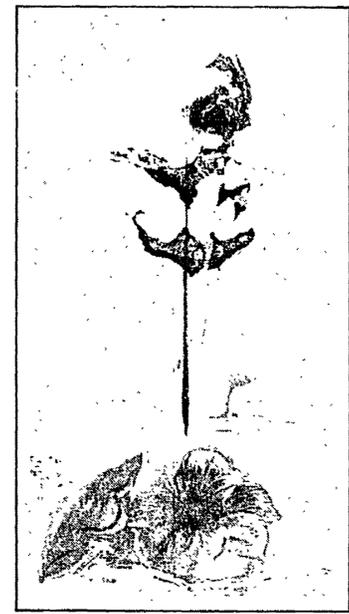
Nel 1983, gli spettatori paganti nelle sale cinematografiche sono stati, in Italia, 190 milioni (furono un miliardo l'anno nel 1956, 454 milioni nel 1976) 500 sale hanno chiuso (313 definitivamente). Da questi dati derivano i consueti lamenti sulla morte del cinema, annunciata e smentita ormai da diversi anni. Ma, oltre alle cifre, quali sono le tendenze, le novità di questa annata cinematografica? Cominciamo dagli USA: il 1983 è stato un ottimo anno per parecchi film americani, che hanno registrato incassi in tutto il mondo. Gli americani (critici e cineasti) con cui abbiamo avuto modo di chiacchiere durante i vari festival «coltivati nel corso dell'anno» spiegano che questo «boom» ha delle cause precise. Monte Hellman (regista della Spataria) e Robert Sklar (critico storico della New York University) ci hanno entrambi detto, in tempi e luoghi diversi, che la costante del cinema americano degli anni 80 è la seguente: i grandi majors realizzano ormai non più di due-tre grossi film all'anno, concentrandosi il resto della propria attività sui programmi televisivi (in Italia la Rai commissiona film, negli USA si viene loppando: le grandi case cinematografiche producono per le reti TV) e lasciando alle case medio-piccole la produzione di genere, diretta al mercato interno e di cui in Europa arriva solo una piccolissima parte (i generi di

moda sono due: l'horror e la commedia sexy-adolescenziale). Prima conseguenza: la sparizione del prodotto medio, che era la grande forza di Hollywood sino a tutti gli anni 50, e i cui stereotipi si sono trasferiti in massa nei telefilm e nei cosiddetti TV-movie, film di normale durata, e di medio budget, prodotti direttamente per il piccolo schermo. Secondo fattore, connaturato alla scelta di cui sopra: la concentrazione di capitali su pochissimi titoli. Secondo Monte Hellman, la nuova filosofia dei produttori USA è: per incassare molto, bisogna spendere molto. Gli incassi dell'83 sembrano dire che tale filosofia è quella vincente: Tootsie, Flashdance, Stayin' Alive. Il ritorno dello Jedi e i due 007 rientrano perfettamente in questo schema. Grosse cifre non se ne sono registrate: i film dimostrarono, quei pochi costano cifre da capogiro ma incassano moltissimo. Sul mercato USA, e su quello italiano, vanno fatte altre considerazioni. L'83 sembrerebbe segnare una battuta d'arresto nella resa commerciale dei cosiddetti «film di qualità». Lo stesso Fellini non sta registrando incassi degni della sua fama, anche se «E la mente è un film che potrà rendere molto di più sulla lunga distanza. Si deve pensare che mai come quest'anno è venuto meno il potere promozionale dei grandi festival, con la Palma d'oro di Cannes assegnata a un film giapponese. La ballata di Maratona, buona ma diretta da un regista poco conosciuto. Shoplifters, un film di grande qualità, ma con un cast di attori outsider. Il caso dell'anno è senza dubbio il mistero dei giardini di Compton House, un film inglese assai colto, diretto da un raffinato pittore-intellettuale come Peter Greenaway, prodotto da un organismo di Stato (il British Film Institute); un film in cui nessuno crede e che ha rastrellato incassi sorprendenti negli USA, partendo benissimo anche in Italia. Per i film italiani, l'83 è stato un anno-atalena che ha visto alterarsi i favori come Sing Sing a incassi ragguardevoli per altre commedie. Lo sfruttamento del film, però, è una cosa sempre meno sicura (in Italia, ad esempio, la tenuta dei «nuovi commi» come Nuti, Troisi, Verdone...). Dall'altro lato i grandi successi americani dovrebbero far capire due cose: primo, anche il film più demerito deve essere confezionato con un lusso esteriore (si pensi a Flashdance) che i sottoprodotto italiani per lo più si sognano; secondo, il successo commerciale è sempre più esclusivo del «film-avvenimento». Per intenderci, Flashdance e Stayin' Alive non sono «solo» film, sono oggetti di moda, veicoli di propaganda di propaganda e mille altre cose. Ma dire mai non c'è un film di Bond, è il ritorno di Sean Connery, «con annessi e connessi». Wargames non è un «film di John Badham» (chi lo conosce!), è uno spettacolo supertecnologico su computer e sulla paura della bomba. Il film, per sfondare, deve trasformarsi in un «altro da sé». Il cinema-cinema ormai si vede solo in TV.

Alberto Crespi

mo, questa «qualificazione» nasce soprattutto dal restringimento del mercato, dalla contrazione della domanda, dallo sfoltimento del pubblico. Tutto ciò ha contribuito alla formazione di uno spettatore «più selettivo», un fruitore che «consuma» meno cinema, ma pondera maggiormente le scelte. Che poi queste ultime siano condizionate dai mezzi di comunicazione di massa, dalle pratiche pubblicitarie, dall'industria culturale intesa in senso lato significa solo che buona parte del «dato» a disposizione del pubblico risultano manipolati e non viene meno la volontà di «cogliere» questo o quel titolo anziché, come capitava una ventina d'anni or sono, «ingurgitare» qualsiasi cosa passi sugli schermi. Il rapporto con la critica, tuttavia, non è affatto «pacifico». La metà di quanti leggono abitualmente le recensioni pubblicate nei giornali le giudicano chiare e comprensibili, ma uno spettatore su tre la pensa in modo decisamente diverso. Peggio ancora per ciò che concerne l'affidabilità e la capacità di giudizio dei recensori: più della metà degli intervistati considerano le critiche poco obiettive e quattro su dieci ne valutano troppo benevoli gli estensori, mentre altri tre sono di diverso parere. Il desiderio è di avere recensori che contengano informazioni precise sugli argomenti e la trama del film unite ad un giudizio di valore espresso con linguaggio comprensibile e in modo obiettivo. La TV. Oggi, anche per gli spettatori affezionati, il concetto stesso di «cinema» appare più attinente alla trasmissione di film che non alla visione «in sala». Basta pensare che tra gli stessi frequentatori assidui solo uno su tre va al cinema almeno una volta a settimana, mentre tre ne vedono un pezzo di tempo. Per quanto riguarda l'interesse per le opere mandate in onda, le «private» registrano un fortissimo balzo in avanti rispetto al 1977 e superano di gran lunga la Rai. In particolare 4 spettatori su dieci considerano migliore quanto programmato dai vari canali che costellano il paese, mentre solo due, sempre su dieci, pensano la stessa cosa delle offerte dell'emittente di Stato. Per quanto concerne, infine, la valutazione delle diverse «nazionalità» filmiche gli americani raccolgono allora a piene mani (quattro spettatori su dieci sono convinti che i film USA siano migliorati negli ultimi anni, mentre oltre la metà degli interrogati valuta in modo opposto l'andamento dei prodotti italiani), confermando così le tendenze complessive del mercato. Indagini come questa, utilissime per scoprire o verificare i «comodi» del pubblico, non rappresentano una mappa delle «volontà» degli spettatori, quanto la «certificazione» degli esiti a cui è approdata una certa organizzazione di mercato. In questo modo il profilo del «cliente» di film» che emerge da quest'inchiesta è assai più simile ad una radiografia che non al ritratto di un ideale «uomo cinematografico».

Umberto Rossi



«Elbow», una delle opere grafiche del pittore Piero Guccione

**La mostra**  
In un mercato invaso da stampe d'autore che degli artisti portano solo la firma, servono iniziative che ristabiliscano un metodo: l'esposizione romana della grafica di Guccione è, in questo senso, esemplare

# I replicanti della pittura

ROMA — Negli ultimi anni c'è stata una diffusione enorme dell'opera incisa e a stampa di varia tecnica: calcografica, litografica, serigrafica, lineografica e di rilievo per fotoincisione. Quante decine di migliaia di fogli a stampa circolano oggi in Italia? È assai difficile tenerne il conto. Sia perché non esiste nessuna istituzione pubblica per la grafica dove sia obbligato depositare almeno una copia di ciascuna opera incisa e stampata sia perché le tecniche di riproduzione, in mano a tecnici tanto abili quanto senza scrupoli, con l'artista consenziente e che firma la tiratura, hanno inflazionato il mercato delle stampe.

Il tecnico ha sempre avuto la sua parte importante a fianco dell'artista nella realizzazione di una stampa. Ma gli artisti erano più limpidi, a margine della stampa veniva indicato chiaramente sia il nome di chi aveva illustrato o creato l'immagine sia il nome del tecnico artista-artigiano che l'aveva incisa. In un periodo di grande fortuna italiana della stampa, un grandissimo disegnatore come Pinzetti realizzò più di quattrocento disegni originali perché fossero tradotti in illustrazioni per libri — è rimasta famosa una «Gerusalemme Liberata» pubblicata dall'«Arte» in Venezia — in un stampo a vendetta sciolto e che erano riciclati in stampe private veneziane: sono restati esemplari delle incisioni da suoi disegni fatte dal Pittori, dal Cattini, dal Viero e dal Faldoni.

Oggi, invece, il tecnico è un factotum occulto che può ricavare da un fotocolore di un pittore un'acquaforte o una litografia colorata che l'artista firmerà in tiratura senza quasi averne messo le mani. Il nuovo collezionista, il nuovo amatore di stampe e più semplicemente colui che pensa di investire bene i suoi soldi, comprano delle stampe e non delle belle immagini di pittori e scultori. E quanti sono gli artisti incisori? Il Catalogo Nazionale della Grafica Bolaffi ne elenca circa settanta, ma sono molti di più. È un giro di tanti miliardi con una grande confusione tecnica e culturale su quel che è un'opera grafica originale d'autore; e su tale confusione scatta il falso e la truffa.

Bisogna quindi salutare calorosamente tutte quelle iniziative, di o mostre o di cataloghi generali, che mirano a valorizzare il pittore un'acquaforte o una litografia colorata e i cataloghi generali dell'opera incisa di Renzo Vespianni (Franca May Editrice), di Alberto Ziveri (Archivio della Scuola Romana), di Tono Zancanaro (Nuovi Sentieri Editore) e di Luigi Veronesi (Umberto Allemandi Editore): tutte pubblicazioni che finalmente mettono ordine e chiarezza; ne guadagnerà il mercato e la cultura vera dell'opera a stampa. Le pubblicazioni di alcuni di questi cataloghi sono stati anche accompagnati da mostre che sono state una scoperta e una rivelazione di veri e propri tesori di tecnica e di poesia come quelle recenti di Ziveri a Roma e di Veronesi a Milano. Una mostra doppia, importante e bella, anche se non c'è ancora il catalogo generale, è quella dell'opera grafica di Piero Guccione dal 1961 al 1983 aperta, in Sicilia, alla Galleria d'Arte Moderna del comune di Paternò e, a Roma, alla Galleria Giulia (via Giulia 148) fino al 29 gennaio.

risceppato di un pittore capace di tenere una qualità pura e assoluta di tensione ideale e sentimentale sul molto quotidiano e sul molto terrestre per un tempo lungo con una meraviglia costante tecnico-artistica e quasi senza cadute. Piero Guccione come grafico è assai tradizionale e i motivi figurati non hanno nulla di scioccante o di provocante. Il soggetto e il motivo pittorico sono per lui importanti solo in quanto inseparabili dall'esistenza, dalle ore e dalle stagioni della vita e della natura.

Ma l'unità in tutto il gran fluire delle cose del cosmo e dell'esistenza è fatta dalla luce nel suo gran fulgore mediterraneo e meridiano o nel magico scolorito quando lascia gli oggetti alle ombre della sera o dell'anima. Può essere un segno sottile e che penetra in grandi profondità psichiche oppure una larga chiazza di materia raggiante di luce, ma è sempre il colore che decide della struttura, della costruzione e dell'intensità ideale e sentimentale dell'immagine mediterranea. Che della luce, serena, radiante, penetra con sicurezza e gioia fin dove lo sguardo arriva. Non è un colore soltanto fatto sull'attimo colto sul motivo naturale o ambientale: è, invece, un colore distillato in una lunga osservazione e in una riflessione molto analitica e che si sciolge nella luce ed esistente in un colore che cattura la luce nei mesi e negli anni e la restituisce come forma «attilite» di un'identità e di un modo di vedere e di far ordine tra le tante cose dell'esperienza.

Guccione che è siciliano è tornato in Sicilia, a Scicli, presso Ragusa, da diversi anni dopo aver vissuto, lavorato e insegnato a Roma. Quel mare e quei soavi scavi e carezze di luce folgorante o leonardesca della sera sono una scelta. Per questo il rapporto tra la materia-colore e la luce è così essenziale, così decisivo, così strutturante; e noi, in questo modo di pitturare e far acquaforte e litografie, vediamo l'indicazione e la proposta di un modo di guardare il mondo, di sentirlo positivo e generante, di cercare sempre e comunque, anche nel tragico, la trasparenza.

Sono di grande suggestione, ai fini del discorso sulla qualità di tale sguardo, i riferimenti che Guccione fa alla pittura, che ama: quella di Vermeer, di Signorelli, di Munch, di Bacon, di Friedrich. C'è un tritico litografico col veliero come omaggio a Caspa; David Friedrich e alla sua allucinata contemplazione dell'infinito dove, in tre diverse condizioni di luce dall'aurora alla notte profonda, Guccione persegue con ossessione lirica la trasparenza del mondo: è un capolavoro. È, proiettata nello spazio aperto del mare e del cielo, la stessa tensione, la stessa avventura dell'immaginazione, la stessa certezza dell'essere che erano nei motivi urbani della città riflessa sulla carrozzeria lucida delle automobili della fine degli anni sessanta e dei primi degli anni settanta.

Enrico Crispolti, nella presentazione, sottolinea che le opere grafiche di Guccione seguono fedelmente la pittura ma con varianti, esperienze diverse, approfondimenti del mezzo tecnico usato con assoluta proibizione, senza mistificazioni. E vero: ci sono i detersivi, le rondini, i giardini mediterranei con le sbarre, le antenne televisive, la figlia Paola, le attese di partire all'aeroporto, le automobili con i riflessi, le linee del mare e le linee della terra, le ombre sulla terra e sul mare, gli omaggi agli amati pittori antichi. Pigna consistenza e giganteggia, immagine delle immagini, prima la memoria mediterranea e poi il ritorno in Sicilia che è per il pittore il luogo della ritrovata identità, della vita, dei sogni, dei pensieri e il luogo delle immagini oggi possibili.

Dario Micacchi

## CASSA PER IL MEZZOGIORNO

Il foglio delle iscrizioni della Gazzetta Ufficiale n. 354 del 28.12.83 pubblica i bandi delle gare di appalto di lavori finanziati dalla Cassa per il Mezzogiorno. Le gare riguardano la fornitura di arredi nelle scuole agrarie di Tortoli (NU), Città Ducale (RI), Marsala (Trapani) e lavori di ristrutturazione edifici monumentali in Sicilia. I dettagli circa le modalità e i termini per la partecipazione a dette gare potranno essere rilevati dagli interessati nei bandi suddetti.

## COMUNE DI RAVENNA

Avviso preventivo di licitazioni private  
Il Sindaco, a mente dell'art. 10 legge 10.12.1981 n. 741, rende noto che il Comune di Ravenna intende indire 2 gare di appalto a licitazione privata per l'assegnazione dei lavori inerenti la costruzione di:  
- Una scuola media a 24 aule in zona S. Biagio Nord - 1° stralcio sede ed uffici - base d'appalto L. 2.300.000.000.  
- Una scuola materna a 3 sezioni in località Porto Fuori di Ravenna - base d'appalto L. 556.000.000.  
Le imprese che intendono essere ammesse alle gare dovranno presentare - per ogni gara - domanda in carta legale, indirizzata al Sindaco di questo Comune, entro il 15.1.1984.  
L'appalto sarà aggiudicato secondo la procedura prevista dall'art. 1, lettera A) della legge 2.2.1973 n. 14. Richiesta iscrizione ANC cat. 2.  
Le richieste di invito non vincolano l'Amministrazione all'ammissione alla licitazione privata  
Ravenna, 27 dicembre 1983  
IL SINDACO  
G. Angelini

## OPERA UNIVERSITARIA DI FERRARA

AVVISO DI GARA  
L'Opera Universitaria di Ferrara indirizza quanto prima un appalto concorso ai sensi Art. 15 lettera b) legge 30-3-1981 n. 113, per la fornitura di attrezzature ed impianti per la mensa universitaria da collocarsi nel complesso convenuale di S. Maria della Consolazione. Le domande di partecipazione su carta legale, indirizzate a: OPERA UNIVERSITARIA DI FERRARA - Corso Giovecca, n. 150 - 44100 FERRARA, dovranno pervenire entro il 31-1-1984 redatte nei modi indicati nel bando pubblicato nelle Gazzette Ufficiali della Repubblica e della CEE.  
IL PRESIDENTE  
(Prof. M. Ripa)