

Il rock
 è sempre la «musica giovane»? I nuovi dischi di due cinquantenni, Joe Cocker e Paul McCartney, sembrano dire il contrario

Sono iniziate
 in Nicaragua le riprese di «Sandino», il film di Miguel Littin sulla vita del grande rivoluzionario. Produce Reteitalia

Vedi retro

CULTURA e SPETTACOLI

L'immagine dell'immagine

ROMA. Sono due volumi di oltre 300 pagine, incisa in Italia, disegni grafici. Da dove iniziare? Ecco, ad esempio, una inedita suddivisione socio-televisiva degli italiani (si veda la tabella, come per i voti assegnati a testate e reti e i giudizi sugli spot, certamente il conduttore principale, ma l'organizzatore delle tv berlusconiane); ci sono le risposte di 400 opinion maker, personaggi con ruoli dirigenti nel paese. Ad esempio, che cosa pensano di Manca e Agnes? Ebbene, il 77,9 per cento di questi opinioni privilegia Agnes, Manca alla testa di un partito politico dentro la Rai, il 14,37 per cento la medesima cosa di Agnes.

L'indagine si basa su due analisi: l'immagine della tv, condotta da 14000 articoli di quotidiani e periodici; l'immagine della tv che la gente percepisce direttamente, elaborata su un campione doppio: 400 esponenti del ceto dirigente (individuo in circa 40 mila persone) e 4000 elettori rappresentativi della popolazione (44 milioni e 478.036) superiore ai 18 anni, detti «opinione pubblica». L'indagine è stata realizzata dalla Makno e dalla Makromedia e diretta da Mario Agnes, presidente di Makno, e da Giorgio Grossi, partner della Makromedia, che ieri mattina l'hanno presentata in una conferenza stampa, con Luigi Mattucci, segretario del consiglio di amministrazione Rai. Questa indagine costituisce la base di un «osservatorio permanente» istituito presso la Rai, un monitoraggio periodico, per il quale è prevista una «seconda indagine» in autunno, con i risultati pubblicati in un numero speciale di dicembre '88 e aprile '89.

La Rai ne esce complessivamente bene, pur con una immagine non contraddittoria, «zavorrata» dalla dipendenza politica e dalla burocratizzazione; mentre la Fininvest pare inchiodata al surplus ossessivo di spot. Il primo vantaggio alla Rai è assegnato dall'opinione pubblica (il campione è di 49,7% di maschi, al 50,3% di donne); la preferisce il 38,5%, contro l'11,9% del filo-Fininvest. I contesti rappresentano ben il 31,6%. Essi assegnano a Rai e Fininvest funzioni in parte analoghe e in parte complementari (ad esempio, la Rai è considerata il «canale di massa», la Fininvest il «canale di nicchia»); ma mostrano irritazione per gli eccessi di spot. I «televantieri» (18%) sono la parte onnivora del pubblico; più che scegliere, consumano e passano.

Molto più problematico il rapporto dei 400 opinion maker, tra i quali torna lo squilibrio tra i sessi: 75,1% di maschi, 24,9% di donne. Alla Rai si riconosce una grande capacità produttiva, primato tecnologico, grandi competenze tecniche, ed elevata professionalità, capacità di valorizzare risorse artistiche. Che cosa non va? La lottizzazione politica del gruppo dirigente, l'assenza di

La Rai? È «solida». Berlusconi? È «leggero». La prima dipende troppo dai politici, la Fininvest troppo dalla pubblicità

Un'indagine tra i telespettatori e una sui giornali illustrano vizi e virtù delle reti pubbliche e del più grande gruppo privato

ANTONIO ZOLLO

IDENTIKIT DEL TELEDIPENDENTE

Consistenza %	TELEVARIANTI 18,0	FILOFININVEST 11,9	CONTESEI 31,6	FILORAI 38,5
Principali caratteri socio-demografici	femmine giovani e anziani	femmine giovani	femmine età centrali (34-54 anni)	maschi 25-34 anni e sopra i 45 anni
	lic. elementare o nessun titolo	media inferiore	diploma professionale o nessun titolo	media superiore o laurea
	artigiani commercianti operai	disoccupati casalinghe studenti	agricoltori impiegati casalinghe	imprenditori dirigenti professionisti insegn. impiegati pensionati
	metropoli e grandi paesi del Centro-Sud	città di provincia del Nord-Ovest	piccoli paesi e città medie e grandi del Nord	grandi città e piccoli paesi del Nord-Est

chiarezza degli obiettivi strategici, la scarsa capacità di prendere decisioni rapide; giudizio impetuoso ma veritiero, che si traduce specularmente in giudizio positivo per la Fininvest. In questo segmento di pubblico e sotto il profilo aziendale la Rai registra l'area di maggior debolezza: subisce il pregiudizio politico e la mancanza di una visibile strategia d'impresa da contrapporre a quella di Berlusconi, immobilismo contro modernità.

Questo blocco di valutazioni fa da cerniera con altri giudizi espressi dai due campioni e con l'immagine di Rai e Fininvest fornita dall'indagine

sulla stampa. A una larga adesione al sistema misto (85% dell'opinione privilegiata e 75,6% dell'opinione pubblica) la riscoperta un rigetto per gli eccessi di spot delle tv private, che ha la sua punta, alla (54,6%) nell'opinione privilegiata; la Fininvest ha l'esclusiva delle valutazioni negative (troppa, aggressiva, ripetitiva) in riferimento alla pubblicità. Anzi, a livello di opinione pubblica si capovolge lo schema: sfuma il pregiudizio politico sulla Rai, si fa più riconoscibile il giudizio negativo sugli spot di Berlusconi. Entrambi i campioni ritengono che la Rai abbia reagito bene alla concorrenza di Berlusconi (82,9% dell'opinione privilegiata e 74,8% dell'opinione pubblica). Per quel che riguarda la natura della Rai, essa è generalmente percepita come grande azienda pubblica, ma anche come istituzione politica; questa, nel campione ristretto, assume però i connotati della struttura politico-burocratica ministeriale. Entrambi i campioni dicono che i tratti positivi della Rai sono tradizione, cultura, impegno, serietà, quelli negativi, immobilismo e moralismo. La valutazione della funzione storica della Rai torna a dividere i due campioni: essa ha condizionato l'opinione pubblica per il 51,3% del campione ristretto,

contro il 34% del campione allargato; è stato uno strumento di pressione dei partiti per il 33,8% del primo campione contro il 20,4% del secondo. Giudizio coincidente sul dover essere della Rai: espressione della forma istituzionale del servizio pubblico.

L'immagine di marca. Anche in questo segmento di indagine trova conferma la simmetria dei punti di debolezza della Rai (dipendenza politica) e della Fininvest (dipendenza dalla pubblicità). L'opinione pubblica associa la Rai ai caratteri di affidabilità, stabilità, grandezza, pulizia, serietà, moralità, profondità; la Fininvest appare «allegra, rapida, coraggiosa, giovane». Nell'opinione privilegiata i giudizi prevalenti sono di nuovo ribaltati: la Rai è lenta, triste, passiva, timida, la tv privata anche instabile, piccola, pericolosa, superficiale, disprezzabile. Insomma, l'immagine Rai è di «solidità», quella Fininvest di «leggerezza».

La Rai esce più che bene anche dall'indagine sulla stampa (13 quotidiani, 16 periodici, con la consueta esclusione dei giornali di partito). La Rai è citata 10.355 volte contro le 5.592 della Fininvest: in termini di visibilità il rapporto è, dunque, di 2 a 1. Il 60% degli articoli ha riguardato i programmi, con schiacciata prevalenza di quelli tv su quelli radiofonici. La Rai è visibile soprattutto come azienda, prodotto, marca; la Fininvest è sinonimo di Berlusconi, che da solo rappresenta 1/3 della presenza del gruppo. Gli articoli presentano valutazioni neutre al 21,1% per la Rai, al 33,4% per la Fininvest; positive al 44,6% per la Rai, al 40,1% per la Fininvest; negative al 34,3% per la Rai, al 26,5% per la Fininvest. Inoltre: la Rai appare come il soggetto del sistema più controllato in termini legislativi ed è identificata, ormai, più come azienda che sia sul mercato che come servizio pubblico. La Fininvest, invece, appare caratterizzata da elevata imprenditorialità (agisce l'imperativo della pubblicità) e da un «tasso non irrilevante di vincoli politici».

La dimensione culturale, resta il vero punto di forza (l'informazione ne costituisce il nocciolo) della Rai nei confronti della Fininvest. In conclusione, da questo monitoraggio multimediale si ricava che - in ordine decrescente - i punti di forza della Rai sono: qualità dei programmi; le regole: l'essere istituzione che sta, però, sul mercato; la capacità di innovazione; la capacità gestionale; la produzione; l'essere orientata al marketing; per la Fininvest: capacità gestionale; imprenditorialità; qualità dei programmi; orientamento al marketing; innovazione; programmi specializzati. I punti di debolezza della Rai sono: i vincoli politici; una residua tendenza al monopolio; quelli della Fininvest: i vincoli della pubblicità; la tendenza all'oligopolio; la mancanza di regole; i vincoli politici.

Henze torna alla guida del «Cantiere» di Montepulciano



Hans Werner Henze (nella foto) torna alla guida del «Cantiere internazionale d'arte» di Montepulciano. Sarà affiancato da Gaston Fournier Facio. Il compositore fu nel '76 il direttore della manifestazione toscana che, negli anni, si è conquistata un posto di tutto rilievo nell'affollato panorama dei festival estivi. La «formula» (giovani artisti di tutto il mondo, professionisti di grande fama e gruppi locali di valore) si è dimostrata riuscitissima e fortunata. Per il futuro Henze ha annunciato una particolare attenzione al teatro d'opera del '700 e al teatro musicale del '900. Per l'edizione '89 è previsto un ampio spazio ai compositori inglesi e italiani.

Proclamati i sei vincitori della selezione «Bancarella»

Sono stati proclamati i sei vincitori della selezione «Bancarella» 1989. Sono Roberto Calasso con *Le nozze di Cadmo e Armonia*, Umberto Eco con *Il periodo di Foucault*, Giulio Cesare con *La patria*, Giuseppe Gatti con *Stephen Hawking* con *Donna d'onore*. La proclamazione del vincitore del premio «Bancarella» avverrà invece domenica 23 luglio a Fontemoli con lo spoglio pubblico delle schede votate dai librai di tutta Italia.

È guerra aperta tra Warner e Paramount

L'obiettivo è un impero di carta che comprende testate come *Time*, *Life*, *Fortune*, *Money*, *Sports Illustrated*. Per il controllo della Time inc. si è scatenata una guerra senza esclusione di colpi tra due giganti hollywoodiani. La Warner Bros e la Paramount. La notizia che la Paramount avrebbe rinunciato sulla già stratosferica offerta della Warner per l'acquisto della Time ha colto di sorpresa il mondo finanziario statunitense. Le due major, infatti, vengono ritenute molto vicine se non parenti. Insieme hanno recentemente acquistato alcuni studi cinematografici. Le azioni della Time sono state valutate dalla Paramount 173 dollari l'una, esattamente un 60 per cento in più dell'offerta Warner. È la prima volta che due giganti dell'industria cinematografica si danno apertamente battaglia. A differenza della Warner, la Paramount non ha nel suo portafoglio né etichette musicali né cable television. Conta invece un poderoso listino editoriale che annovera, tra l'altro, case editrici come Simon & Schuster, Prentice Hall e Pocket Books.

De Chirico: 900 milioni per «Interni metafisici»

L'«Interni metafisici» dipinto da Giorgio De Chirico nel 1926 è stato aggiudicato all'asta organizzata a Milano dalla Finarte per 900 milioni. L'anonimo acquirente ha dovuto battere un'accesa concorrenza. Oltre al dipinto di De Chirico nella stessa asta di lunedì sono stati venduti un Morandi del '43 per 730 milioni, Velocità d'autorevole (1912) di Giacomo Balla per 480 milioni, *Natura morta* (1915) di Ardengo Soffici per 450 milioni, *Green Hallway* (1955) di Max Ernst a 275 milioni, *I Kastratori* (1922) di Oltone Rossy per 255 milioni.

Matrimonio «privato» per Costanzo in Campidoglio

Alle 7,30 di ieri mattina, e alla presenza di una quindicina di persone tra parenti e amici, Maurizio Costanzo e Maria Fiorentino, in arte Maria Flavi, si sono sposati in Campidoglio. Alla cerimonia non sono stati ammessi i fotografi i quali hanno vivacemente protestato per l'esclusione. Il matrimonio è stato celebrato dal prosindaco di Roma Pier Luigi Severi, amico fin dall'infanzia di Maurizio Costanzo.

Per pagare il divorzio vende il violoncello

Julian Lloyd Webber, uno dei più noti concertisti inglesi, è nei guai. Per pagare le spese legali del divorzio e per assicurare gli alimenti alla ex moglie Celia dovrà vendere il suo «deleto» violoncello. Lo strumento, opera del 1791 del liutaio italiano Giuseppe Guadagnini, è valutato circa 160 milioni di lire. André all'asta da Sotheby's il 15 giugno. L'altra sera Julian, fratello di Andrew Lloyd Webber autore del *Fantasma dell'Opera*, ha dato il suo ultimo concerto con il «Guadagnini» annunciando al pubblico la sua decisione. Si consolerà comunque con lo «Stradivari» che da anni tiene in soffitta.

ALBERTO CORTESE

Una proposta di legge del Pci per il recupero e la valorizzazione del centro storico e archeologico di Aquileia, la «capitale» romana del Friuli-Venezia Giulia

Un parco per la Pompei del Nord

Qualcuno l'ha definita la Pompei del Nord. Ma in questo caso i rischi non vengono da vulcani od eruzioni, piuttosto dal tempo e dalla mancanza di programmazione negli interventi di tutela e di restauro. Aquileia, antica città romana in provincia di Udine, cerca un rilancio. Una proposta di legge presentata dal Pci tenta alcune risposte e prevede la creazione di un vero e proprio parco archeologico.

RENATO PALLAVICINI

ROMA. Una legge speciale. Un intervento straordinario? Un po' sì e un po' no. Un po' sì, perché il patrimonio archeologico e monumentale di Aquileia e Grado è paragonabile, per certi aspetti, a situazioni «speciali», come quelle di Roma e Pompei. E un po' no, perché le spese e gli interventi previsti da questa proposta di legge non sono «straor-

dinari e fine a se stessi, ma mirano all'organizzazione di un patrimonio culturale ed al potenziamento di una struttura di tutela duratura e costante. Del resto, la stessa proposta di legge generale sui beni culturali, presentata nei giorni scorsi dal Pci, fa dell'intervento straordinario la norma e ai casi straordinari lascia le eccezioni.

Nel caso di Aquileia, città fondata dai romani nel 181 avanti Cristo, crocevia commerciale e centro portuale di assoluto rilievo, «porta» di ingresso per l'oriente dell'Impero, è proprio l'eccezionalità del ruolo avuto dalla città e del complesso monumentale giunto fino a noi, ad aver suggerito le linee della proposta di legge comunista. Undici articoli che uniscono elementi culturali e turistici, che mirano al recupero e alla valorizzazione del patrimonio archeologico e monumentale di Aquileia e Grado attraverso la realizzazione di un vero parco archeologico, ma che mirano anche alla creazione di attrezzature ed opere di promozione turistica, salvaguardando, oltre ai beni culturali, anche quello economico.

Più che un provvedimento legislativo, un programma decennale che ripartisce le spese per un totale di 270 miliardi, in stanziamenti differenziali per il comparto archeologico, per quello turistico e per quello dei beni ambientali e architettonici del periodo «post-romano», paleocristiano ed oltre. Da qui (ma non solo) la necessità dell'«adattamento» dell'unica soprintendenza oggi esistente, e la creazione di una nuova soprintendenza ai beni archeologici del Friuli-Venezia Giulia con sede ad Aquileia. Ma la proposta cerca anche di individuare corretti rapporti tra enti ed istituzioni locali e progetti di tutela e salvaguardia, con la creazione di un comitato di cui fanno parte rappresentanti dei comuni di Aquileia e Grado, della Regione, della Provincia di Udine, delle due soprintendenze, nonché di enti particolari con i quali sia necessario stipulare convenzioni di ricerca, studi ed indagini. Del comitato fanno parte poi un esperto in archeologia ed uno in urbanistica, nominati dal comune di Aquileia.

I finanziamenti previsti poi, oltre a privilegiare restauri, consolidamenti, manutenzioni, sono destinati alla costituzione di supporti didattici per visitatori e turisti, nella convinzione che, se è solo il vero uso che salva una casa o una città dal degrado, è il giusto uso che rende vivo un «museo» e può trasformarlo anche in un investimento economico.



Resti di un portico romano ad Aquileia

Pci e Psf alle Tuileries Fabius e Veltroni presentano insieme la Tv europea

PARIGI. Aumentano i punti di contatto tra il Pci e il partito socialista francese. Dopo i recenti incontri politici tra le dirigenze dei due partiti, i contatti appaiono ad un'iniziativa comune. Un'iniziativa di tipo culturale, ma a vasto raggio. Domani mattina alle 11, ai giardini delle Tuileries, i rappresentanti dei due partiti presenteranno insieme l'iniziativa «L'Europa della cultura». In pratica, i due partiti proporranno insieme a un pubblico europeo le proprie posizioni sulla regolamentazione e sullo sviluppo dell'emittenza televisiva europea.

I due partiti hanno già sviluppato alcune proposte comuni: come la necessità di prevedere una quota di produzione autoctona, europea, nei palinsesti delle emittenti televisive; il divieto di inter-

rompere i film con gli spot pubblicitari; e, più in generale, alcune iniziative tese a sviluppare un'autonoma collocazione produttiva e culturale dell'Europa. Tra l'altro, la conferenza stampa di domani cade alla vigilia del Consiglio dei ministri della Cee che avrà all'ordine del giorno la diretta comunitaria di Tv senza frontiere.

Alla conferenza stampa parteciperanno, per i socialisti, l'ex primo ministro Laurent Fabius e il ministro Jack Lang. Per i comunisti italiani: Walter Veltroni, Roberto Barzanti, Antonio Bernardi, Gianni Borgna, Vincenzo Vira. Hanno anche assicurato la propria partecipazione: Carlo Bouquet, Jean Claude Brialy, Bernard Gracadeau, Jeanne Moreau, Françoise Sagan, Cito Maselli, Ettore Scola.