

Incontro con Ettore Scola, ministro nel governo ombra Pci
 «Bisogna riportare il Fondo per lo spettacolo ai livelli dell'89». E per reperire risorse propone un'imposta sulle interruzioni pubblicitarie tv di film, prosa e concerti

«Una tassa sugli spot»

Il Fondo unico destinato a finanziare cinema, musica e teatro va ripristinato almeno ai livelli dello scorso anno. Lo chiede a viva voce il mondo dello spettacolo, lo ribadisce Ettore Scola, ministro della Cultura nel governo ombra del Pci. E perché sia possibile si avanza una controproposta: istituire un'imposta sulle interruzioni pubblicitarie di film, opere teatrali e concerti.

DARIO FORNISANO

ROMA. Un'imposta sulla pubblicità televisiva. Ma soltanto su quegli spot che interrompono film, opere teatrali e liriche, concerti e tutti gli spettacoli dal vivo trasmessi in tv. Una misura inedita, in qualche modo eccezionale, che consentirebbe al bilancio dello Stato di recuperare quei 235 miliardi altrimenti sottratti a cinema, teatro e musica dagli annunciati «tagli» della Finanziaria.

La proposta è di Ettore Scola, ministro della cultura nel governo ombra del Partito comunista. Tra qualche giorno raggiungerà le aule del Parlamento dove si discuterà la Finanziaria nel suo complesso. Abbiamo incontrato il regista a Cinecittà, tra un *première* e l'altro dei dialoghi del suo *Viaggio di Capitan Fracassa* (una corsa contro il tempo, il film dovrebbe uscire nelle sale il 28 del mese).

Una proposta che ribatte

Il «no» ai tagli, espresso da tutto il mondo della cultura e dello spettacolo. È un'indicazione concreta, al governo, su come coprire, comunque, il «buco» che si verrebbe a creare. In che consisterebbe l'imposta?

Il nostro è al momento un'ipotesi non ancora dettagliata. Cercheremo di precisare meglio nei prossimi giorni con Vincenzo Visco. Non vogliamo in ogni caso una tassa sulla pubblicità. Ma un contributo sotto forma di imposta per quegli spot pubblicitari che non nascono appositamente per la tv ma hanno anche un altro tipo di fruizione. Né l'entità dell'imposta sarebbe particolarmente incisiva. Quel che conta è assicurare all'erario un introito corrispondente ai miliardi che si vogliono tagliare.

Non è sempre facile difendere un provvedimento che riduca finanziamenti. C'è il rischio qualche volta di fare

della demagogia, di voler difendere a tutti i piccoli privilegi di tante corporazioni... In questo caso si tratta, però, di affermare una questione di principio. Contrapposizioni ad un'antica logica di governo che oscilla dal fastidio all'indifferenza nei riguardi della cultura. Basti ricordare che le spese di intervento pubblico per la difesa del patrimonio culturale in genere, per la crescita creativa del pensiero e dell'arte incidono sul bilancio globale dello Stato italiano, per la sorprendente (e unica in Europa) percentuale dello 0,1%. Elevatissima. Invece, è la percentuale del nuovo intervento finanziario che viene a determinare un altrettanto sorprendente riduzione del 25% su un fondo già drammaticamente inadeguato e con un ritorno minimamente determinante nel quadro del risanamento delle finanze dello Stato.

C'è poi anche un problema di opportunità politica. Il mondo dello spettacolo, la notizia è di ieri, minaccia di scendere in sciopero, anche perché il «taglio» frenza e rallenta l'iter di approvazione delle stagioni teatrali di settore.

È anche quella che noi giudichiamo la conseguenza più grave e pregiudizievole del provvedimento. Sono adesso rinviate le proposte di leggi di riforma riguardanti il cinema, il

teatro e la musica, attese da anni e finalmente approdate in Parlamento. Avevamo anche trovato, per accelerarne ulteriormente l'iter, ampie possibilità di convergenza e fusioni tra i progetti di maggioranza e quelli presentati dal nostro partito. Sia gli uni che gli altri prevedono investimenti sulla base del bilancio 1989 e pertanto ora sono senza sufficiente copertura finanziaria. Il blocco di queste leggi - tese a suscitare l'ingresso nel settore di nuovi soggetti imprenditoriali e creativi - consegna lo spettacolo al caos, alla routine, alla concentrazione, alla logica assoluta del profitto.

Sono adesso destinati a cambiare i vostri rapporti con Tognoli?

Noi continuiamo ad avere fiducia in attesa che la situazione si chiarisca del tutto. Finora i rapporti con Tognoli sono stati molto buoni, gli incontri che abbiamo avuto prolifici. Anzi quel che adesso chiediamo è la programmazione di pubblici incontri tra le categorie del settore, il Ministero del turismo e dello Spettacolo, i responsabili politici della cultura. Potrebbe scaturirne il confronto necessario nelle stagioni di crisi) dei criteri di investimento del Fondo unico, in base alle esigenze specifiche di intervento. Rendendo più trasparente questi stessi criteri ed evitando il disagio dei ritardi bu-

rocratici, delle commissioni non riunite, degli sprechi. E puntando, ad esempio, sulla razionalizzazione della messa di festival, rassegne, manifestazioni, sagre e celebrazioni che ci sono in Italia e all'estero, assicurando piuttosto investimenti reali in opere, film e spettacoli, che attualmente impegnano una parte non preponderante del Fondo stesso.

L'imposta sulle interruzioni pubblicitarie è anche un modo per proseguire la battaglia contro i limiti della legge Mammì e la sua interpretazione estensiva della direttiva comunitaria sull'argomento. È un po' come dire che, se interruzioni devono esserci, che almeno servano da sostegno agli investimenti produttivi. Berlusconi l'ha detto e noi lo ripetiamo: «Per limitare i danni subiti dalla legge Mammì» produrrà meno fiction e quel poco sarà girato in lingua inglese per competere con il mercato americano.

Più che gli intenti di un Berlusconi quel che è veramente grave è pensare che lo Stato possa affiancare simili difensori della Cultura nazionale. Ed è gravissimo che le riduzioni della spesa pubblica in questo settore compensino minimamente il deficit finanziario ma aumentino sicuramente il deficit culturale che già ci assagna, adesso, l'ultimo posto nella graduatoria dei paesi europei.



Ettore Scola, ministro della Cultura nel governo ombra

Il Quirinale non smentisce Cossiga ospite a «Domenica in»

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Il presidente della Repubblica Francesco Cossiga sarà l'ospite d'onore di *Domenica in*. È stato Gianni Boncompagni, che firma il programma, ad annunciare - sia pure con le debite cautele - che la trasmissione su cui ci sono state tante polemiche (da Magalli a Lipi avevano rinunciato alla conduzione, in modo piuttosto «acceso») e che dal prossimo 14 ottobre navigherà praticamente senza conduttore, metterà a segno nella sua prima giornata il «colpaccio»: avere come ospite il Capo dello Stato.

Al Quirinale la notizia non viene smentita, anche se i movimenti del Presidente (spiegando) non vengono mai annunciati con questo anticipo: «Domenica in? Se ne parla», afferma il capo dell'ufficio stampa, il ministro Ortona. «Comunque non sarebbe il presidente Cossiga ad andare negli studi Rai, ma una troupe assicurerebbe il collegamento con il Quirinale». Non è la prima volta che Cossiga interviene ad una trasmissione Rai. Lo ha già fatto in occasione di un programma di Rai due, con Gaspare Barbelli. Amidei, quando parlò ai ragazzi di fronte alla scelta universitaria.

Già il presidente Pertini aveva un buon rapporto con la tv (telefonò persino alla Carrà), tanto che Arbore, in diretta, prese per una telefonata a *Quelli della notte*, fatta invece da un amico in vena di scherzo che ben imitava la voce del Capo dello Stato. Pertini aveva in realtà una tradizione che in realtà il Presidente della Repubblica affacciato al piccolo schermo solo in occasione del discorso di fine anno. Lo stesso Cossiga, del resto, fino a tempi recenti aveva segnato il suo mandato con la riservatezza, ed era apparso in tv solo nelle immagini del Tg.

Nonostante i suoi recenti e clamorosi interventi pubblici, comunque, la notizia della sua partecipazione a *Domenica in* fa un certo scalpore. Tra i Ricchi e Poveri, Carmen Russo e Mario Marengo, il Presidente - sia pure ripreso nelle stanze del Quirinale - avrebbe il ruolo di «maestro». Il discorso che Cossiga dovrebbe tenere alla platea televisiva, infatti, si rivolgerebbe soprattutto ai ragazzi, che saranno presenti come «coro» della trasmissione (come già nelle scorse edizioni).

«Ci saranno lezioni sempre tenute da personaggi del mondo della cultura, dell'arte, dello spettacolo», spiega Boncompagni - in questo campo potrebbero esserci delle sorprese, come qualche grosso personaggio «insospettabile». Però anche qui ci sono dei problemi, perché tutti vogliono essere pagati e noi tendiamo a non farlo». E per cercare di superare il «panico» della vigilia di un'edizione di cui ancora molto è misterioso (forse Boncompagni dovrà recedere dalla decisione di restare senza conduttore e andare in video lui stesso) Raiuno è riuscita (forse) ad assicurarsi l'asso nella manica. Se Mike Bongiorno deve accontentarsi di intravedere il presidente della Fininvest Silvio Berlusconi, Gianni Boncompagni riuscirà a fare quattro chiacchiere con il Presidente della Repubblica, Francesco Cossiga.

Si della Camera alla legge che limita le inserzioni nei programmi per ragazzi
 Immediata la polemica delle aziende che invocano le libertà della costituzione

Usa, una modica dose di pubblicità

La Camera dei rappresentanti ha votato la legge che limita l'affollamento pubblicitario nei programmi tv per ragazzi. La misura arriva sei anni dopo la deregulation decisa dall'amministrazione Reagan. Mentre la legge va al Senato, si accende la discussione sui diritti delle aziende e quelli dei ragazzi, si invoca il primo emendamento e alcuni chiedono che Bush ponga il veto.

ATTILIO MORO

NEW YORK. Il Congresso sta per approvare una legge che cambierà almeno un po' la vita dei ragazzi americani: la pubblicità messa in onda sulla tv dei ragazzi non sarà più libera come è stato finora ma dovrà restare al di sotto dei dieci minuti l'ora nei giorni di week-end e dei dodici minuti negli altri giorni della settimana. La legge, già passata alla Camera, andrà ora al Senato dove quasi sicuramente verrà approvata, e se il presidente Bush non porrà il veto - come alcuni invece chiedono - diventerà presto esecutiva, annullando così le misure di deregulation che l'amministrazione Reagan introdusse nell'84, dando alle compagnie televisive americane la libertà di mettere in onda quanta pubblicità volevano. Evidentemente l'esperienza di questi sei anni deve aver indotto i repubblicani - allora favorevoli alla liberalizzazione - a mutare idea dal momento che la maggior parte di loro ha votato alla Camera la legge che impone invece il vincolo, presentata da John Bryant, un de-

putato democratico del Texas. Ma all'indomani del voto alla Camera la discussione è divampata.

È intollerabile - dicono alcuni - che si affidi allo Stato il compito di decidere che cosa i ragazzi debbano vedere. Questo semmai è un compito dei loro genitori, ed a loro spetta di decidere di spegnere il televisore se ritengono che la pubblicità sia diseducativa o eccessiva o se i programmi contengono scene di violenza. E anche a questo proposito, come sempre accade quando si sollevano problemi che in qualche modo hanno a che fare con la libertà di espressione, si invoca la più venerabile delle leggi americane, il primo emendamento. Le aziende sarebbero il diritto sacrosanto di informare i ragazzi su quanto il mercato loro offre, le compagnie televisive di curare i propri affari e i genitori di spegnere il televisore, e lo Stato non deve interferire in una partita che va giocata dai liberi soggetti della società civile. E



Bambini davanti alla tv: negli Usa infuria la polemica

veniamo ai sostenitori della legge.

I ragazzi americani - essi dicono - trascorrono nei loro primi diciotto anni quindicimila ore (due anni) davanti al televisore (più di quante ne trascorrono a scuola), e digeriscono oltre duecentomila spot televisivi, mentre l'affollamento pubblicitario continua ad aumentare. Secondo lo studio di una associazione, essi vedono il 42% di messaggi televisivi in più degli adulti, e sono molto più vulnerabili nei confronti del commerciale: per questo è necessario proteggerli, ed è bene che a farlo sia lo Stato dal

momento che - tra l'altro - il loro rapporto con il piccolo schermo quasi mai è mediato dai consigli dei genitori. Da parte delle aziende e delle compagnie televisive vi sarebbe stato, soprattutto negli anni della deregulation, un intollerabile sfruttamento dei minori. È evidente che finora abbiamo consentito alle compagnie di guardare ai ragazzi soprattutto come consumatori e dall'esclusivo punto di vista dei loro interessi commerciali - ha detto il presidente della commissione per le telecomunicazioni alla Camera, il democratico Edward Markey: ora è tem-

po che prevalgano gli interessi dei ragazzi.

La legge che sta per essere approvata raccomanda inoltre alle compagnie televisive di tenere d'occhio gli scopi educativi che la televisione può perseguire e per la prima volta adotta quello della qualità dei programmi per ragazzi come criterio di valutazione nel rinnovo delle licenze che ogni anno la commissione federale per le telecomunicazioni concede alle compagnie televisive americane. Non siamo ancora alla televisione come scuola, ma sicuramente oltre la tv dei ragazzi come supermercato.

Si è conclusa all'Aja la nona edizione della rassegna internazionale dedicata agli artisti e ai produttori dell'immagine elettronica

Nello specchio della video art

CRISTINA CILLI

L'AJA. La municipalità dell'Aja, sede del governo olandese, affidando al costo simbolico di un fiorino all'anno il teatro Korzo, situato nel centro della tranquilla e silenziosa cittadina, a un gruppo di operatori culturali e di videomaker, ha permesso la nascita e la crescita di una istituzione permanente, che è diventata una stazione obbligata per chi vuole aggiornarsi sulla produzione video e un importante appuntamento commerciale, grazie al videomercato che si svolge nei giorni in coda al festival. Così quest'anno il World Wide Video Festival - rassegna dedicata al video d'autore, agli incontri tra produttori indipendenti, videorealisti e canali distributivi tv - è giunto alla sua nona edizione.

Tra gli ottanta video in concorso, solo venticinque sono stati selezionati per essere sottoposti al parere di una giuria (che assegna un premio di circa tre milioni di lire) composta quest'anno da Gene Youngblood, teorico delle immagini in movimento e professore alla New York University, da Maria Vedder video artista tedesca e da Chris Dercon, direttore del museo di arte contemporanea a Rotterdam. Secondo Tom van Vliet, direttore artistico del Festival, la produzione video di quest'anno, pur utilizzando i linguaggi propri dell'arte elettronica - sperimentazione visuale, raccordo di frammenti, voci fuori campo, citazioni per immagini-sintesi di fatti sociali

più o meno arbitrariamente collegate a eventi artistici contemporanei - mostra una cifra narrativa molto spiccata, un gusto particolare nel raccontare trame individuali e sociali. Infatti, molti dei lavori utilizzano oltre alla videoripresa, materiali di archivio tratti dal repertorio dei filmati amatoriali, il superotto e i 35 millimetri, misurandosi con i tempi lunghi del medio e del lungometraggio, anziché con la velocità del clip o del cortometraggio.

La selezione proposta, pur rispettando il criterio di fornire una panoramica internazionale, individua tre filoni principali delle produzioni video 1989-90. Iniziando con la storia del cinema, c'è Jean Luc Godard, che dietro la propria macchina da scrivere e vicino alla propria biblioteca, narra per immagini tralanciati la propria memoria cinematografica che si intreccia con le domande classiche sull'attualità del cinema. Secondo Godard, il cinema diventa un fatto importante per l'industria della cultura di massa con la guerra, ma è pure un mito che racconta la storia della notte, situazione in cui si comunica senza parole e in cui si gioca a tracciare gli scenari dei secoli futuri. *Histoires du cinema*, prodotto con i canali televisivi francesi *Chanel plus* e *La Sept*, è una serie di dodici puntate che individua la cronologia del genere cinematografico. Autobiografia, ricerca delle proprie radici

storiche e vicende di una nazione, sono poeticamente intrecciate dall'ungarese Peter Forgacs in una serie di quattro video-documentari di circa 55 minuti ognuno, intitolati *Ungheria Privata*. In una coproduzione realizzata a Budapest con i capitali della Magyar Television e della Maffilm, Forgacs utilizza immagini girate negli anni Venti e Trenta e fino alla fine della seconda guerra mondiale da autori privati amanti del cinema. Ne risulta un affresco familiare, la faccia intima delle risposte individuali a una situazione sociale, che diventa così uno specchio deformante delle verità della storia ufficiale.

Di ricordo in ricordo, si arriva al secondo filone guida del festival: il tecnologico primitivo o «aldilà elettronico». Sono molti gli autori che si confrontano con il tema di una memoria ancestrale veicolata dagli immensi mezzi messi a disposizione dalle immagini sintetiche, manipolabili attraverso il computer, inteso come una potente protesi che fa viaggiare nel mondo i collegamenti neurali del cervello. Bellissimo *Diriv site*, dello statunitense Alexander Hahn, cortometraggio che scava nei recessi dimenticati di un antico rapporto con la natura e il soprannaturale, attraverso la proposta di immagini di trasformazione collegate agli elementi della natura attraverso una gamma di grigi e marroni, che precipitano in una delle prime creazio-

ni umane meccaniche, una vite che gira.

Tecnologia e memoria, legate ai mezzi di comunicazione, introducono all'eterno dibattito tra gli ottimisti del villaggio globale e i catastrofisti. Norman Yonemoto, statunitense, nei suoi 56 minuti colorati con le tinte a flash, tipiche del set cinematografico, in *Mad in Hollywood* racconta la storia delle meraviglie attrattive della fabbrica dei sogni e delle sue regole, sintetizzate con la rara efficacia del cinema espresso dal capo di un ipotetico studio cinematografico, che alla fine del medesimo tragico si rivelerà essere uno studio televisivo: «Un buon film è come una bugia ben detta: l'audience non si dimenticherà mai di te, se l'hai presa in giro». Di tono più imperativamente catastrofista, *Whiteout*, un cortometraggio del canadese Jan Peacock che esplora le convenzioni del telegiornale. Nel video, il margine tra finzione e realtà è denunciato come ormai inesistente, perché, spianando nella vita privata di due brillanti annunciatori televisivi, scopriamo che organizzano la propria esistenza nelle forme proprie delle notizie televisive: convincenti, obiettive e supportate da immagini. Rivelatore il risveglio della anchorwoman, che gira per il proprio appartamento tenendo sempre a portata di mano una telecamera con la quale filma gli oggetti che deve utilizzare per la propria toletta quotidiana.

IL NUOVO DIZIONARIO HAZON GARZANTI

Opera assolutamente nuova, attenta alle più recenti forme lessicali della lingua inglese viva, dell'inglese d'America, dei linguaggi settoriali della scienza, della tecnica e dell'economia.

Il Nuovo Hazon Garzanti è unico anche per la ricchezza di citazioni letterarie (oltre 2.000), per la completezza (2.430 pagine, 135.000 lemmi di cui 21.000 in più rispetto alla prima edizione), per la modernità (indicazioni di pronuncia, scansioni in sillabe dei vocaboli inglesi, sinonimi e irregolarità grammaticali).

REDAZIONI GARZANTI

IL GRANDE DIZIONARIO GARZANTI DELLA LINGUA ITALIANA

Strumento fondamentale per capire e conoscere l'evoluzione dell'italiano moderno, il Grande Dizionario Garzanti della lingua italiana è unico per completezza e precisione d'informazione: 270.000 voci, significati, locuzioni e altre entità lessicali. 55.000 etimologie. 7.000 neologismi e termini stranieri. 6.000 citazioni da 200 autori antichi e moderni. Novità significativa la presenza di parecchi concetti specifici del pensiero contemporaneo.

PER CHI INIZIA GLI STUDI E VUOLE UNO STRUMENTO PRATICO ED ECONOMICO SI RICORDANO I DIZIONARI DI INGLESE, FRANCESE, ITALIANO NELLA EDIZIONE MINORE.