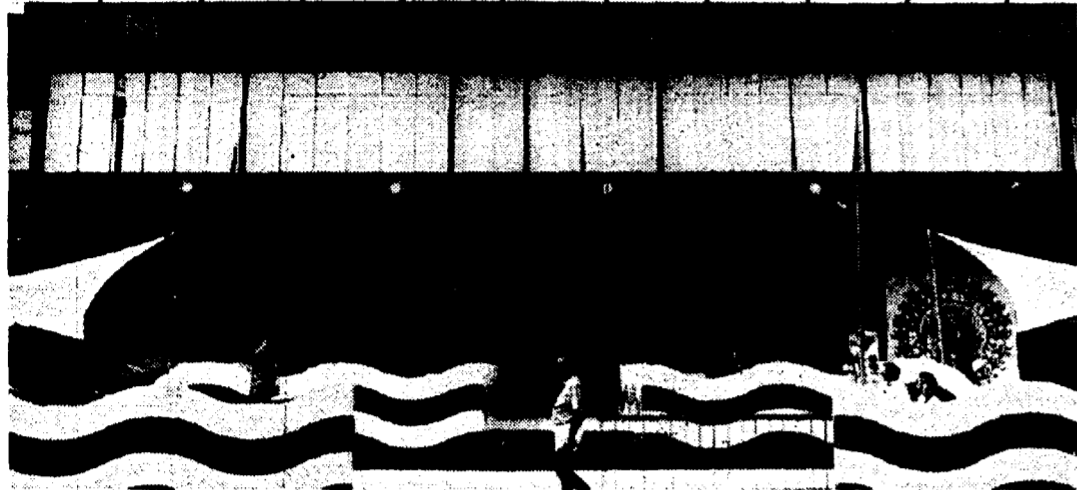
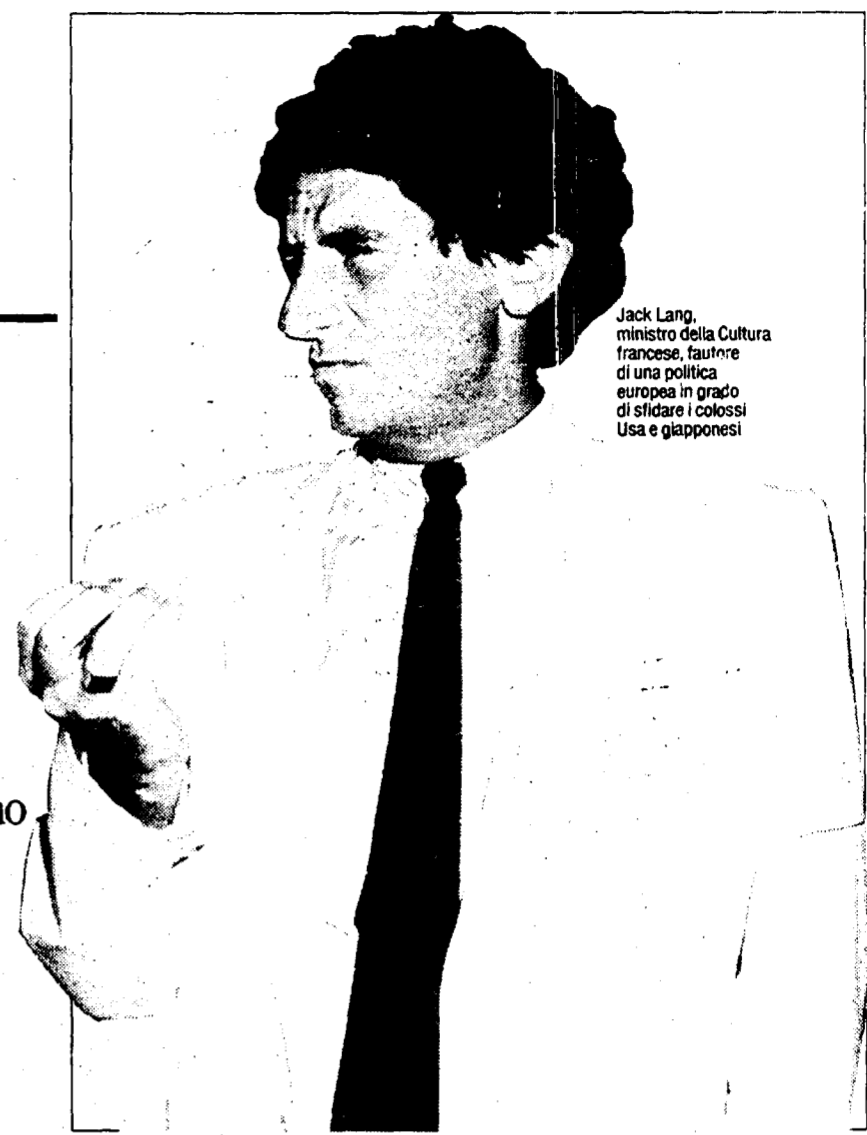


SPETTACOLI



Intervista a Jack Lang
Il ministro della Cultura parla di Francia, Italia del futuro di cinema e tv
«Nessuna leadership, ognuno mantenga la sua identità»



Jack Lang, ministro della Cultura francese, fautore di una politica europea in grado di sfidare i colossi Usa e giapponesi

«Europa, fa' presto»

BRUNO VECCHI

Signor Lang, qual è il ruolo che la Francia intende svolgere nel futuro dello sviluppo culturale? E, soprattutto, quali collegamenti intende avere con le altre nazioni europee?

L'augurio è che ogni paese offra un contributo attivo alla costituzione di un'Europa della cultura. Nessuno deve esercitare un ruolo di leadership, non sarebbe ragionevole. E non sarebbe in sintonia con l'idea di un'Europa multinazionale. Conto molto sull'intraprendenza di ogni singolo Stato e nella volontà di cooperazione di ciascuna nazione.

Quale destino comune attende Italia e Francia in campo culturale?

È la storia politica e culturale dei nostri due paesi ad indicarci la strada migliore da seguire. Tra Italia e Francia esiste un'antica tradizione di collaborazione reciproca. Da qualche anno sono sindaco di una piccola cittadina della Loira: Blois. È un esempio che non faccio a caso. Infatti, proprio a Blois, che nel XV e XVI secolo era la sede del potere, Luigi XII e Francesco I hanno iniziato il processo di italianizzazione della cultura transalpina. Nel Rinascimento, architetti ed artisti italiani, come Leonardo, erano di casa sul suolo francese. Il nostro, quindi, è un rapporto antico d'amore, di amicizia e di passione. In prospettiva, sarà molto importante che la Francia continui ad italianizzarsi sempre più e che l'Italia si francizzizzi un po'.

Nel 1992 saranno abolite le frontiere. Ma quali barriere culturali occorrerà abbattere per quella data?

Non amo l'espressione barriere, per unire artisti, scrittori, musicisti, poeti di tutte le culture. Sono un fanatico assertore dell'internazionalismo culturale. Ma l'internazionalismo culturale deve essere multicolore e non monocoloro. Su questo tema si sono creati dei malintesi: le parole si prestano ad essere fraintese. Per cui, cercherò di essere ancora più chiaro: non mi piace il concetto di internazionalismo espresso dai serial americani. La mediocrità televisiva distrugge lo spirito creativo delle nazioni. Il vero avvenire è il matrimonio tra culture dissimili. Penso a Strehler che oggi lavora in Francia, oppure agli scrittori francesi tradotti in italiano. È ancora, al cartello di manifestazioni che il ministero francese della Cultura e quello italiano degli Spettacoli stanno preparando: da Mozart a Praga a Gli italiani a Parigi. Ecco, questa è la mia idea di internazionalismo.

Lei si è battuto contro lo strapotere delle major americane. Però, la televisione francese e le sale cinematografiche d'oltreoceano invase da prodotti statunitensi. È una situazione paradossale, non crede?

È vero. La tv francese propone troppi serial americani. Se guardiamo ai palinsesti degli altri paesi potremmo anche dire che non stiamo troppo male. Ma per i miei gusti è sempre troppo. Prima ho sottolineato che sono un internazionalista, non vorrei sembrare adesso una persona che cade ogni due parole in contraddizione. Per maggior chiarezza: non sto affermando di essere un nemico degli Stati Uniti. Anzi, dell'America amo molto i suoi scrittori, da Faulkner a Hemingway, i suoi grandi cineasti, da Coppola a Woody Allen, i suoi pittori. Ma, purtroppo, sono proprio i creativi a soffrire per primi i contraccolpi delle regole del sistema economico americano. Regole che pretendono una rendita immediata degli investimenti. In una intervista, apparsa a metà luglio su Le Monde, Woody Allen ha spiegato meglio di chiunque altro quali sono i problemi che soffocano gli artisti Usa. Come Allen, anch'io non amo il concetto di rendita pronta-cassa applicato allo spettacolo.

Per non cadere nello stesso errore, quali soluzioni è necessario adottare?

In Europa né il cinema né la tv, in nessun paese, incoraggiano più di tanto gli autori nazionali, le sceneggiature originali o i programmi di qualità. In Francia, il cinema, di cui mi occupo personalmente, sta abbastanza bene. Le presenze, dopo qualche stagione di crisi, si sono stabilizzate. Produciamo circa 160 film all'anno e, a fianco di registi ormai famosi, siamo riusciti a far crescere una nuova generazione. In campo televisivo, invece, dobbiamo ancora fare molti progressi. Certo, alcune misure recenti che ho preso hanno scalatenato polemiche. Ma, dal 1° gennaio 1992, il 60 per cento delle opere programmate nella fa-

L'Europa del futuro comincia anche da Venezia, dalla Biennale, dalla Mostra c'are cinematografica. I segnali sono contrastanti. Da maggio in poi, a Festival di Cannes appena concluso, si sono rincorse le voci su uno spostamento all'autunno della rassegna francese. Un'ipotesi che provocherebbe non pochi terremoti in una Europa in vista dell'abbattimento delle barriere doganali (fine 1992) ma che ancora non sa e vuole darsi una strategia comune anche nel settore della produzione audiovisiva per affrontare in termini realmente competitivi la sfida americana e per non disperdere il patrimonio delle sue culture. La realtà è amara, i segnali contrastanti. I dati più recenti forniti da Scap, la newsletter sulla comunicazione culturale da Toni Muzi Falconi e Antonio Piliati dicono che gli Usa hanno esportato in Europa prodotti audiovisivi per 675 milioni di dollari nel 1987; 1.166 nel 1988; 1.280 nel 1989; 1.471 nel 1990; si prevedono esportazioni per 1.594 milioni di dollari nel 1991 e 1.717 nel 1992; all'incirca la metà di quanto gli Usa esportano in tutto il mondo, all'incirca il quadruplo di quanto gli Usa importano dal resto del pianeta: dai 125 milioni di dollari del 1987 ai 440 stimati per il 1992. I segnali.

Sono scoraggianti quelli che fanno temere un conflitto tra Venezia, Cannes e Berlino, impegnate a dilaniarsi tra di loro, sostanzialmente per accaparrarsi un rapporto privilegiato con la grande produzione Usa. Incoraggianti sono quelli giunti da Cernobbio ai primi di agosto, a conclusione di un incontro tra il ministro francese della Cultura, Jack Lang, e il ministro Tognoli. «Cannes non potrà decidere da sola - ha detto Lang - e non credo che ci sarà una guerra del festival: una soluzione si troverà». Altro segnale positivo: la firma di un accordo produttivo Italia-Francia. Ma qual è, dunque, la strategia attuale della Francia in questo settore? Ci sono le condizioni perché l'Intesa con l'Italia si sviluppi e coaguli attorno a sé un'Europa dell'industria culturale, o i due paesi sono destinati a comportarsi da «nemici»? Come la Francia ha affrontato problemi culturali e sociali che li si sono presentati prima che in Italia? E come pensa di risolvere quelli che si affacciano all'orizzonte? Queste e altre domande abbiamo posto a Jack Lang, ministro della Cultura e portavoce del governo francese, 53 anni, ex professore di Diritto all'Università di Nanterre, un protagonista della politica e del dibattito culturale in Europa.



Il Palais di Cannes e, sopra il titolo, il Palazzo del Cinema e il logo '91 di Venezia

scia di primo ascolto, dalle 19 alle 23, dovrà essere obbligatoriamente di produzione o di origine europea. Ed il 40 per cento di queste opere dovrà essere di espressione nazionale francese o di nazioni francofone. Spero di cuore che le nuove regole funzionino. Se ogni paese adottasse misure analoghe, dimostrerebbe la propria volontà di battersi per la creazione di un'identità europea.

Sarà molto difficile che l'Italia del duopolo possa darle un aiuto concreto. Almeno per ora. Tornando in Francia, come pensa di affrontare le novità del futuro: tv satellite, tivù via cavo, concentrazioni camuffate e nuovi assetti societari?

Sarà una battaglia dura, da combattere istante per istante. Esistono rapporti di forza politici ed economici che tutti i governi, anche quello di cui faccio parte, non sanno fronteggiare con la necessaria fermezza. Così, i potenti gruppi di comunicazione sono diventati nel tempo dei veri centri di potere. La situazione è complessa. Da un lato esiste oggi un potere democraticamente legittimato dalle elezioni: regionali, nazionali, europee. Dall'altro ci sono strutture societarie che pretendono un riconoscimento pubblico che va ben al di là della volontà popolare. Bisognerà riflettere molto seriamente su questo rapporto non dialettico che si è venuto a creare tra governi democratici e potere dell'informazione detenuto da gruppi concentrati. Purtroppo, non ho soluzioni matematiche da proporre. Diciamo che sono inquieto. Nelle democrazie

rappresentative, il potere ha dei limiti invalicabili, ed è controllato nella sua azione da un contropotere: la stampa. Ed è un bene che sia così. Ma quali sono i contropoteri che possono far fronte ai gruppi economici? Gruppi che un domani potrebbero passare anche di mano, finendo ai giapponesi piuttosto che agli americani. L'Europa deve proporre al più presto delle soluzioni contro le iperconcentrazioni. La Comunità, a sua volta, deve poter garantire, con delle leggi, che i picchetti azionari restino di proprietà di società del Vecchio continente. Per risolvere i problemi è necessario un dibattito, un confronto di idee.

La Francia, anche nella cultura, si identifica con il concetto di «Grandeur». Come sarà possibile trasformare un'identità nazionale in una sovranazionale che possa aiutare l'integrazione di chi, come gli immigrati, vivono oggi nel suo paese senza grandi prospettive e speranze?

Ancora la storia della Grandeur. E vero che esiste, a volte, una certa vanità francese insopportabile all'estero. Ed è una vanità che non mi piace. L'idea di grandezza è un po' ridicola e, fortunatamente, sta scomparendo. Ma è stata sempre compensata dall'innato senso di ospitalità del popolo francese. Nel mio piccolo, credo di aver contribuito al «matrimonio» tra culture diverse. Oggi in Francia ci sono sempre più attori, musicisti e pittori provenienti da altre nazioni. Dal Maghreb, ad esempio. E sono artisti splendidi. Malgrado i problemi sociali,

penso che ci attenda un futuro sereno. Ne quartieri incoraggiamo lo sviluppo delle attività artistiche ed abbiamo costruito dei luoghi d'incontro. Non voglio dire con questo che le cose siano semplici. Il processo di interscambio culturale conosce alti e bassi.

Dopo la guerra nel Golfo, i rapporti con i paesi del Terzo mondo si sono fatti più difficili. La Francia, che con questi paesi ha rapporti strettissimi di cooperazione culturale, come potrà recuperare in parte o interamente un legame sereno?

È un soggetto vasto. Da quando è scoppiata la guerra nel Golfo, molto tempo è passato. Molte ferite si sono rimarginate. Recentemente sono stato in Africa del Nord, e il sentimento che più ho sentito in quei popoli non è stato certo di diffidenza. Non chiedevano guerra ma sviluppo economico. Alcuni paesi conoscono crisi sociali gravissime. E non è facile per noi rispondere bene alle loro aspirazioni. Noi possiamo discretamente proporre la nostra amicizia e un sostegno materiale, per facilitare transizioni difficili. Non si può dare una risposta unica e semplice. Quando ci si mette al servizio delle nazioni del Terzo mondo, occorre affrontare problemi giganteschi: sovrappopolazione, siccità, povertà. Ma anche i paesi occidentali hanno i loro problemi. Non siamo riusciti a «governare» la situazione economica e ci scontriamo con la crescente disoccupazione. L'unica soluzione che abbiamo, quindi, è quella di essere solidali con i popoli del Terzo mondo. Senza rispondere loro con astratte nozioni algebriche.

Crollano gli ascolti di Rede Globo, messa alle strette dai programmi messicani della concorrente Sbt

Telenovelas, il Brasile sconfitto in casa

Fino ad un paio di anni fa, l'egemonia di Rede Globo in Brasile è stata assoluta, con punte di audience superiori al 70%. Ma per la tv di Roberto Marinho i tempi d'oro sono ormai finiti, e lo dimostra il crollo dell'ascolto dei tradizionali punti forti della programmazione: il telegiornale delle 20 e le telenovelas di prima serata. A trarne vantaggio, per ora, è soprattutto la rete Sbt, grazie a due telenovelas messicane.

GIANCARLO SUMMA

SAN PAOLO. Chi pensa che le telenovelas siano tutte uguali, dovrebbe assistere ad una puntata di *O dono do mundo* (il padrone del mondo) della Rede Globo e poi ad una di *Carosel* o di *Rosa selva gem*, prodotte dalla Televisão messicana e trasmesse attualmente in Brasile dalla rete Sbt. La differenza è quella che passa tra un onesto film di Totò e una sbraccata commedia di Alvaro Vitali. Tanto la produzione della Globo è formalmente ed esteticamente curata, con testi a tratti persino non banali, quanto le telenovelas messicane (ma anche argentine o ve-

nezuelane) sono tirate via in fretta e con pochi mezzi, fedeli ai tradizionali canoni di quelli che una volta si chiamavano «romanzi d'appendice». *O dono do mundo* è la storia di una ragazza povera della periferia di Rio de Janeiro, sedotta (e, naturalmente, abbandonata) da un ricco e famoso chirurgo plastico, che decide di vendicarsi: storia scontata, ma che, sia pure solo in parte, mette in scena i violenti contrasti sociali del paese, la corruzione, il mondo della marginalità e della droga, il sesso usato come merce di ricatto e di scambio. *Carosel* è invece l'edificante e

soporifera vicenda di una giovane maestrina messicana, della sua classe di 20 bambini e delle loro famiglie. Non ci sarebbe neppure da parlarne se, da quando è andata in onda la prima puntata, il 20 maggio scorso, *Carosel* non stesse continuando a sottrarre spettatori alla telenovela della Rede Globo e persino al *Jornal Nacional*, il Tg delle 20 della emittente di Roberto Marinho, che fino alla fine degli anni '80 aveva mantenuto una media d'ascolto del 60%.

I dati di audience registrati dall'istituto Ibope a San Paolo, la più grande città del paese (18 milioni di abitanti e 4 milioni di case con televisore), hanno fatto saltare sulla sedia i dirigenti della Globo. Parità col 12% d'ascolto, nel giro di un mese *Carosel* si è attestata sul 22%, mentre *Jornal Nacional* e *O dono do Mundo* sono calati rispettivamente dal 47% al 41% (con un piccolo negativo del 36%) e dal 43% al 38%. La perdita di audience della Globo nel «prime time» (tra le 20 e le 22) è ancora più grave se si prende in considerazione l'intero periodo tra il giugno '90 e

il giugno '91: dal 56% al 38%, mentre la Sbt è passata dall'11% al 18%. La differenza tra le due reti è quindi diminuita dal 47% al 20%. La conseguenza immediata è stata l'aumento della richiesta di spazi pubblicitari sulla Sbt, che nell'ultimo mese ha raddoppiato i prezzi, mentre alla Globo, inflazione a parte, il costo degli spot è aumentato solo del 15%. È ancora uno scontro tra Davide e Golia (la Globo fattura ogni anno 750 milioni di dollari contro i 120 della Sbt, e ha 63 televisioni locali affiliate contro le 46 della rete concorrente), ma nel mondo dei media brasiliani sono ormai in molti a pensare che l'epoca dell'egemonia assoluta della Globo sia terminata.

Si sta ripetendo anche in Brasile un processo simile a quello verificatosi negli Stati Uniti - spiega Homero Sanchez, che da più di dieci anni analizza i dati di ascolto per conto della Globo -. Nel giro di pochi anni la concorrenza si ridurrà a due o tre grandi reti nazionali (oggi in Brasile sono 5, ndr), mentre almeno il 35%

dell'audience sarà canalizzato nelle televisioni specializzate, via satellite e via cavo. La segmentazione è irreversibile, e per questo motivo la Globo sta investendo anche in questa direzione. I livelli di ascolto degli anni '70 e '80 ormai sono solo un ricordo. A parte le tendenze generali della televisione brasiliana, la perdita di audience e della Globo sembra però essere anche causata dal progressivo esaurimento di una formula di programmazione: ritasti sostanzialmente immutata negli ultimi 15 anni. A parte la domenica, giorno dedicato ad interminabili programmi contenitori e ad un lungo Tg che alterna reportage a clip musicali e gol alla moviola, nel resto della settimana la «griglia» è sempre la stessa.

Si comincia sempre con una telenovela «leggera» di un'ora alle 18.30, seguita da un'ora o poco più di informazione e poi, come «pezzo forte», la telenovela «drammatica» di prima serata. Le due telenovelas servono a trascinare anche l'audience del Tg (è il cosiddetto «sandwich»), ma lo sche-

ma funziona solo se tutti e tre gli ingredienti filano senza intoppi. Negli ultimi anni, però, il *Jornal Nacional* sta mostrando la corda, incalzato tanto dal giornalismo «popolare» della Sbt quanto dal Tg più «combattivo» delle reti Banderantes e Manchete. Ed allo stesso tempo, l'audience delle telenovelas delle 20.30 è da anni in lento ma costante calo. Ma perché, alla fin fine, *Carosel* sta avendo tanto successo? La spiegazione, purtroppo, è che il paese oggi è in crisi profonda, attraversa una fase di enorme retrocesso in tutti i campi: dall'economia alla cultura, dal calcio alle telenovelas - dice Walter Durst, quarant'anni di televisione alle spalle ed autore, tra mille altre cose, dell'adattamento per la tv di *Gabriela, garofano e cannella* di Jorge Amado, uno dei maggiori successi della storia della Globo -. Le produzioni messicane sono semplici, schematiche, melodrammi populistici allo stato puro. Non affrontano nessuna contraddizione e non richiedono niente dai telespettatori. Ecco perché fanno successo.



Sonia Braga in «Gabriela», la telenovela di maggior successo di Rede Globo