Spettacoli

Carla Gravina rinuncia a «Caligola» di Albert Camus

ROMA Per motivi di salute Carla Gravina ha dovuto rinunciare allo spettacolo *Caligola* di Albert Camus il prossimo 18 ottobre presso il teatro Nazionale di Roma. La comunicazione è stata diramata ieri dalla società di Barbara Fiorino nella quale si specifica che l'attrice rinuncia allo spettacolo e sarà sostituita invece da Cristina Liberati.

Spot in tv. Crisi o stanchezza fisiologica? Ne parla Enrico Finzi

Consigli per la pubblicità

Il professor Enrico Finzi esperto di mass media

La pubblicità è la maggiore risorsa del sistema radiotelevisivo, ed anche la protagonista dell'accesissimo scontro fra i fautori del libero mercato, e chi nel mercato, qualche regola vorrebbe introdurla. Quest'anno, per la prima volta dopo quindici anni di crescita innarrestabile il mercato pubblicitario è statico. Crisi, o più semplicemente stanchezza fisiologica? Ne parliamo con lo studioso Enrico Finzi

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO Singolare e interessante andamento del seminario sul tema «Dopo la legge Mammì, i possibili assetti del sistema radiotelevisivo», organizzato a Milano dal gruppo Pds della Camera. Giunto alla sua seconda tappa, il dibattito (presieduto da Maria Luisa Sangiorgio) ha affrontato il tema delle «risorse del sistema pubblicità e canone», affidando la relazione introduttiva allo studioso Enrico Finzi. Il quale, con un bell'effetto teatrale, ha subito dichiarato il suo «forte imbarazzo». Perché – ha spiegato – mentre una volta i relatori rappresentavano posizioni ufficiali, lui, non conoscendo la posizione del Pds («se pure ce l'ha») intendeva esprimere solo la sua opinione. Non condividendo peraltro neppure la formulazione del titolo affidatogli. E cioè quella definizione di «risorse del sistema» che gli sembrava riecheggiare la vecchia «torta pubblicitaria», ancora, diciamo così farcita di quella demonizzazione della pubblicità, a parole già superata da tempo.

Finzi ha poi continuato spiegando altri punti del suo pensiero (che vedremo di fargli chiarire con qualche domanda), stimolando fortemente a intervenire i partecipanti al seminario, tra i quali alcuni rappresentanti di Publitalia (la concessionaria di Berlusconi) non frequentissimi alle iniziative del Pds. Si è così sviluppato un interessante confronto, e, se pure non ci sono stati clamorosi e imprevisti *embrassons nous*, ognuno ha fatto conoscere meglio la sua posizione.

A Enrico Finzi, che ha avuto il merito di «provocare» questo dibattito, facciamo spiegare la sua «personale» opinione. Cominciando dalla affermazione «regolamentare meno, per regolamentare meglio». Ecco, in che cosa si differenzia questa linea dal classico liberismo berlusconiano?

«La posizione ha carattere generale non si riferisce solo alla pubblicità. Io penso che il mercato non sia onnipotente e non sia in grado di risolvere tutti i problemi. Ma, laddove arriva, è meglio lasciarlo stare: è pericoloso coartarlo. Diciamo che la mia posizione un tempo si sarebbe definita una «battaglia su due fronti». Da un lato contro l'ipeninterventismo, in realtà impotente, che diminuisce le risorse del sistema. E sull'altro fronte contro coloro che chiedono semplicemente carta bianca. Dal lato di certa sinistra pasticciona e obsoleta io dico: non entriamo nel merito di cose secondarie (come la distinzione tra sponsorizzazioni e telepromozioni). E in una situazione che si evolve rapidamente non corriamo dietro a un quadro tecnologico che cambia continuamente. Mentre da un punto di vista etico-politico sottolineo che è sbagliato fare battaglie contro qualcuno perché le battaglie si fanno per qualcosa e non contro Berlusconi. Quel che conta davvero è stabilire principi che valgano *per tutti*»

Ecco, ma torniamo indietro. Se, come dicevi, il mercato non può tutto, quali sono, secondo te, i limiti del mercato?

Io da democratico nella sinistra, sostengo che il mercato non è in grado di risolvere tutti i problemi sociali. Su certi temi la tutela deve essere esplicita (e non ad personam). È segno questi punti fermi la tutela dei gruppi sociali deboli (primi fra tutti i bambini), la tutela dei diritti in genere (e non dico solo delle minoranze perché le donne per esempio, sono una maggioranza), la tutela delle opere d'arte o dell'ingegno e la tutela del cittadino-consumatore. Ci sono poi settori nei quali la pubblicità va limitata e faccio solo un esempio: la salute.

E, una volta affrontati da un punto di vista sociale questi problemi, il mercato farà tutto il resto?

No. Io dico anche se si ritiene che alcune iniziative (penso per esempio a certa editoria minore) non in grado di competere sul mercato vadano però sostenute: lo si faccia direttamente. Si stabiliscano forme di finanziamento, se non in lire (cosa che è diventata impopolare dopo Tangentopoli) in servizi o altro. Meglio passare attraverso esplicite trasparenti decisioni che coartare il mercato.

Hai anche detto: lasciamo perdere i particolari che dovrebbero essere demandati alle decisioni di un'authority, la cosa essenziale è intervenire sul terreno delle concentrazioni. Cioè stabilire delle norme antitrust. Ma come si fa, quando i trust ci sono già?

Ecco il punto essenziale, unico, cruciale sul quale puntare i piedi: no alle posizioni dominanti. Esiste qualcosa di più importante del mercato e che riguarda il mercato: la pericolosità delle posizioni dominanti. È accettata dal capitalismo moderno: mentre la sinistra deve saper fare il salto che le consenta di ragionare in termini complessivi. Guardare al tutto il sistema della comunicazione (dal cinema all'home video ai libri) e stabilire delle soglie non superabili di concentrazione. Ma senza intenti punitivi per nessuno. Si può sedersi a un tavolo comune di discussione anche con Berlusconi e sono convinto si possa anche andare al superamento degli indici di affollamento pubblicitario. Mentre ritengo insensato stabilire tetti differenziati.

Qui sopra due personaggi dello spot del caffè Paulista. In alto il teatrino del vecchio «Carosello»

Tu, e anche Carlo Momigliano di Publitalia, avete detto: non è provato che, se si comprime il mercato televisivo, se ne avvantaggerà necessariamente la stampa. Soprattutto in periodi di stasi del mercato, come l'attuale.

È provato giusto il contrario. Sempre di più è basso l'indice di trasferimento degli investimenti pubblicitari ad altri mezzi. Se metti un tetto alla tv avrai da un lato il non investimento o il rinvio dall'altro la crescita semmai di promozioni, marketing diretto, pubbliche relazioni.

Ma, alla fine qual è lo stato effettivo del mercato pubblicitario?

Mancano dati di consuntivo e sicuramente c'è un po' di isterismo in giro. Diciamo che il mercato è pressocché statico per la prima volta dopo un quindicennio di crescita eccezionalmente vigorosa. In un mercato micro dinamico non ci sono margini per fare molti errori. Prima il grasso che colava poteva friggere alcuni sbagli, ora c'è il rischio di aggravare la decelerazione. Mentre una politica opportuna può aiutare un mercato che si badi resta vasto. Anche se vive una crisi psicologica e per la prima volta vede una contrazione occupazionale. Bisogna tener conto che per la prima volta dal 1975 assistiamo a un calo reale dei consumi (di 1 1,5 % al netto dell'inflazione) e che la pubblicità è più sensibile ai consumi che al prodotto interno lordo.

Ancora una domanda, tutta politica. Joppolo, della Nielsen (maggiore società di ricerca del mondo), ha detto agli «amici del Pds» rendetevi conto che, con tutti i suoi limiti, la Lega parla il linguaggio delle imprese e voi no. Tu che cosa ne pensi?

La Lega parla spesso il linguaggio dei bassifondi. Ma ha una conoscenza delle modalità produttive che tante volte alla sinistra volonterosa ma inefficace manca. Ci vuole più cambiamento e più governo dei processi, ma concentrando gli sforzi sui temi essenziali. Sono così d'accordo sulla parola d'ordine «separare la politica dall'amministrazione» che arrivo a dire: ridurre la politica per potenziare la politica.

Mercato libero? Sì, ma per tutti

VINCENZO VITA

ROMA Mercato mercato. È un riferimento che sempre nel discutere di pubblicità ricorre. Persino in modo ossessivo. La cultura di sinistra è perennemente messa in causa anche parlando di mass media dagli esperti del mercato reo di non comprendere le intrinseche ragioni di esso. Si è costretti ad una permanente prova d'esame.

La strumentazione della polemica in genere tocca tre questioni: la libera imprenditoria non può sopportare né troppe regole né un vero e proprio «governo»; esiste in Italia un eccesso di intervento pubblico e di statalismo a cui una certa sinistra sarebbe stata *corriva la formazione* di grandi gruppi è funzionale allo sviluppo ed è quindi fuorviante insistere troppo sull'esigenza di norme antitrust. Enrico Finzi pone delle varianti importanti a tale approccio e molti degli spunti che suggerisce sono davvero utili per un approccio adeguato al sistema.

È utile però introdurre nel confronto sul tema qualche spunto volutamente polemico al fine di sottolineare l'opinabilità di taluni spunti ricorrenti. Fatta pure la premessa d'obbligo sui limiti e sui ritardi della sinistra che non sono pochi (ma quante autocritiche!) proviamo a rovesciare l'impostazione teorica prevalente per richiamare un senso della realtà spesso dimenticato.

Le domande a cui ci si ostina a non voler rispondere da parte dei teorici della «deregulation» e degli esperti del mercato sono così rassumibili perché a fronte di un decennio (gli anni Ottanta) di congiuntura favorevolissima e di boom dell'investimento pubblicitario e del fatturato dei media ci troviamo a fare i conti con un'industria della comunicazione dipendente nella produzione arretrata e marginale nelle tecnologie vecchissima negli assetti istituzionali?

In verità sia consentito si continua a eludere simili problemi e si preferisce parlare d'altro. Si alza una cortina corporativa non appena si introduce uno straccio di regola: come è stato nel caso dell'equilibrato regolamento sulle telepromozioni proposto dal Garante dell'editoria e della radiodiffusione. Abbiamo già dimenticato la vergognosa campagna del «vietato vietare» avviata dalla Fininvest attraverso le sue reti: prova generale di quello che potrebbe accadere in appoggio a qualche obiettivo del nuovo raggruppamento «centrista» a cui Berlusconi ha deciso di partecipare da primo attore? Parliamo un momento del caso Fininvest: rappresentante più eccellente dell'epoca del «grande liberismo». Grazie a vari governi deboli all'assenza di un serio assetto legislativo, alla protezione incredibile ottenuta dal cosiddetto Caf al gruppo di Segrate è potuto diventare un duopolio dalle misure percentualmente superiori. Questo ha sviluppato il mercato, ha arricchito il pluralismo, ha contribuito all'uscita dell'Italia dalla sua arretratezza strutturale? Al contrario. Ampi settori di imprenditoria media e piccola che pure costituiscono l'humus del capitalismo italiano non sono stati in grado di entrare *produttivamente* nel sistema. Qualcuno ha potuto fare pubblicità a basso costo sui network del gruppo, ma ciò non basta per parlare di allargamento del mercato. Anzi. Pur in assenza di una crescita velocissima dell'investimento pubblicitario nel corso degli anni Ottanta la fisionomia del settore dei media centrata su poche famiglie e su di un servizio pubblico gestito «politicamente» non ha avuto una effettiva maturazione. Siamo tuttora in una fase di «feudalesimo moderno» piuttosto che in una – declamata nei convegni ma irreale – di capitalismo avanzato. Germania, Gran Bretagna e Francia (Usa a parte) di [illegible] spese pubblicitarie superiore sia relativamente al consumo delle famiglie sia in valori assoluti. È Publitalia (con Mondadori) detiene una quota del 36% della componente radiotelevisiva.

Ha ragione Enrico Finzi quando invita a separare la politica dall'economia e quando invita a un'iniziativa nel sistema più adeguata. Benissimo. È un traguardo indispensabile la cui premessa – però – è la realizzazione di un corpo di regole attraverso una nuova legge di sistema. Vanno garantite autonomia, concorrenza e trasparenza pensando non solo alle aziende e ai media bensì anche agli utenti, ai cittadini, all'ecologia della comunicazione.

Operazione «teatri puliti» per fermare il degrado

Ad un'«operazione mani pulite» nella cultura e le sue istituzioni pubbliche invitano gli autori dell'articolo che qui pubblichiamo sullo scontro di poche settimane fa tra Vincenzo Consolo e Pietro Carriglio. Eletto a presidente del Teatro Biondo di Palermo, Consolo rassegnò infatti le sue dimissioni per la presenza in cartellone di uno spettacolo a firma di Carriglio. Indicato come «organico alla Dc di Salvo Lima» Carriglio ha inizialmente presentato le proprie dimissioni da direttore del Teatro di Roma, ritirandole successivamente su invito del CdA dello stabile pubblico della capitale

Tutta la vicenda di Carriglio sollevata dall'opportuno e coraggioso intervento di Vincenzo Consolo e poi proseguita ad opera di altri esponenti del mondo della cultura e dello spettacolo ha avuto sviluppi che riteniamo francamente preoccupanti che non vogliamo archiviare.

Consolo – è utile ricordarlo – non più di un mese fa ha dato le dimissioni dall'amministrazione del Teatro Biondo di Palermo, dichiarando di non voler intrattenere alcun rapporto né diretto né indiretto con uomo (Carriglio appunto) già amico e collaboratore di un «super alleato di mafia» come Salvo Lima. Il fatto è vero comprovato e largamente documentabile. Ma il messaggio più profondo racchiuso nel senso della sua denuncia e delle conseguenti dimissioni era l'invito a ricominciare a introdurre – già a partire dai comportamenti personali – un discrimine di rigore etico-morale anche nel campo della cultura e della sua gestione pubblica. A *fare piazza pulita* delle connivenze dei compromessi dell'infinita catena dei *do ut des* che formano la materia prima del clientelismo sociò-culturale e gli consentono sempre e ovunque di far quadrato anche intorno ai casi più ambigui e sospetti.

Di ciò si è discusso assai poco. In processione, buona parte del teatro ufficiale è insorto a favore del direttore dello Stabile e sarebbe anche apparsa una dimostrazione di forza se non fosse subito risultato evidente che si trattava di compagnie teatrali particolarmente interessate ai finanziamenti elargiti dallo Stabile. Si scomodava persino un esponente della sedicente sinistra democristiana, Paolo Cabras con un prevaricante atto di interferenza politica (del tutto passabile di denuncia alle autorità competenti) per assicurare il suo appoggio all'amico di partito ed offendere un uomo di cultura e di arte colpevole soltanto di aver stigmatizzato metodi e persone della vecchia e persistente Dc di Salvo Lima. (Tra lasciamo poi l'inopinata apparizione di Giorgio Strehler di cui al di là di un puro accordo di programmazione con Carriglio si fatica tuttora a capire il senso). Ma c'è di più. Secondo un copione tristemente noto Carriglio in persona esercitando pressioni e dispensando querele improbabili ha rassegnato le sue dimissioni al solo scopo di uscirne indenne e di farsi riconfermare. Il tutto ha naturalmente provocato polemiche e contraccolpi ulteriori (e non si possono che accogliere con piacere le dichiarazioni di Rutelli di Veltroni e di Borgna che hanno spostato il discorso sulla urgenza di una riorganizzazione della materia generale dello spettacolo e della stessa struttura dell'Ente teatrale).

Da allora ad oggi (e sono passati non pochi giorni) è calato un forzato silenzio. Ed è precisamente contro questo silenzio e contro il suo significato di mascherata soluzione del caso che avvertiamo il bisogno di intervenire.

Prima considerazione. Non è non può essere indifferente che un personaggio preposto alla direzione di un organismo importante come lo Stabile di Roma sia stato o no amico intimo di Lima – o di un qualsiasi altro protettore politico delle cosche mafiose. E che gli sulla carta amicizie del genere contraddicono e mettono in forse le prospettive di una politica culturale che voglia ispirarsi ai principi democratici della legalità e della trasparenza. Detto questo si impongono due ordini di considerazioni che si commentano da soli. Come non si può guardare con stupore il fenomeno che ha reso possibile a un individuo di assoluta modestia artistico-culturale di assurgere a una carica di tale responsabilità grazie evidentemente a protezioni anche esterne al mondo della cultura e dell'arte? E come si può dimenticare che solo due anni or sono sempre Carriglio al momento della nomina del suo successore al Biondo di Palermo rovinosi di fronte a un esclusissimo schieramento dei maggiori intellettuali italiani (tra gli altri Sciascia, Volponi, Pedullà, Guglielmi, Sanguineti) favorevoli alla candidatura del palermitano Perriera non seppe far di meglio che intervenire pesantemente d'ufficio per far eleggere il toscano Guiccardini? (Il quale incapacità e scarsa trasparenza non gli fu rimproverata qualche tempo prima da Carriglio. Bene in un feroce e potente manifesto verità polemica mai veramente affrontata in un solo paese tra botta di consuete querele). Su fatti e precedenti del genere non è più lecito mantenere atteggiamenti di disinteresse e di equilibrato distacco. Non conviene a nessuno continuare ad avallare i disegni di chi vuole sempre «coprirsi a sinistra» ben sapendo di essere al centro e a destra già abbondantemente coperto. Non è proprio il caso di lasciare Consolo da solo. Equivarrebbe ad un imperdonabile atto di latitanza. Sarebbe per di più la perdita di una preziosa occasione per cominciare a cambiare le cose.

Ed ecco il secondo punto. Si è ormai fatta largo la convinzione che alla pari della politica e dell'economia anche la sfera della cultura – forse in grado giudiziariamente meno rilevante ma moralmente non meno nocivo – è ormai travolta da un capillare e spesso debordante processo di corruzione e di degrado e che supera di un pezzo il limite di guardia è venuto il momento di dire e cominciare a reagire. Nell'ambito dello spettacolo come in quello dell'editoria nelle istituzioni universitarie come nel mondo dell'informazione il parametro della qualità del merito è puntualmente sacrificato alla mira del calcolo strumentale e del tornaconto istantaneo – e abbiamo sotto gli occhi vari scandali di cui sono teatro di volta in volta premi, concorsi, cartelloni, annate, campagne stampa. Ad esserne penalizzato con l'emarginazione e il silenzio è ogni tipo di comportamento che decida di privilegiare la libertà della ricerca, il rigore della proposta, l'autonomia dei rapporti, l'ottica dell'opposizione e del dissenso e la cosa già grave di per sé diventa all'interno di un sistema dominato da una ristretta oligarchia economica addirittura minacciosa. Siamo convinti che sia sempre più necessaria e improrogabile una riforma morale e intellettuale del nostro paese. Il gesto della scelta rigorosa e intransigente (in primo luogo nei confronti di sé) può sprigionare una straordinaria carica di persuasione. Anche da questo punto di vista ha ragione Vincenzo Consolo nel rivendicare un dovere di coerenza tra idee e comportamenti quando afferma che un intellettuale trasparente e progressista non può collaborare in nessuna maniera con amici di amici di mafia. E a nulla vale il vecchio squalificato *refrain* della «caccia alle streghe» così veloce a scattare ogni volta che si mette seriamente in discussione un sistema di interessi costituiti. Da qualche tempo si sente affiorare da più parti una specie di auspicio: ne hanno parlato Pignotti, Brevini e di recente Ferroni (proprio su *l'Unità*). Lo rilanciamo in chiusura anche noi: ben venga e al più presto un «operazione Mani pulite» anche sul versante della cultura, delle sue istituzioni pubbliche, del suo apparato di relazioni politiche e personali. I tempi sono maturi. E che allora la parte più sana e vitale della nostra intellettualità sappia mostrarsi all'altezza del confronto.

Il collettivo redazionale dei Quaderni di critica
(Filippo Bettini, Marcello Carlino, Melo Mastropasqua, Francesco Muzzioli, Giorgio Patrizi)