

PUBBLICITÀ. Le aziende chiedono nuove regole. Ma tra le concessionarie nessun accordo

Rai e Fininvest attente all'«Upa»

È arrivata in dritta d'arrivo la trattativa tra le aziende rappresentate dall'Upa e la controparte Rai-Fininvest per la «limitazione» degli spot in tv. Mancherebbe solo la firma, ma sia Supra che Publitalia smentiscono qualsiasi accordo di cartello e Supra addirittura smentisce tutto. Ma la quantità di interruzioni non diminuirà. Mentre Gavino Sanna lamenta, più che l'eccesso di pubblicità, gli eccessi di una comunicazione sempre più sguaiata

Per l'Europa siamo ancora «fuorilegge»

La Supra smentisce l'esistenza di un accordo con Publitalia e Upa per una «regolamentazione» degli spot. La concessionaria della tv pubblica non ne ha bisogno: i tetti di affollamento sono rispettati da sempre, tutte le interruzioni (quasi tutte, circa il 95%) non contengono più di dieci spot. È Publitalia l'interlocutore privilegiato dell'Upa, visto che la concessionaria privata ha più urgente bisogno di «aggiustamenti». È Publitalia a non essere «in regola», e bombardare i film di interruzioni, a intrasare le televisioni Fininvest di pubblicità. Tanto che fu Publitalia a «proporre» alla Supra un accordo di cartello per «darsi una regolata» reciproca. Secco fu il no di Gilberti: l'accordo di cartello è illegale e la Supra stava già bene così. Seguirono duri attacchi di Publitalia alla concessionaria pubblica: secondo la concessionaria privata abbassava i prezzi. Ma la Supra non s'è scomposta, ha proseguito la sua politica tirando i freni in questo momento di crisi: un aumento del fatturato. Gilberti aggiunge: «Sono scettico sulle possibilità di Publitalia di allinearsi alle richieste dell'utenza pubblica, cioè l'Upa. Se non vogliono, e non possono, ridurre l'affollamento, che la Mammì fissa al 15%, sono curioso di vedere che marchingegni si inventeranno. Forse basterà solo aspettare. L'atto del voto referendario sulla Mammì, visto che uno dei quesiti chiede di abolire l'articolo che permette le interruzioni nei film e nelle opere teatrali. Un'abrogazione che permetterebbe all'Italia di adeguarsi un po' meglio alla direttiva Cee «Tv senza frontiere», mai applicata.

MARIA NOVILLA OPPO

MILANO «Non c'è nessun accordo Rai-Fininvest sugli spot», esclama piuttosto irritato Felice Loy, direttore generale dell'Upa (associazione delle aziende che investono in pubblicità) smentendo il titolo uscito ieri su Repubblica. «Non c'è niente di nuovo. Siamo da mesi cercando un'intesa con le televisioni e, se si creano scandali e sospetti reciproci, si può solo ottenere il risultato di innervosire tutti. Insomma si rischia che l'accordo non si faccia più, a tutto danno della stampa, che dovrebbe essere favorita». Accordo che comunque, ammette Loy, potrebbe arrivare al sospirato traguardo della firma intorno al 20 gennaio.

È un pensiero al consumatore di domani «Meno paillettes e più informazione, avevo detto, ma mi sono imbattuto nelle reazioni polemiche dei colleghi, di una categoria che io chiamo il «coraggio di vivere». Ma dell'eccesso di pubblicità fa parte anche l'eccesso quantitativo di spot, la marea che ci sommerge quotidianamente. Problema al quale Gavino Sanna non spera troppo che si trovi rimedio perché dice «credere in qualche cosa oggi è davvero impossibile il nostro è un mondo di Pinocchio».

E chi sarà il Pinocchio di turno? Non certo Carlo Morigliano, vice direttore generale di Publitalia (concessionaria Fininvest), il quale rispetto a qualche mese fa, ha un atteggiamento molto più positivo nei riguardi della trattativa con Upa. E come mai? «Perché», spiega, «Upa ha chiarito che non metteva in discussione la quantità degli spot, nei limiti orari e giornalieri stabiliti dalla legge Mammì ma la modalità di immissione nei programmi. Ci sono state, in una lunga trattativa che non è ancora giunta alla firma, richieste difficili da accogliere e irragionevoli, altre difficili da accogliere ma ragionevoli e altre fondate, che alla fine sono state accolte. Comunque nessuna trattativa tra noi e Supra e tantomeno un patto (come dice il titolo di Repubblica), che sarebbe esplicitamente proibito dalla legge».

Sarebbe questo il fatidico risultato della proposta lanciata qualche mese fa dal presidente dell'Upa Giulio Malgara alle emittenti televisive: diminuire gli spot per migliorare l'accoglienza da parte del telespettatore tarassato ed esasperato dalla quantità dei messaggi.

In questa trattativa Gavino Sanna (abbondantemente citato da Repubblica) non ha messo bocca. «Sarò stato interpretato male», commenta. «Mi sono limitato a scrivere una riflessione, dal tono pacato e deluso, sulla professione di pubblicitario. Una professione che è in crisi», dice. «In questo momento. Tanto che mi chiedo se il ruolo del pubblicitario sia mai esistito. Abbiamo fatto solo spettacolo e quando il gioco si è fatto duro, siamo stati demoralizzati. E assillati nella critica del berlusconismo. Quando invece in politica non c'è posto per i pubblicitari. Al massimo vengono chiamati al banchetto del morto per un regalo postumo».

Insomma Gavino Sanna lamenta più che l'eccesso di spot, la sguaiatezza diffusa per una comunicazione sguaiata che coinvolge tutto, dalla politica al giornalismo stesso. Un giornalismo che è diventato reportage a posteriori su quello che la tv ha fatto o detto il giorno prima. Da ciò un bilancio sconsolato

Cosicché i punti dell'accordo annunciato riguardano non la quantità, ma l'impaginazione degli spot: non più di 10 di seguito in prima serata, ritorno dell'esclusiva merceologica (che non era più garantita nel '93 e '94) e limitazione del primo (promozione di programmi di rete) in apertura di break.

Insomma robbetta. Tanto che sorprendendoci con un colpo di scena, il super manager della Supra Eduardo Gilberti nega tutto. «Non c'è niente di vero. A noi non hanno chiesto nulla. Mai trattato con Pu-

blitalia. Abbiamo avuto solo un incontro con Upa circa tre mesi fa e abbiamo detto in quell'occasione che la Rai è già perfettamente allineata a tutte le norme previste. L'immagine dell'affollamento è quella data dalla Fininvest. Comunque all'accordo non ci credo. È una faccenda demagogica. Basti dire che le cosiddette limitazioni dovrebbero entrare a regime nel giugno del '96 figurarsi, chissà che situazione avremo a quel punto».



Ma in tivù c'è anche un altro tipo di «propaganda»

La pubblicità non è solo quella esplicita. Da qualche tempo in televisione si invasa di pubblicità indiretta, quella «politica» operata dai telegiornali. Anche i notiziari della Rai ne sono vittime, dal «ribaltone» delle notizie operato dalla gestione Moratti. Ma gli ascolti sono alti, Carlo Rossella e Clemente Mimun cantano vittoria. In due mesi, il primo e il secondo notiziario della Rai hanno aumentato il loro pubblico, rispettivamente, del tre per cento e di mezzo punto. Anche il Tg3, dice il suo

direttore, Daniela Brancati, è cresciuto, soprattutto nell'edizione del primo pomeriggio. Il problema, casomai, sono i rispettivi contenuti. «Oltre al comizio di avvio della campagna elettorale tenuto ieri da Silvio Berlusconi su RaiUno - rileva Vito del Pds - l'informazione diventa un pretesto per fare propaganda a Forza Italia e Alleanza nazionale, al Cod e a Pannella. Tg1, Tg2 e giornali radio hanno dato un'immagine chiara di quale sarà l'informazione nelle prossime settimane».

TEATRO/1. Jary in scena a Roma. Con un ottimo Mario Scaccia

«Ubu Re», più buffone che tiranno

ROMA Di tiranni vili e feroci, ingordi ignoranti e ciarloni (oltre che di dittatori grandi e pessimi), il nostro secolo ha fatto il pieno. Così che l'Ubu inventato, sul finire dell'Ottocento, da Alfred Jarry, ha potuto incarnarsi e reincarnarsi più volte, sotto diverse sembianze. Non per nulla, tra le migliori edizioni del lavoro teatrale da noi viste, in data lontana o recente, ricordiamo quelle provenienti da Praga, Budapest, Bucarest. Ma, sopra tutte il magnifico spettacolo (comprensivo di Ubu Re e Ubu in catene) realizzato nel '77-'78, con la sua paragonabile compagnia plurinazionale, da Peter Brook, che amplifica il discorso nello spazio e nel tempo.

In Italia, il titolo principe della saga, così come, in generale l'opera e la figura di Jarry sono stati frequentati, quasi esclusivamente da gruppi attivi nel campo della ricerca e della sperimentazione. Ora a cimentarsi nell'impresa (dopo l'intellectuale tentativo di Gregorietti allo Stabile torinese) è di nuovo un ente pubblico, il Teatro di Roma. Ed ecco, all'Argentina, Ubu Re regia di Armando Pugliese interpreti Mario Scaccia e Maria Fabbri, aiutati da una fitta formazione di attori, giovani nella maggior parte.

A Ubu Re Pugliese (lo scrive nel programma di sala) pensava da oltre dieci anni. E lo immaginava come un perverso gioco infantile. Oggi (ma, fratanto, parecchie cose sono successe, da noi e nel

mondo), la «chiave» da lui ipotizzata non ruota nella sostanza. Gli accolti di Ubu, usurpatore del regno di Polonia dopo averne assassinato il sovrano, e i suoi avversari sostenitori del legittimo erede al trono o di esso alleati (la vicenda muove da una parodia del Macbeth), e include spunti da altri luoghi shakespeariani), hanno aspetti e modi bambineschi, si combattono con arnesi domestici (battere da cucina scope spazzoloni ecc.) adattati ad armi e armature. Si aggiunge una vaga temperie onirica sottolineata dalle apparenze ripetute di un lettone mobile e multiuso (simulato anche la nave sulla quale gli sconfortati Ubu e soci veleggeranno verso la Francia pronti a nuove ribalderie). E si sarà capito come, a questo Ubu Re, sia largamente estraneo ogni riferimento all'attualità che pure di accostamenti ne suggerirebbe. Basti notare la maniera sbrigativa con la quale viene trattato uno dei momenti decisivi della «resistibile ascesa» dell'immondo personaggio: la rapinosa liquidazione del problema finanziario e lo sterminio dei magistrati.

L'oscenità verbale presente e insistente nel testo (tradotto senza molta fantasia, duole dirlo da Enzo Moscato) rinforzata qui da tutti e petti che eccedono la misura (non morale, estetica) si alleggerisce peraltro e si depotenzia, proprio per il legame, che lo spettato-

re è indotto a stabilire, col gusto puerile della parolaccia. Alla resa dei conti, avremo avuto dinanzi non una tragifarsa ma una buffonata che rimanda solo a se stessa inforata di trovate magan godibili ma puramente bizzarre (lo Zar che, in divisa e colbacco nella parte di sopra, si mostra dalla cintola in giù in guisa di ballerina russa, con tanto di tutù e scarpette), al termine vaste zone di noia (l'insieme tocca, con un normale intervallo le due ore e mezza di durata) e rari momenti piacevoli, riguardanti soprattutto la componente plastica e dinamica (devole il contributo di Dayal Pasculli per le coreografie di Antonio Sinagra per gli interventi musicali, di Silvia Poldini per i costumi). La scenografia, di Bruno Garofalo, consiste in una serie di pannelli, variamente disposti e disponibili, e in una sin tetica altrezzeria. Un apparato sobrio congruo all'idea di teatro professa da Jarry.

Mario Scaccia e Maria Fabbri Ubu e Signora sono gli «adult» della situazione. Scaccia esibisce una calvizie mussoliniana, e relativo pancione. Una prova più che degna la sua, nei limiti dell'allestimento ma non sarebbe spiaciuto avvertire nel personaggio per ovvie affinità, una risonanza del Nerone di Petrolini. La Fabbri si prodiga, nel non facile ruolo con la consueta generosità. Tra gli altri da citare Flavio Bonaoi, Giulio Farnese, Lorenzo Fontana. Poche usate appiarsi cordiali.



Mario Scaccia

TEATRO/2. Luzzati parla del suo nuovo spettacolo

I sogni a colori di Pinocchio

DALLA NOSTRA REDAZIONE MARGO FERRARI

GENOVA Un inventario di magiche marchingegni, invenzioni, botole, piani inclinati e un'esplosione di esonni il palcoscenico diventa una scatola magica, aperta verso dall'alto, che fa uscire tutto il repertorio collodiano. Nel campo dei mircoli o il sogno di Pinocchio, lo spettacolo che scaturisce dalle mani di Emanuele Luzzati (scenografo e costumista) e Tonino Conte (regista) con musiche di Nicola Piovani è una fantasiosa festa popolare. Il tocco cromatico e drammaturgico di Luzzati con i riferimenti figurativi agli illustratori di Pinocchio, crea un mondo inventato di parabole e allegorie. La fortuna del burattino di Colodi sembra non esaurirsi mai trovando sulla sua via nuovi stimoli. L'originaria versione di Francesco Nuti, qualche prossima ventura di Francis Ford Coppola e questa, favolistica e dinamica, che va in scena sino a venerdì al Teatro della Tosse di Genova prima di affrontare una lunga tournée con tappe alla Pergola di Firenze (dal 10 al 17 gennaio), dove è stata allestita anche una mostra di Luzzati, L'Aquila (20 e 21 gennaio) La Spezia (23 gennaio) e poi Pordenone, Reggio Emilia, Urbino, Massa, Mestre ecc.

Saltellando tra Paladini e Cenerentole. All'Alba e Pucinella personaggi caniniani e mozzartiani il settantatreenne scenografo genovese approda ora a quello che considera il più significativo racconto di avventura della nostra letteratura.

Quante volte si è cimentato col burattino toscano?

Per il teatro dell'Opera di Genova avevo curato la scenografia di una versione di Marco Tutino, con Tonino Conte avevo allestito un Pinocchio al Teatro di Mangialupo per bambini, poi avevo per curato Pinocchio Bazar in cielo e in terra per il centenario del libro collodiano. A pensarci bene dunque c'erano tutti i segni premonitori per affrontare una edizione così fantasiosa.

Che lettura ha scelto per questo Pinocchio?

Penso che sia un errore considerare un personaggio adatto soltanto ai bambini. Io ho cominciato ad apprezzarlo dopo i quarant'anni Pinocchio con l'universalità della sua storia emozionale molto più un padre che un figlio, perché ne coglie meglio i significati ricorriti e allegorici e cioè i temi dominanti della paternità e del viaggio iniziatico. Insomma la scoperta della vita. Ciò vale per Pinocchio ma anche per Geppetto, il quale sperimenta una esplorazione dell'esistenza mai compiuta prima rianchiato con è stato sul suo banco di falegname. Così il capolavoro di Colodi diventa un vero e proprio libro d'avventura.

Come ha tradotto sul palcoscenico questa sua interpretazione?

Jazz: morto il pianista Jess Stacy

Pianista per lungo tempo nella band di Benny Goodman. Jess Stacy è morto a Los Angeles, domenica scorsa, per arresto cardiaco. Aveva 90 anni. Aveva debuttato come pianista a sedici anni, suonando sui battenti che percorrevano il Mississippi. Testimone dell'età d'oro del jazz, aveva lavorato con Lionel Hampton, Bob Crosby, Tommy Dorsey e Gene Krupa. Ingaggiato da Goodman nel '35, era rimasto con lui per 4 anni, partecipando anche al celebre concerto del '38 alla Carnegie Hall. Aveva abbandonato le scene alla fine degli anni '50, disgustato dall'industria discografica.

Rock & Scozia John Martyn in tournée

Arriva in Italia John Martyn cantautore scozzese sulla scena da quasi trent'anni, musicista raffinato e passionale. Ha mosso i primi passi nel folk acustico per poi arricchire il suo stile con spunti rock, blues e jazz. Martyn sarà a Piangipane (Ravenna) il 13 gennaio, il 14 a Torino, il 15 a Mezzago (Milano) e il 18 a Chieti.

Maazel ammaliato a Santa Cecilia Wallberg e Ughi

Il maestro Lonn Maazel è ammaliato, e non potrà dirigere i concerti in programma dal 7 al 10 gennaio all'auditorium di Santa Cecilia a Roma. Al posto di Maazel, salirà sul podio il direttore tedesco Heinz Wallberg; al concerto parteciperà anche il violinista Lito Ughi.

Ecco le sei «Nuove Proposte» per Sanremo '95

Sono state selezionate le sei «Nuove Proposte», in gara al festival di Sanremo '95. Sono Flavia Astolfi con Per amore, Raffaella Cavalli con Sentimento, Glona con Le voci di dentro, Mara con Orlando Rossella Marcone con Un posto al sole, e i Neri Per Caso con Le ragazze.

I progetti Rai per i 50 anni della Resistenza

Ieri la presidente della Rai, Letizia Moratti, ha incontrato il presidente del Comitato nazionale per le celebrazioni del 50ennale della Resistenza, Gerardo Agostini al quale ha confermato la partecipazione dell'azienda alle celebrazioni con diversi programmi: film e dirette, su tutte le reti Rai, tv e radio.