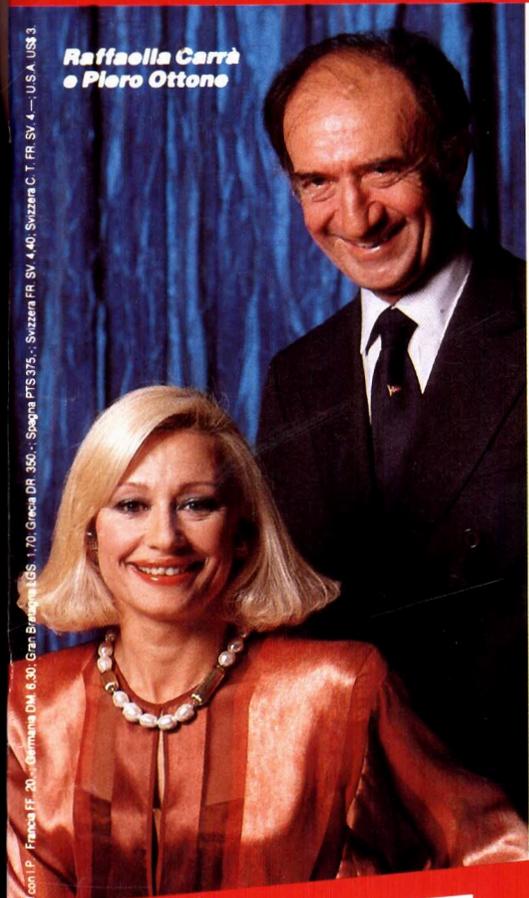


EPOCA

Raffaella Carrà
e Piero Ottone

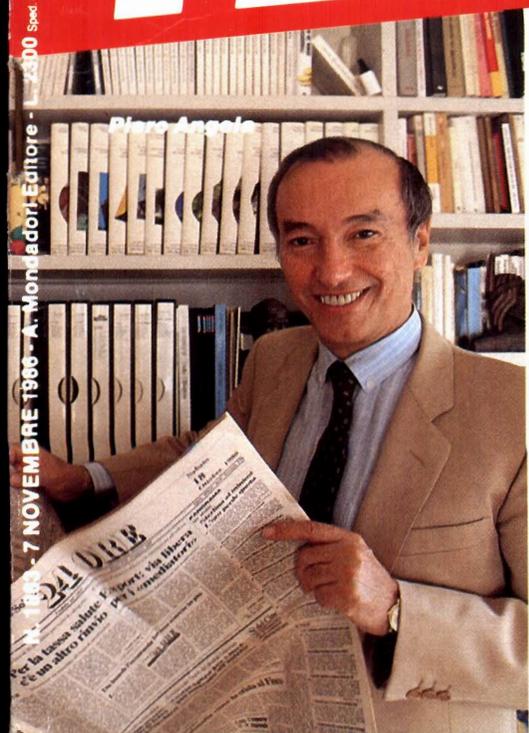


Marco Pannella,
Toti Botta,
Ezio Greggio



TELEVISIONE

Meglio stupida
o intelligente?



Piero Anselmi



Enzo
Biagi



Giovanni
Minoli



Giorgio Bocca



Arrigo
Levi

7 NOVEMBRE 1986 - A. Mondadori Editore - L. 2300 - Speed in abbo post. gr. 2/70 - Pubb. Set. - USPS 178000 con P. - Francia FF. 20 - Germania DM. 8,30 - Canada Cdn. \$ 1,70 - Grecia DR. 350 - Giappone ¥ 200 - Italia Lit. 1.000 - Olanda Gld. 1,70 - Portogallo Esc. 1,70 - Spagna Ptas. 375 - Svizzera FR. Sv. 4,40 - Svizzera C.T. FR. Sv. 4 - U.S.A. US\$ 3

SOMMARIO

ATTUALITA'

Capitali coraggiosi: dopo il Big Bang alla Borsa di Londra la terra intera diventa un supermarket azionario aperto 24 ore su 24, di *Andrea Monti* 8

L'ira e il complotto: dopo aver interpretato il ruolo di Aldo Moro in teatro, Gianmaria Volonté replica in cinema, nel film che ricostruisce il rapimento e la morte dell'uomo politico democristiano, di *Carlo Verdelli* 20

La giornata della Pace: cronaca di lunedì 27 ottobre, da Assisi, dove i capi di tutte le religioni hanno pregato perché le guerre finiscano, e dai fronti dove invece s'è combattuto, di *Toni Capuozzo, Remo Guerrini, Alceste Santini*, foto di *Gianni Giansanti, Nino Leto e Giorgio Lotti* 24

Doppio gioco per l'atomica di Davide: i segreti dell'arsenale nucleare di Israele, e la misteriosa sparizione del «traditore» che li ha rivelati, di *Roland Flamini, Remo Guerrini, Enrico Verdecchia, Ambrogio Viviani* 38

Italiani, Parigi è cara: gioie e dolori per i capitali italiani alla conquista del mercato francese, di *Jacques Nobécourt* 48

Epocaflash: tutti gli uomini di Jacuzzi, cioè i vip che tengono in casa la vasca da bagno più famosa del mondo 52

Persone: Jeanne Mas, l'erede di Edith Piaf, e Ida Nudel, una donna contro il KGB 54

Che male al tallone d'Achille: l'amaro destino della flotta Lauro ormai in dissoluzione, di *Maurizio Marchesi* 56

Video, dunque penso: da Piero Angela a Giorgio Bocca, tante risposte a un solo quesito: può la tivù essere intelligente?, di *Raffaella Carretta* 62

Millardi a quota 8000: le imprese dei grandi scalatori stanno diventando un grosso business. Così arrivano gli sponsor, di *Massimo Cappon* 74

La compagna del compagno: piace perfino agli americani Rosario Murillo, la donna del premier del Nicaragua, faccia sexy del sandinismo, di *Francesco Gola* 82

LE OPINIONI

- Prima di tutto,** di Enzo Forcella 6
- Media e mode,** di Furio Colombo 143
- Parliamone insieme,** di Vittorio Zucconi 147
- Yuppyland,** di Luca Novelli 183
- In società,** di Egeria Di Nallo 185
- Per polemica,** di Michele Tito 186

IN PRIMO PIANO

Venezia salvata dalle acque: parte finalmente una sfida gigantesca, quella del risanamento e del salvataggio della Serenissima, di *Carla Stampa*, foto di *Giorgio Lotti* 88

AMERICA

Byrne, testa di rock: David Byrne, cantante e compositore, ha girato il film rock più geniale degli ultimi anni, di *Guy Garcia*. **Gli intoccabili di Three Mile Island:** la peste nucleare intorno alla centrale dello scandalo, di *Martino Duane*. **Una casa bianca per lo zio Tom:** l'ascesa irresistibile del sindaco nero di Los Angeles, di *Romano Giachetti*. **Piccoli e stressati.** **Anche Mosca ha le sue star wars.** **Una donna venuta dal silenzio.** Newsletter 108-141

QUESTA SETTIMANA

Libri: «La tua Africa», viaggio in Kenya con Luca Goldoni, di *Francesco Frigieri* 148

AL VOSTRO SERVIZIO

Mostre: Diavolo d'un Leonardo, di *Antonietta Garzia*, foto di *Giorgio Lotti* 162

Shopping 170

TELEVISIONE

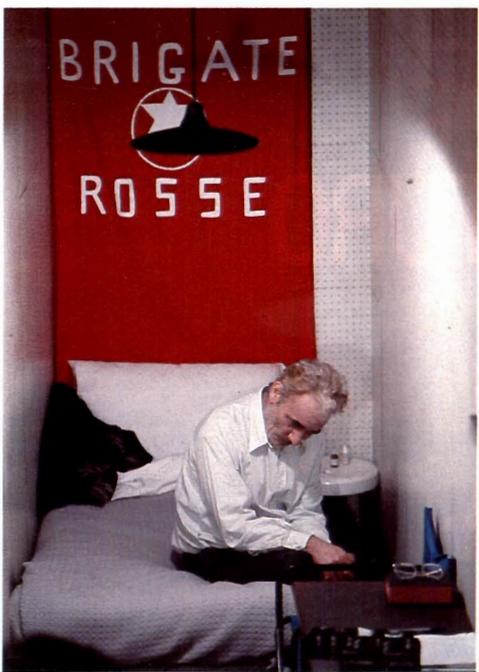
I programmi della settimana 174

CRUCIVERBA

Il gioco della settimana 180

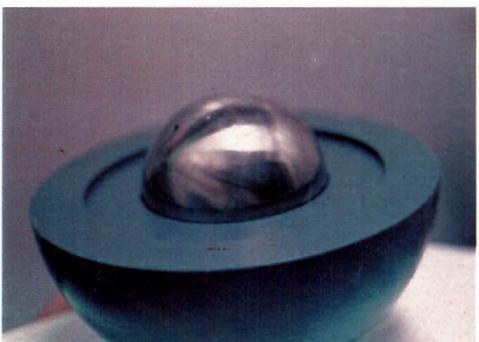
SULLO SCHERMO IL CASO MORO

I cinquantacinque giorni nella «prigione del popolo», la Renault rossa, il dramma della famiglia, il Palazzo, il gioco dei servizi segreti, la polemica sulla fermezza. Arriva sugli schermi la tragedia che ha segnato, in Italia, la fine degli anni Settanta: il sequestro e la morte di Aldo Moro, una ferita che molti vorrebbero chiudere per sempre. Ne abbiamo parlato con Gianmaria Volonté, che nei panni del politico assassinato ha offerto una grande interpretazione. **L'intervista a pagina 20.**



ISRAELE E L'ARMA DELL'APOCALISSE

Un giallo appassionante: dov'è andato a finire Mordechai Vanunu, l'uomo che ha svelato i misteri dell'atomica di Israele (nella foto, un modello a grandezza naturale)? **Inchiesta a pag. 38.**



C'È UNA VENEZIA PICCOLA PICCOLA

A vent'anni esatti dall'alluvione del '66 un consorzio di imprese pubbliche e private si lancia in una grande avventura: recuperare Venezia e il suo ambiente. E intanto l'intera laguna è stata ricostruita in laboratorio, con metodi raffinatissimi. **Servizio a pagina 88**



«STORIE VERE» E GENIALI

Arriva «True stories», il film musicale più importante dai tempi di «Help» dei Beatles. Epoca ne ha intervistato in esclusiva l'autore, David Byrne, chitarrista, cantante, ex leader dei «Talking Heads», mago del video e fotografo. **A pagina 108.**

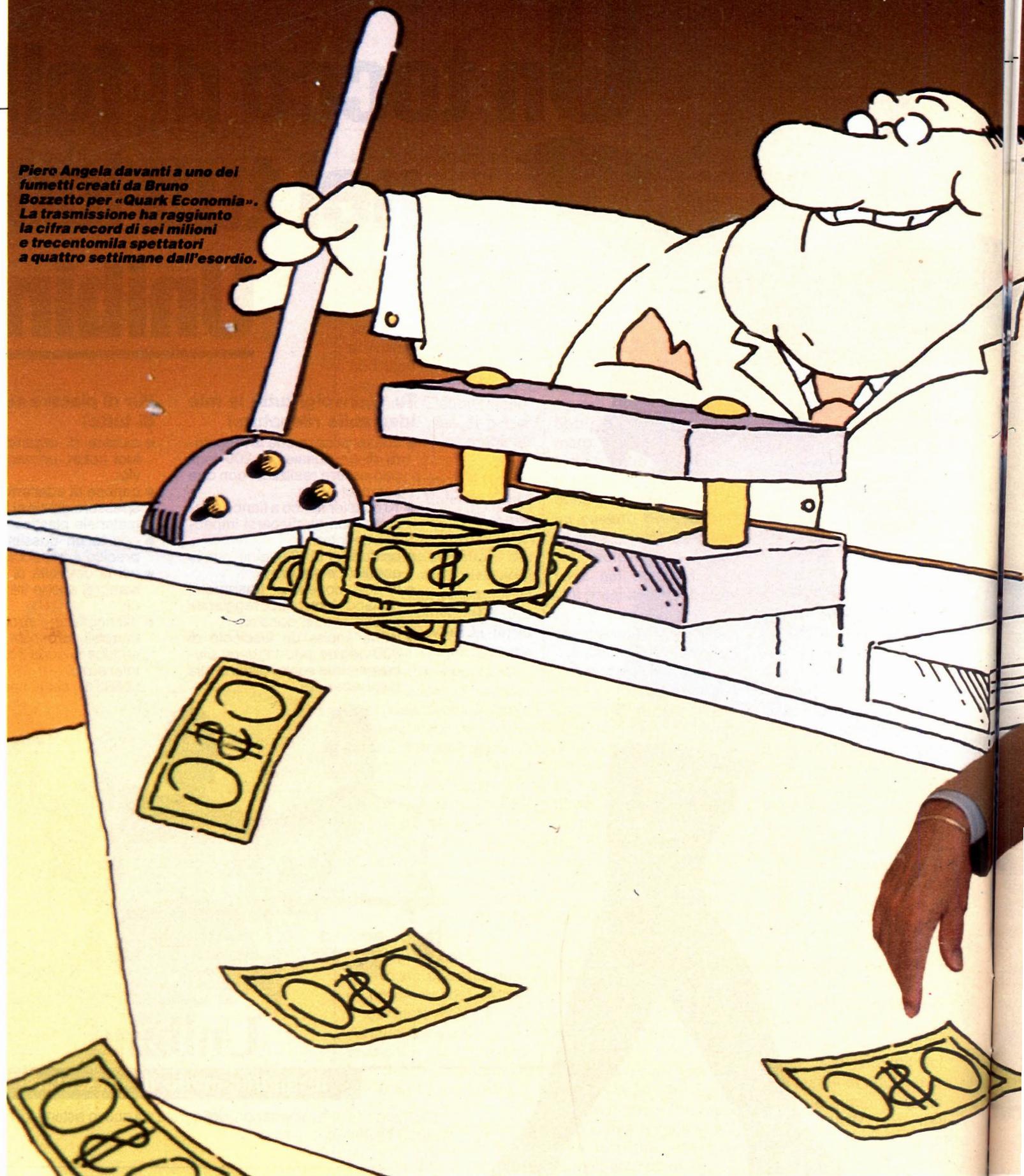


Direttore responsabile
Carlo Rognoni

EPOCA - November 7, 1986 - EPOCA (USPS # 178000) is published weekly by Arnoldo Mondadori Editore 20090 Segrate (Milano), Italy. Distribution: SpeedimpeX U.S.A. Inc. 45-45 39St., L.I.C.-N. Y. 11104 -Second class postage paid at Long Island City, New York 11104-. Volume CXLII, number 1883. -POSTMASTER: send address changes to SpeedimpeX U.S.A. Inc. 45-45 39St., L.I.C.-N. Y. 11104 SOCIETÀ ESTERE DEL GRUPPO MONDADORI: Londra: Arnoldo Mondadori Company 1-4 Argyll Street - London W1V 1AD - tel. 01-734-8301 - telex 24610 - New York: MONDADORI PUBLISHING Co., Broadway - New York, N. Y. 10063 - tel. 001212/5057900 - Stoccolma: Arnoldo Mondadori Scandinavia AB, Kungsgatan 58 - 11122 Stockholm - tel. 08/243990 - telex 17906 Mondint - Monaco: Arnoldo Mondadori Deutschland GmbH - 8 München 5 - Klenzestraße 38 - tel. 269031 - telex 524089 OGAME - Tokyo: Orion Press - 55 - 1 - chome Kanda Jimbocho, Chiyoda-ku. Tel. (03)295-1400.

PARIGI: Sig.na Maria Teresa Berti c/o MONDGRAPH S.r.l. 9/11 Avenue Franklin Roosevelt PARIS VIII

Piero Angela davanti a uno dei fumetti creati da Bruno Bozzetto per «Quark Economia». La trasmissione ha raggiunto la cifra record di sei milioni e trecentomila spettatori a quattro settimane dall'esordio.



Si può vendere la conoscenza attraverso il piccolo schermo? Giorgio Bocca sostiene che il mezzo è stupido... Piero Angela, invece, con «Quark Economia» ha dimostrato che con la cultura è possibile fare spettacolo. E ci racconta in che modo.

VIDEO,

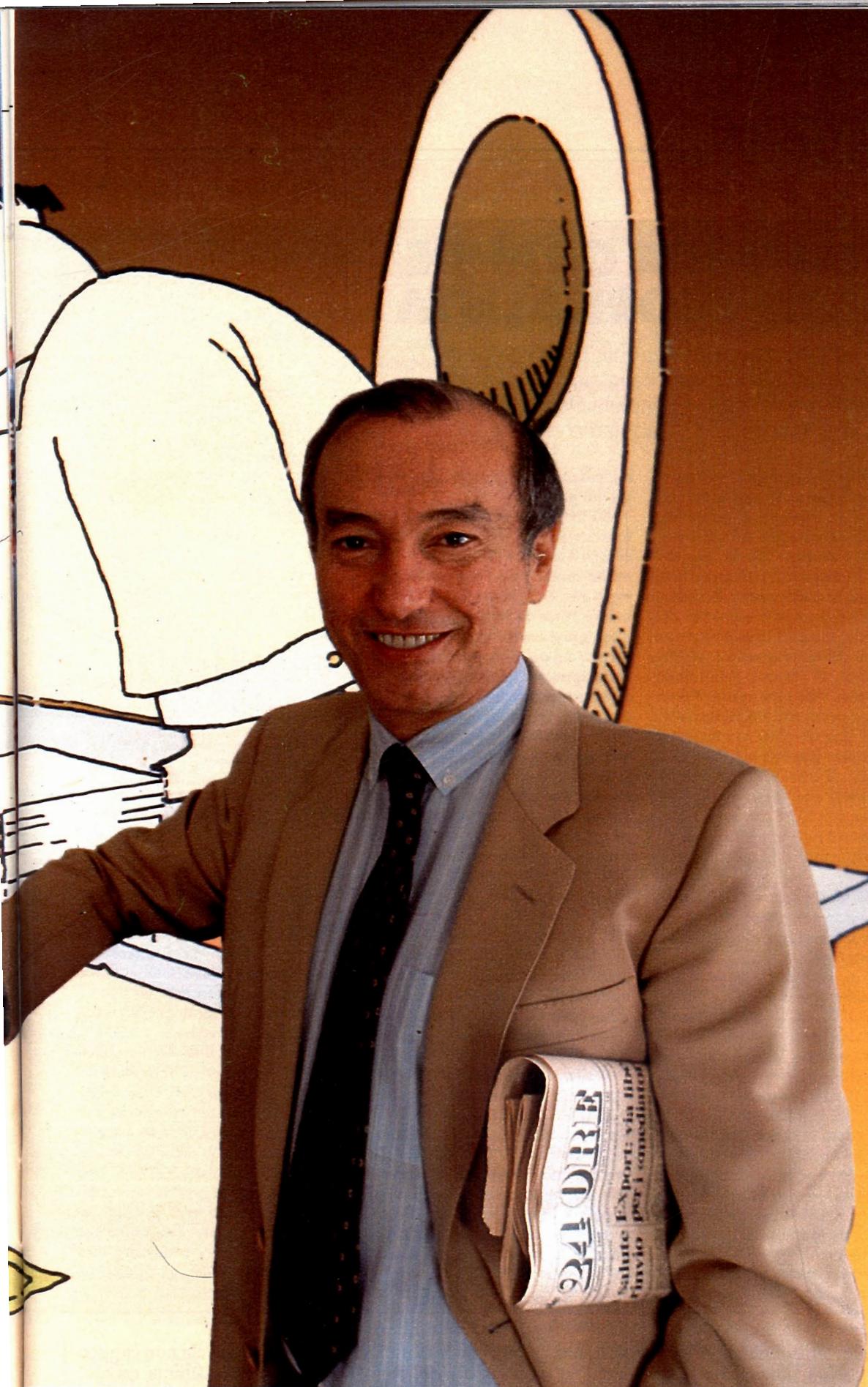
TELEVISIONE

Bastano tre milioni di telespettatori, fin dalla prima puntata, per decretare il successo di una nuova trasmissione? «Quel giorno sul secondo canale è andata in onda, in contemporanea, Italia-Spagna: rubare tre milioni di persone a una partita di calcio non vi sembra un successo?». Piero Angela è riuscito un'altra volta a imporre la «sua» televisione. *Quark Economia* nel giro di tre settimane ha raggiunto indici d'ascolto insperati: sei milioni e 300 mila spettatori. Meglio di un telefilm, meglio di un varietà... «Certo», racconta Angela, «la medicina era amara, ma corretta da una promessa che ha funzionato: non essere noiosi».

Giorgio Bocca, per spiegare la sua nuova trasmissione su Canale 5, *Duemila e dintorni*, ha descritto la televisione come un mezzo «stupido». E invece sembra che un colpo la televisione abbia scoperto le qualità spettacolari della cultura e dell'informazione. Finora di questi argomenti si osava parlare solo nei corridoi di Raitre: programmi di alta qualità e bassi indici di ascolto.

Angela ha rotto il circolo vizioso. È sceso in campo nelle stesse ore prima dedicate al banale intrattenimento, è riuscito a farsi ascoltare, è diventato popolare come Mike Bongiorno, ha inventato un modello inedito di uomo-spettacolo senza ricorrere alle ovvietà di Pippo Baudo, al baffo ammiccante di Maurizio Costanzo, all'erotismo casalingo di Raffaella Carrà.

«Piero Angela è di una categoria a parte», ha scritto su *Repubblica* il più incontentabile dei critici televisivi italiani. Secondo Beniamino Placido il successo di Angela si spiega «con il suo stile, con la sua sobrietà, con la capacità di



DUNQUE PENSO

di Raffaella Carretta

spiegare senza involgarire».

Ma come funziona la televisione intelligente? Con quali trucchi seduce lo spettatore? Siamo andati a chiederlo direttamente a Piero Angela, un signore di 55 anni, un piemontese con moglie e due figli, un giornalista che ha cominciato come cronista della sede Rai di Torino, ha fatto il corrispondente da Bruxelles, il conduttore di telegiornale all'epoca di Bernabei... E per hobby suona il pianoforte come un virtuoso.

Angela, cosa vuol dire televisione intelligente? Il termine le piace?

«Ci sono definizioni che possono sembrare imbarazzanti per la loro pretesa di stabilire certezze. Però "tivù intelligente" mi sembra una buona approssimazione al fenomeno, certamente utile per capirsi».

E allora, quali sono le caratteristiche fondamentali che distinguono un programma «intelligente» da uno «stupido»?

«Stupido sarebbe la mia pretesa di distribuire medaglie e reprimende. Non confesserò nemmeno le mie preferenze fra i tanti generi televisivi... Ma voglio fare un esempio per spiegarmi meglio. Nel mondo moderno delle merci e dei prodotti non conta più il valore materiale, come ai tempi di Marx e della prima rivoluzione industriale. È il valore "immateriale" ciò che si vende meglio, un valore che è determinato da quell'in più di "intelligenza" che quella merce contiene. È un processo inarrestabile: solo chi intraprende questa strada avrà sempre qualcosa da vendere agli altri: cioè la conoscenza (che è diventata il bene più prezioso) e i prodotti e servizi che incorporano questa conoscenza».

Questa la filosofia. Nella pratica invece, basta applicare il marchio della cultura per fare un programma televisivo di successo?

«No! Ci sono trasmissioni colte palesemente stupide per il fatto stesso di non rivolgersi a un grande pubblico pur usando un mezzo come la televisione. C'è un'intera classe di intellettuali-giornalisti che caccia via

RAFFA: DA GRANDE SARO' GIORNALISTA

Pansa le ha dato il benvenuto nella categoria. Ma soprattutto Ottone l'ha iniziata al mestiere: insieme intervistano gli ospiti a *Domenica In*. Come funziona la coppia? L'abbiamo chiesto a loro...

Raffaella giornalista? «Se qualsiasi donna di spettacolo soltanto per la capacità di porre due domande diventa giornalista, quali connotati avranno i futuri giornalisti?». In una lettera al quotidiano di Roma il *Messaggero*, il lettore Franco Venanzi si scandalizza del fatto che l'Associazione Stampa romana abbia assegnato a Raffaella Carrà il premio «Microfono d'argento». Ma Giampaolo Pansa aveva già promosso Raffaella: «Ormai sei una di noi», gli ha detto nella prima puntata di *Domenica In*. Oggi il suo vero mentore è nientemeno che Piero Ottone, ex direttore del *Corriere*, consigliere delegato di *La Repubblica*, saggiista di successo. Raffaella Carrà l'ha chiamato accanto a sé per un compito molto delicato: le interviste. Insieme scelgono i loro ospiti, insieme li intrattengono, insieme li intervistano.

Che ci fa Piero Ottone in un contenitore-varietà?

OTTONE. «Non so rispondere. L'invito mi è arrivato dalla Rai... e io l'ho accettato».

CARRÀ. «Come che ci fa? Quella di volerci mettere insieme è stata un'idea geniale di Brando Giordani e Sergio Japino. Un'idea geniale, dico, perché siamo diversi e complementari: lui, il giornalista famoso, distaccato, "inglese". Io, la donna di spettacolo dal temperamento emiliano, esuberante».

Non c'è anche il tentativo di dare un tono «intelligente» a una

trasmissione costruita su misura del grande pubblico?

OTTONE. «Vorrei fare una premessa: non ho nulla da obiettare contro il termine "intelligente", ma molto contro l'alternativa che presuppone, cioè la stupidità. In un mezzo come la tivù, è intelligente quel programma che raccoglie l'ascolto del pubblico a cui si rivolge: come questo. Quindi propongo un diverso binomio: televisione riuscita contro televisione fallita. E in questo ambito la sua domanda non ha ragione di esistere».

CARRÀ. «Ottone è una presenza "intelligente". Ma di certo non è stato chiamato per illuminare un programma per gente scema. Sono tutti scemi gli italiani che guardano il varietà? Direi proprio di no. Né, con o senza Ottone, mi sento scema io. Sono come sono, e il giorno in cui non funzionerò più, me ne andrò. Ma fino a che il pubblico mi ama, resto dove sono, con tutti i miei 25 anni di esperienza televisiva, con la mia voglia di capire, di imparare, di accumulare i segreti per fare sempre meglio questo lavoro».

Ma lei, Raffaella Carrà, si sente davvero una giornalista?

CARRÀ. «Guardi, io non mi sento niente, e non mi definisco in nessun modo. Chi mi dà della presuntuosa, sbaglia: io mi accosto alle interviste con estrema umiltà. Faccio le domande che farebbe un telespettatore medio, una casalinga. C'è forse qualcosa che non va nelle casalinghe?».

OTTONE. «Trovo sciocca la po-



Raffaella Carrà e Piero Ottone. La coppia è prodiga di reciproci attestati di stima: «Carrà è brava e preparata». «Ottone è proprio delizioso».

lemica del lettore del *Messaggero*. Così come ho trovato sciocche le critiche sui soldi spesi per i programmi della Carrà. La signora è un personaggio da ammirare: è brava, è preparata, è dotata di una capacità di comunicare che non s'impromoviva. Basilare per un successo come il suo».

Uno degli appunti che vengono fatti alla vostra trasmissione è che rischia di appiattire qualunque tema. Molte critiche ha per esempio suscitato il modo in cui è stato trattato il caso dell'operaio della Bisider, la fabbrica di Luigi Lucchini.

OTTONE. «Le critiche sono giuste. Riconosco di aver provato in quest'occasione un certo imbarazzo. Non perché l'operaio criticasse il padronato: come giornalista e direttore di giornali ho scritto e

a pedate, letteralmente, il pubblico con un linguaggio comprensibile solo a una ristretta cerchia di amici. Il vero scoglio per la tivù intelligente è chi la fa».

Vuol dire che ci sono così poche trasmissioni come la sua perché ci sono pochi divulgatori bravi come lei?

«Detto così è irritante, ma la

sostanza... Dire che le trasmissioni, il messaggio cioè, sono stupide perché è stupida la televisione, cioè il mezzo, non mi sembra molto intelligente. Per carità, non sto parlando di Giorgio Bocca... Il problema non è strutturale ma legato alla capacità di spiegare semplicemente anche le cose più difficili. Questa è la nuova tele-

visione. Perché chi non capisce ti abbandona, cambia canale, gira pagina. Prendiamo, per esempio, il pubblico di *Quark Economia*. È lo stesso pubblico di Raffaella Carrà. Da un sondaggio che abbiamo realizzato sul grado di conoscenza dell'italiano medio sui temi dell'economia risulta che solo il 38 per cento sa, anche se solo va-

lasciato scrivere molto in proposito. Lucchini è venuto a *Domenica In* per rispondere a domande che nulla avevano a che fare con i suoi rapporti con gli operai. Tutto qui. Insomma, riconosco che esiste un problema di equilibrio, tra certi tempi che possono essere esplosivi, e il contesto "leggero" nel quale vengono inseriti: non una tribuna sindacale, non un rotocalco d'informazione, ma uno spettacolo. Però sono fiducioso, che alla lunga, con l'esperienza, con libertà, la soluzione si trovi».

CARRÀ. «Non capisco: si vuole impedire di fare informazione per il grande pubblico? A me sembra già straordinario che un operaio senta il bisogno di scrivere per dire la sua. Il massimo che noi potevamo fare era di offrire una possibilità di parola all'operaio. Lui era molto intimorito: pensi che gli ho tenuto quasi sempre la mano sul braccio, per incoraggiarlo, per dargli conforto...».

Ma cosa lo intimoriva? Non preparate insieme gli ospiti, le domande, l'atmosfera?

OTTONE. «No, facciamo tutto separatamente, non sappiamo mai le domande dell'altro. Ma so che Carrà s'informa, studia».

CARRÀ. «Non prepariamo mai nulla, non proviamo mai. Certo c'è un incontro di pochi minuti con l'ospite prima che inizi la diretta. E c'è, per quanto mi riguarda, un lavoro minuzioso d'informazione prima, durante la settimana. Io ho una redazione di 16 persone che mi prepara le schede informative sui personaggi invitati e mi propone alcune domande-tipo: ma la decisione finale spetta a me. In genere ho un'intuito rapido, riesco subito a inquadrare chi mi sta di fronte: mi basta guardarlo negli occhi».

Ottone, questa intuizione è reciproca?

OTTONE. «Be', facciamo del nostro meglio».

Raffaella Carretta

gamente, cosa è il "terziario", e solo un italiano su cinque ritiene che il settore dei "servizi" sia in grande espansione. O peggio: il 62 per cento degli intervistati dichiara di non capire niente di tutto ciò che si scrive di economia sui giornali. Non capisce il laureato come chi ha fatto solo gli studi elementari (nel campione la percentuale

era uguale). È questo il mio pubblico».

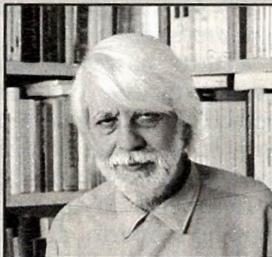
Ma allora come spiega il boom della borsa, il successo dei giornali d'economia, e quindi anche della sua trasmissione?

«*Quark Economia* non è nata come una trasmissione che vuol seguire la moda dell'alta finanza per tutti... Certo la gente vuol sapere che fare dei propri soldi. Ma non è a questa domanda che io voglio rispondere. *Quark* si propone cose meno elettrizzanti: spiegare la trasformazione dell'economia e quindi anche della società, in rapporto al progresso della tecnologia. È cambiato tutto: il mercato del lavoro per esempio. Ai tempi di Valletta, in Fiat, le macchine si costruivano con il lavoro dell'operaio massa. Oggi Romiti costruisce auto con i robot. Nel costo di produzione di un computer il costo del lavoro influisce solo per l'uno per cento. La Benetton che fattura tremila miliardi ha solo qualche centinaio di dipendenti. La Toyota prima vende attraverso un sistema computerizzato e poi produce a seconda delle necessità. Ecco le cose che mi piace spiegare alla gente: insegnare i "fondamentali" per mettere tutti in condizione di capire, poi, anche i "particolari". Sembrano argomenti poco affascinanti? E in effetti lo sono. Ma il trucco è tutto qui: sedurre, cioè attirare l'attenzione, vendere conoscenza con la divulgazione».

Ma perché, allora, fino a oggi i programmi come *Quark* venivano mandati in onda clandestinamente, confinati in orari impopolari, e persino boicottati?

«Non credo sia stato per voglia gretta e meschina di emarginare l'intelligenza. Il fatto è che la televisione ha le sue regole: se i programmi educativi non piacciono a nessuno e nessuno li vede, l'indice d'ascolto cala e i contratti pubblicitari vengono meno. E così i programmi di cultura finiscono nelle ore morte. Ma se invece si riesce ad abbinare cultura e indice d'ascolto lo spazio per le trasmissioni, diciamo intelligenti, diventa enorme. A me è

L'INSOPPORTABILE SCIOCCHENZA DELL'ETERE



N. Leto

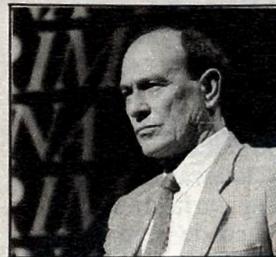
Giovanni Raboni

■ **Giovanni Raboni, oltre ad essere un famoso poeta, passerà alla storia del costume per la sua passione verso la televisione stupida. Si tratta di una scelta ideale o di una provocazione culturale?**

«Entrambe le cose. Mi spiego: preferisco la tivù stupida, o fintamente stupida, come *Drive In*, perché la tivù è veramente "l'altra cosa", da assumere in momenti particolari della giornata, in cerca di rilassamento, di non pensiero, di non riflessione. Già così è pericolosa: è comoda, è in casa, non la scegli, ma ti sceglie. Se diventa anche intelligente è la fine: tenderà a sostituirsi come un tutto, come totalità incumbente e onnivora. Mentre il vero sapere non potrà mai venire da lì, ma solo dai libri, dalla parola scritta».

Come giudica questo nuovo genere di trasmissioni «intelligenti»?

«Non ho visto *Duemila e dintorni*, il settimanale di Bocca, ma in genere lui ha una severità un po' brusca che mi irrita. La sua è un'ostentazione impudica del fatto che non crede alla tivù. Piero Angela è un eccellente professionista, ma le sue trasmissioni non divertono, non distraggono, sono anzi un po' noiose. L'anno scorso c'era *Quelli della notte* e lì a dare fastidio era una punta di complicità, il suo "chi non ride è scemo". Questo vale in generale per tutta la categoria che si regge su un'intenzione scoperta: se mi guardi, sei intelligente. Come i libri *Adelphi*, diventati oggettivamente indipendentemente dal contenuto. Siamo di fronte a un nuovo snobismo di massa che sosterrà l'offerta di questi prodotti. Il futuro appare segnato: crisi della trasmissione finto stupida, come *Drive In* che quest'anno è meno brillante, e avanzata di quella insopportabilmente intelligente».



P. Muci

Giorgio Bocca

■ **Il Corriere della Sera ha accusato di «malumore senile» Giorgio Bocca che a proposito della sua trasmissione *Duemila e dintorni* ha dichiarato: «Ho parecchie resistenze alla tivù e alle sue cretinerie». Perché Bocca crede che la tivù sia stupida?**

«Ribadisco che è molto difficile arginare la stupidità del mezzo. Dopo la seconda puntata di *Duemila e dintorni* le critiche raccolte vanno tutte nella stessa direzione: interviste troppo lunghe, necessità di dare più spazio alle immagini. Mi rendo conto delle esigenze dello spettatore, ma francamente in tre minuti non riesci a intervistare nessuno».

Eppure Bocca sta sempre in tivù...

«Non solo per denaro. Mi attira un lavoro che è ancora tutto da inventare: in passato ci sono state trasmissioni colte, serie. Ma come in cucina, quello che conta per la nascita di una scuola è la continuità, e qui non c'è mai stata. Ci sono invece improvvisi innamoramenti: adesso per esempio c'è la grande rincorsa alla divulgazione libraria, secondo il modello del francese *Apostrophe*. Però quando sento che ci sta provando Maurizio Costanzo intuisco che tipo di scelta ci possa essere dietro: la promozione del best-seller a solo beneficio delle case editrici».

Si stanno comunque aprendo degli spazi anche sulla tivù privata...

«Solo perché gli industriali della televisione cominciano a capire che mostrare il sedere delle ballerine non servirà mai a ottenere udienza dai politici. Ma è un processo lento. Di Mike Bongiorno si dice in azienda che "porta 40 miliardi di pubblicità": puoi fare tutta l'informazione che vuoi, ma 40 miliardi hanno un fascino che non si dimentica».

successo con il primo *Quark*: nel 1981 era confinato alla fine delle altre trasmissioni, nell'85 è arrivato in prima serata».

Il nuovo Quark nasce invece con un posto di prestigio. Riuscirà a mantenerlo?

«È per questo che ho individuato tre fattori negativi, tre errori da evitare. Innanzitutto niente filmati. Basta con immagini di fabbriche, contadini al lavoro, laboratori scientifici. Quando si parla di economia in tivù succede sempre così: si fa vedere sempre la stessa zuppa che non spiega nulla: il pubblico è terrorizzato da una lunga tradizione documentaristica all'insegna del torpore. E poi ho deciso di rinunciare a un'altra abitudine della pseudo-divulgazione televisiva: basta con le interviste con gli esperti incapaci di farsi capire, anche perché non è il loro compito. Terzo punto di forza: la durata. Oltre i venti minuti cessa il tempo fisiologico di sopportazione di qualsiasi argomento: sia che si tratti di economia che di strazianti amori da telenovela. Ma non è che tutto sia così semplice. Per divulgare bisogna anche sapere, essere informati, conoscere i problemi, capirli soprattutto, per mettersi nelle condizioni di saperli raccontare. Dodici giorni di riunioni mi è costata questa prima serie di *Quark Economia*: ne ho discusso e ridiscusso fin nei dettagli più minuti con Umberto Colombo dell'Enea, Giuseppe De Rita del Censis, l'avvocato Guido Rossi... Poi ho scritto e riscritto tutti i testi, un'infinità di volte... Raccolti in un libro usciranno a novembre con il titolo *Un mondo che cambia*, pubblicato dalla casa editrice Garzanti».

Ma la sua idea dell'economia è tutta qua? E Agnelli? E Gardini? E De Benedetti?

«Ho voluto fare una trasmissione nell'interesse generale del cittadino. Informare e divulgare l'economia, non vuol dire parlare delle lotte fra Cuccia e Schimberni, del potere della Fiat o dell'escalation della Montedison. Per parlare di queste cose ci sono altri

strumenti di comunicazione: *Repubblica*, il *Corriere*, i settimanali. Tutto questo infatti fa parte dell'attualità giornalistica non della divulgazione economica».

Ma la sua è una missione o una professione?

«Tutto nasce da una mia insoddisfazione professionale verso l'attualità: ti sembra sempre di stare al centro degli avvenimenti e in realtà poi non si riesce mai ad approfondirli. Così ho scoperto, dieci anni fa, il piacere della ricerca quando ho curato i documentari sulle prime missioni Apollo della Nasa. Ho continuato con una trasmissione di dieci ore, a puntate, sul cervello. E poi, l'astrofisica, la parapsicologia... Oggi che ho una ben definita immagine televisiva, esperienza e spazi a disposizione mi sentirei francamente in colpa se non cercassi di spiegare i problemi importanti del nostro tempo».

Non le pesa quest'impegno?

«Mi pesa semmai la riduzione a guru onnisciente della mia persona che la fama del piccolo schermo mi impone. Ormai vengo interpellato su tutto: dalla microfisica dei sentimenti ai mangimi per i polli. Ma so difendermi: a furia di frequentare scienziati sono stato contagiato della loro cautela, dalla prudenza obbligata che circonda non solo il loro ambiente di lavoro ma anche la loro vita. Come metodo tendo alla spersonalizzazione».

E la televisione? Quella diciamo «normale», non la guarda mai? Le sembra proprio tanto stupida?

«Voglio rispondere citando una novella di Giovanni Mosca che mi ha sempre colpito. È intitolata *L'isola degli uomini buoni*. Racconta di un paese dove tutti sono generosi, altruisti, onesti e caritatevoli. Tranne uno, rinchiuso in prigione, ma coccolatissimo perché senza di lui mancherebbe il solo parametro di verifica della propria bontà».

NON PER CULTURA MA PER DENARO

L'informazione-spettacolo piace? Piace alla pubblicità, piace ai padroni della tivù, piace perfino al pubblico. Ecco la mappa dei suoi successi prossimi venturi.

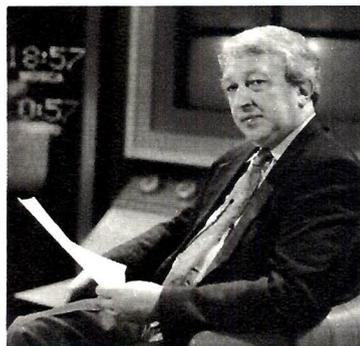
Ma saranno veramente intelligenti i nuovi programmi della tivù? Oppure farà proseliti il modello dell'incrocio tra generi diversi: lo spettacolo che produce informazione (vedi l'esempio della coppia Carrà-Ottone); il varietà trasformato in «tribuna poli-

tica» (vedi l'episodio di Marco Pannella, «comico» a *Drive in*)? Di sicuro c'è che proprio la trasmissione intelligente è la nuova frontiera da conquistare nel mercato degli spot. Per *Mixer*, quest'anno alla sua ottava edizione, c'è stata una lotta durissima tra gli sponsor Ibm e Olivetti, con vittoria finale della seconda. Per sponsorizzare *Quark* si sono mosse le più importanti aziende italiane con offerte che Piero Angela definisce «da capogiro», tutte respinte. Soprattutto è nelle televisioni private, che il gioco si sta facendo serrato. Come spiega Bruno Bogarelli, del gruppo Berlusconi: «Dall'83 all'86, l'incremento delle sponsorizzazioni è stato del 500 per cento. Ed è sicuramente destinato ad aumentare, a novembre, con il varo dell'Auditel, il nuovo sistema di rilevazione degli indici d'ascolto».

La cultura e l'informazione quindi non spaventano più i padroni dei palinsesti tivù. Vediamo quali saranno, una per una, le trasmissioni di qualità che presto potremo giudicare sui teleschermi.

L'informazione-spettacolo. Il suo punto di forza sarà una nuova fascia di trasmissioni del mattino (dalle 7,30 alle 11), chiamata *Breakfast*, e prevista per il

15 dicembre su Raiuno. Sarà affidata per cinque giorni alla coppia formata da Piero Badaloni ed Elisabetta Gardini, e per il fine settimana a Enza Sampò di Raidue: un cambio di conduzione che rappresenta anche una diversità nello spiri-



Sopra, Valerio Riva. Il suo «Magazine», sarà un nuovo rotocalco: «s sofisticato, con belle immagini».

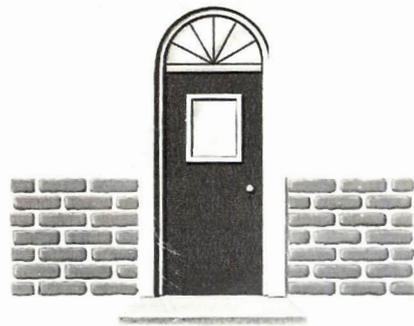
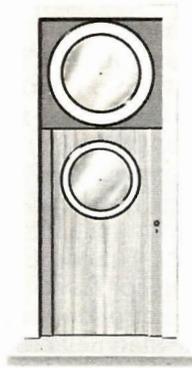
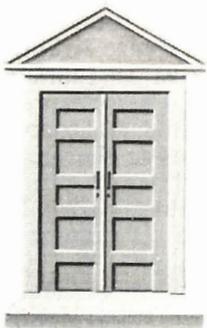
A fianco, Mino Damato, autore di «Esplorando», un viaggio intorno alla notizia.



A fianco, Giovanni Minoli. Ripropone «Mixer», sulla Rete 2 (dal 23 novembre): sondaggi e reportage.



PROBLEMA: NEL MONDO DELL'INFORMATICA SPESSO SI ENTRA DA UN INGRESSO QUALUNQUE.



TELEVISIONE

Alberto Manzi, dopo anni di assenza, torna in Rai, con «Impariamo a pensare». Fino al '68 è stato il proverbiale «maestro» di «Non è mai troppo tardi».



Lisa Bartoli-

sport) con una serie di programmi inediti.

Nella categoria dell'informazione-spettacolo rientra anche *Esplorando*, di Mino Damato. Spiega l'autore: «È una specie di circumnavigazione intorno a una notizia, che tenta di conciliare avventura e informazione». Brando Giordani, Emilio Ravel e Paolo Giaccio sono invece impegnati nella costruzione di *Immagina... un mondo tutto da vedere*: cinema, teatro e immagini delle televisioni di tutto il mondo. Telemontecarlo frattanto annuncia per febbraio un nuovo settimanale di «spettacolo e cultura video: cinema, computer graphic, pubblicità all'insegna della notizia».

E perfino Eurotvù che sta muovendo i primi passi nel settore dell'informazione (il suo Eurogiornale sarà varato a fine novembre), punta subito al traguardo della notizia-spettacolo con *Euroworld* (in onda a fine dicembre).

Il telerotocalco: la novità più attesa è *Il caso* di Enzo Biagi, che andrà in onda a gennaio, con cadenza settimanale, sulla Rete 1 (alle 20,30). A differenza di *Spot*, non sarà tanto legata all'attualità dello scoop, ma all'inchiesta-ingrandimento, alla riflessione di un fatto o di un tema, attraverso l'intervento diretto dei suoi protagonisti. Ancora in fase di messa a punto è invece la trasmissione di Valerio Riva che si chiamerà *Magazine*: 50 minuti (in onda al sabato su Raidue) a metà tra attualità, costume, spettacolo e arte. «Un rotocalco sofisticato», spiega Riva, «con immagini molto curate, reportage, ospiti in studio. E un'eventuale padrona di casa che potrebbe essere Catherine Spaak». Sul fronte delle private l'esperimento più ambizioso porta la firma di Arrigo Levi (già conduttore-autore di *Punto Sette*), che ha appena finito di completare la sua redazione (l'ultima arrivata è

Chiara Beria, fino a oggi uno dei migliori inviati di *Panorama*): il programma si chiama *TV TV*, e non nasconde il richiamo a *TV 7*, lo storico settimanale in onda negli anni Sessanta.

L'Economia-spettacolo è il settore più nuovo nei palinsesti della tivù. Dopo *Quark Economia* della Rai, anche Telemontecarlo ha varato una rubrica apposita, *Piazza degli affari*: la finanza spiegata al volgo da Claudio Demattè, professore alla Bocconi, e artefice del successo della Sda, la scuola di amministrazione aziendale (in onda il martedì alle 22,30). E altrettanto si appresta a fare Rete 3 con un programma di economia ancora «top secret», che dovrebbe essere trasmesso a gennaio.

Gli specializzati. Qui il monopolio è detenuto da Raitre che sempre di più si affida

alla sua tradizione dopo aver visto sfumare il progetto di un contenitore-fiume condotto e organizzato da Renzo Arbore. Continuano così le rubriche (*Geo*, *Delta*, *La macchina del tempo*). Continua la formula del *Teatro-storia* che mette in scena personaggi controversi del passato (Giorgio La Pira, Gabriele D'Annunzio, Guglielmo Giannini). E i cicli di film curati da Enrico Ghezzi e Vieri Razzini: a novembre si annunciano un ciclo sui capolavori di Buñuel, e uno sui classici della fantascienza. Per gennaio le ipotesi sono tre: i film con Mae West, la comicità anni Quaranta, le commedie di Preston Sturges. E infine un ciclo ancora in fase di studio: *Destinazione esotico*. Ma sul genere c'è una novità anche su Canale 5 ed è curata da Guglielmo Zucconi (a gennaio): un settimanale dedicato solo ai problemi dell'informazione che si affiancherà alle altre rubriche «a tema» di Canale 5, come *Big Bang* e *Jonathan dimensione avventura*.

Cultura-cultura. I titoli di maggior rilievo sono due. Il primo è prodotto da Raitre: *Il cammino delle idee* racconterà lo stato della cultura europea attraverso l'intervista confronto ai suoi maggiori protagonisti (Karl Popper, Claude Levy-Strauss, Ilya Prigogine, Ralf Dahrendorf, Marguerite Yourcenar, Norbert Elias). Il secondo s'intitola *Editoria* e trae ispirazione dal modello francese *Apostrophe*, anche se il programma della Rete 2 (che fa parte del *Progetto Uno Notte*) si discosta non poco dall'originale: un libro offre lo spunto per un tema, affrontato da ospiti in studio. A condurlo dovrebbe essere chiamato Andrea Barbato, che non ha però ancora risposto in modo definitivamente affermativo. Al di fuori di questo panorama si estende l'area della tradizione, e dei vecchi modelli, come i programmi del «Dipartimento Scuola Educazione». Ma anche qui, se non una novità, c'è da segnalare il ritorno: di Alberto Manzi, il «maestro» della didattica attraverso le immagini, con un programma dal titolo augurale: *Impariamo a pensare*.

Raffaella Carretta e Silvia Tortora



Sopra, Guglielmo Zucconi: sta preparando un programma di informazione-spettacolo per gennaio.



Claudio Demattè, docente alla Bocconi, intervieni in «Piazza affari», su Telemontecarlo.



A fianco, Jas Gawronski presentatore di «Big Bang»: la scienza in tivù.



Sotto, Arrigo Levi, autore del nuovo rotocalco «TV TV».



A fianco, Enzo Biagi, che torna in tivù con «Il caso», dedicato all'inchiesta.



A destra, Enza Sampò: condurrà «Breakfast» nel fine settimana.

Aelle

Olympia

to del programma. «Il primo», dice Badaloni, «è un tentativo di imporre la cultura del quotidiano».

Più concentrato sull'informazione è invece il progetto della seconda rete, curato da Giovanni Minoli: «Saremo impegnati sul fronte dell'attualità meditata, con interventi di esperti che spieghino chiaramente allo spettatore il senso degli avvenimenti della settimana». Ma i progetti più numerosi si addensano in un'altra zona nuova che il primo canale sta mettendo in cantiere per gennaio: il *Progetto Uno Notte* (dalle 22,30 alle 24), che funzionerà per sei sere consecutive (tre gestite dall'équipe del Tg, e tre dalla struttura di Brando Giordani), e sarà destinato a incorporare programmi già esistenti (lo *Speciale* di Alberto La Volpe, il *Mercoledì*