

"IL SEGNO E LA MACCHINA"

VIDEOSALETTA

Programma di venerdì 1 settembre

Ore 17,30

E_U_R_O_P_A

European Media art Network

Otto Compagnie televisive dell'Europa Occidentale e quella Ungherese hanno dato vita ad una antologia della ricerca video nel nostro Continente.

L'Antologia che è stata presentata in contemporanea nelle otto Capitali interessate: (Roma, Budapest, Bonn, Amsterdam, Bruxelles, Madrid, Parigi e Londra) e rappresenta un auspicio di collaborazione e sviluppo.

La festa de L'UNITA' presenta gli otto volumi, nelle sue trasmissioni della videosaletta.

Dopo la proiezione dedicata all'Olanda (trasmessa alla festa il 31 agosto) si prosegue con la Spagna.

S_P_A_G_N_A

(durata 60')

Dall'arte dei media Muntadas ai reportages sui generis di moda di Tito.

Dal video musicale alla ricerca video, sino all'omaggio al cinema. (distribuzione soft video)

Ore 18,30 • 89

GENOVA

N_O_R_D_A_M_E_R_I_C_A - E_U_R_O_P_A

S T A T I U N I T I

I Vasulka: video arte (durata 45')

Woody e Steina Vasulka, comunemente noti come i "The Vasulkas", sembrano a vedersi una bizzarra coppia di Americani di mezz'età in vacanza.

Lei, dal viso e dai lineamenti tagliati con l'accetta, tradisce origini vicine al Paese del Sole che non tramonta mai (ed infatti viene dall'Islanda), mentre lui, rotondetto, amante della buona cucina, ottimo bevitore ed in calzoncini corti, denuncia origine est-europee.

Ma non è l'Europa che li ha resi famosi, bensì quel grande crogiolo che è l'America.

Quei due, vicini al movimento Fluxus dei giorni gloriosi, decidono di abbandonare il loro passato di artisti vecchio stile (violoncellista, scrittori, arti visive) per concentrarsi sull'hobby della documentazione attraverso l'appena concepito strumento del video.

Così sono testimoni, praticamente, dei maggiori avvenimenti che caratterizzano l'America degli anni '60.

A loro si devono i mitici reportages dal Fillmore, con tutti i gruppi della "scena acida" U.S.A., a loro si deve il primo clip musicale non prodotto da case discografiche (un omaggio ai Beatles), e molte altre cose.

Ma è con gli anni '70 che i Vasulkas diventano i vati della scena artistica newyorchese ed i poeti del video.

Dalle prime video performances (come Violin fluxus, ecc.) al ruolo di padri putativi della nascente generazione di video artisti newyorchesi il passo è breve.

A loro si deve la fondazione di The Kitchen, il "luogo" per eccellenza del video, dove si teorizza per la prima volta, la distinzione netta fra l'estetica video e quella cinematografica, ponendo fine all'equivoco dell'expanded cinema che per tanti anni aveva impedito al video di esprimersi in forma autonoma.

Da quegli anni di fuoco i Vasulkas si evolvono (ed a ogni periodo corrispondono opere diverse) fino a scoprirne le nuove frontiere: dal Giappone, dove sono salutati ed accolti trionfalmente, al Nuovo Messico, divenuta oggi la loro nuova casa.

Un posto per cui il cielo ed il deserto diventano gli sfondi naturali di una nuova estetica video. (distribuzione softvideo)

Ore 21

E_U_R_O_P_A_-_A_M_E_R_I_C_A

U._S._A._-I_T_A_L_I_A

Il Museo dei Diamanti di Ferrara ha organizzato per due anni corsi di video arte per studenti americani.

Nascono da qui i due nastri che presentiamo stasera: "Corso Videoarte New York University '87" e "Corso Videoarte New York University '88".

A_M_E_R_I_C_A_L_A_T_I_N_A

N_I_C_A_R_A_G_U_A

"16 Ore di Terrore"

Nel corso di questo inverno uno spaventoso tifone ha colpito le regioni atlantiche del Nicaragua producendo danni ingentissimi.

Il volontariato italiano è ora impegnato nella ricostruzione delle zone colpite. (distribuzione Crocevia)

"IL SEGNO E LA MACCHINA"

Padiglione C

VIDEOSALA

Programma di Lunedì 4 settembre

Ore 17,30

N O R D A M E R I C A - E U R O P A

Stati Uniti

I Vasulka: Videoarte (durata 45')

Woody e Steina Valsulka, comunemente noti come "The Vasulkas", sembrano a vedersi una bizzarra coppia di Americani di mezz'età in vacanza.

Lei, dal viso e dai lineamenti tagliati con l'accetta, tradisce origini vicine al Paese del Sole che non tramonta mai (ed infatti viene dall'Islanda), mentre lui, rotondetto, amante della buona cucina, ottimo bevitore ed in calzini corti, denuncia origini est-europee.

Ma non è l'Europa che li ha resi famosi, bensì quel grande crogiolo che è l'America.

Quei due, vicini al movimento Fluxus dei giorni gloriosi, decidono di abbandonare il loro passato di artisti vecchio stile (violoncellista, scrittori, arti visive) per concentrarsi sull'hobby della documentazione attraverso l'appena concepito strumento del video.

Così sono testimoni, praticamente, dei maggiori avvenimenti che caratterizzano l'America degli anni '60.

A loro si devono i mitici reportages dal Fillmore, con tutti i gruppi della "scena acida" USA, a loro si deve il primo clip musicale non prodotto da case discografiche (un omaggio ai Beatles), e molte altre cose.

Ma è con gli anni '70 che i Vasulkas diventano i vati della scena artistica newyorchese ed i poeti del video.

Dalle prime videoperformances (come Violin Fluxus, ecc.) al ruolo di padri putativi della nascente generazione di videoartisti newyorchesi, il passo è breve.

A loro si deve la fondazione di The Kitchen, il "luogo" per eccellenza del video, dove si teorizza per la prima volta la distinzione netta fra l'estetica video e quella cinematografica, ponendo fine all'equivoco dell'expanded cinema che per tanti anni aveva impedito al video di esprimersi in forma autonoma.

Da quegli anni di fuoco i Vasulkas si evolvono (ed a ogni periodo corrispondono opere diverse) fino a scoprire le nuove frontiere: dal Giappone, dove sono salutati ed accolti trionfalmente, al Nuovo Messico, divenuta oggi la loro nuova casa.

Un posto per cui il cielo ed il deserto diventano gli sfondi naturali di una nuova estetica video. (distribuzione softvideo)

Ore 18,30

E U R O P A

European Media Art Network

Otto Compagnie televisive dell'Europa Occidentale e quella Ungherese hanno dato vita ad un'Antologia della ricerca video nel nostro Continente.

L'Antologia, che è stata presentata in contemporanea nelle otto Capitali interessate (Roma, Budapest, Bonn, Amsterdam, Bruxelles, Madrid, Parigi e Londra), rappresenta un auspicio di collaborazione e sviluppo.

La Festa de L'Unità presenta gli otto volumi, nelle sue trasmissioni della videosala.

Questo pomeriggio la videosala della festa presenta l'Italia.

I T A L I A

L'Antologia in programma spazia dalle pubblicità d'autore (Fellini e Zeffirelli) al video teatro (Falso Movimento e Koinè) alla ricerca video ed alla TV d'autore. (distribuzione softvideo)

Ore 21

E U R O P A

Italia

"Antologia di videoclip italiani"

L'Italia ha scoperto tardi rispetto alle altre nazioni, dotate di un'industria discografica più ricca, la vena dei videoclip.

"IL SEGNO E LA MACCHINA"

Padiglione C

VIDEOSALA

programma di lunedì 11 settembre

ore 17.30

NORD AMERICA - EUROPA

Stati Uniti

"The Brooklyn bridge"

"Night flame rituals"

Viaggio attraverso la storia della videoarte americana e dei suoi capostipiti. Reynold Weidenaar , autore di "The Brooklyn bridge" e di "Night flame rituals", è uno degli autori di punta della ricerca video a cavallo fra pittura, performance e video. "The Brooklyn bridge", ad esempio, è un ritratto pittorico e colmo di affetti di uno dei simboli più noti della Grande Mela e di tutti gli Stati Uniti.

In questa "opera video" il "ponte" è presentato nelle infinite variazioni rese possibili dall'elettronica. Di qui virate colorizzazioni, ardite letture visive su un tappeto sonoro insolito; a riprova che il "ponte" non è uno, ma possono essere tantissimi, a seconda di come si legga la realtà. Una realtà che prende forme, colori e ritmi diversi nell'occhio di chi la interpreta, nei circuiti elettronici delle macchine che manipolano la realtà.

In "Night flame rituals" , invece, è la città stessa, i suoi sotterranei a diventare protagonisti di un "canto magnetico".

COMUNICATO STAMPA

di "IL SEGNO E LA MACCHINA "

Genova 15 sett. 1989

BILANCIO VIDEO

Quattro giorni dalla fine della Festa dell'Unità è possibile abbozzare il bilancio dello spazio " Il segno e la macchina " dedicato alla televisione di Europa, Nord e sud America. Si calcola che non meno di 50.000 persone abbiano visitato la "galleria dei satelliti" e lo spazio video (50.000 "contatti" si direbbe nel linguaggio delle statistiche televisive). Si sono avuti sette eventi speciali (proiezioni su Nicaragua, donne, bambini, problemi ecologici, dello Archivio audiovisivo del movimento operaio e democratico, ecc.), presentazione di documentari della perestroika, colloqui (America latina, Nordamerica, "avanti anni dal '69" videoarte), incontri con registi italiani e stranieri (Gregoretto, Toti, Giannarelli, Angeli, Gongora del Cile e McEwan del Canada) e con storici (Traufaglia, Baratta, Manacorda). Antonio Pizzinato ha incontrato i giornalisti per presentare gli spot della CGIL.

L'iniziativa della Videoteca - richiesta di cassette video "alla carta" - ha ottenuto straordinario successo: quasi trecento persone hanno chiesto di vedere le cassette, in primo luogo quelle di carattere comico (Benigni, Troisi, Grillo, Sordi, Marchesini-Solenghi, ecc.). Un successo trionfale ha ottenuto la cassetta dedicata alle "guffes" di Mike Bongiorno. Anche la vendita sarà alla fine superiore alle previsioni: in testa, ed è comprensibile essendo a Genova, le commedie di Gilberto Govi e subito dopo le cassette politiche: Gramsci, Togliatti e soprattutto Berlinguer. Prenotate più di 50 cassette sulla Festa di Genova.

Alla Festa sono stati distribuiti e sono entrati in funzione 200 televisori e 70 videoregistratori. Un vero boom dell'audiovisivo.

In tremila al giorno di fronte ai magici cubi tv

DALLA NOSTRA REDAZIONE

PIERLUIGI GHIQGINI

■ Sul maxivideo appare in anteprima il volto inquieto di Demetra Hampton, la Valentina televisiva. In una galleria a forma di tubo catodico arrivano via satellite i programmi di 25 canali americani ed europei. Videosculture scorrono nei monitor appoggiati su guglie di cristallo. Intanto numerosi visitatori guardano le videocassette affittate per sole mille lire: vanno a ruba le vecchie commedie di Gilberto Govi. Tutto questo è «Il segno e la macchina», spazio tv della Festa ideato da Ivano Cipriani. La settimana conclusiva sarà memorabile: rassegne di videoarte e computergrafica dei due continenti; «eventi speciali» come l'incontro con il regista cileno Augusto Gongora, autore degli «spot del no» (martedì 12 settembre), il dibattito con

Massimo Fichera e Françoise Roucan sui satelliti e l'unificazione europea (mercoledì 13), il dibattito con Giovanni Cesareo e il produttore canadese Duncan McEwan. E una raffica di anteprime assolute della Fininvest. Da venerdì a domenica saranno presentati «Affettuose lontananze» di Sergio Rossi, «La Trappola» di Lizzani, «Una donna tutta sbagliata» di Mauro Severino e «L'altro enigma», film televisivo di Gassman e Carlo Tuzil tratto da Alfabulazione di Pasolini.

Lo spazio si è conquistato un posto di primo piano nella classifica del gradimento, con una media giornaliera superiore alle tremila presenze. Il segno e la macchina: perché un titolo così? «È molto semplice - risponde Ivano Cipriani - Segno vuol dire

messaggio, e "macchina" significa che i messaggi arrivano alla gente solo attraverso sistemi sempre più complicati. Questa verità è resa esplicita nella galleria satellitare: a sinistra vanno in onda le trasmissioni captate dallo spazio a destra si possono invece vedere i programmi di Telecittà e Telefesta. Ciò ha il significato di una informazione sulla realtà, di una prima presa di coscienza». Da un lato la tv globale, con i suoi programmi tutti eguali e con il bislione di Sua Emittenza che imperversa da Segrate a Madrid, da Parigi alla Germania. Dall'altro la tv locale, con i suoi pregi e i suoi difetti ma che già introduce nel mondo dell'altra TV. È interessante notare il comportamento della gente che - come spiega Margheri, uno dei responsabili dello spazio - si ferma soprattutto davanti alle dirette

sport e alla Cbb, la 'pay tv' americana che lancia informazioni 24 ore su 24. «Il tunnel - nota ancora Cipriani - finisce nella saletta dove vanno in onda sequenze di video arte, documenti inediti per l'Italia, il video politico e sociale del Sudamerica, spot di alto profilo come la geniale serie delle disavventure della Gioconda, realizzata in Francia; e naturalmente gli eventi speciali e le anteprime». Cosa è cambiato, a Genova, rispetto alle altre feste nazionali? «In altre occasioni avevamo privilegiato il rapporto con gli esperti, i massmediologi - conclude - questa volta invece abbiamo pensato ad una "zona franca" dove privilegiare il rapporto con il pubblico. Il segno e la macchina è uno spazio progettato sulla base di un'idea compiuta. In questo senso, si tratta di novità».

L'Unità

PAG. 8

12.09.89

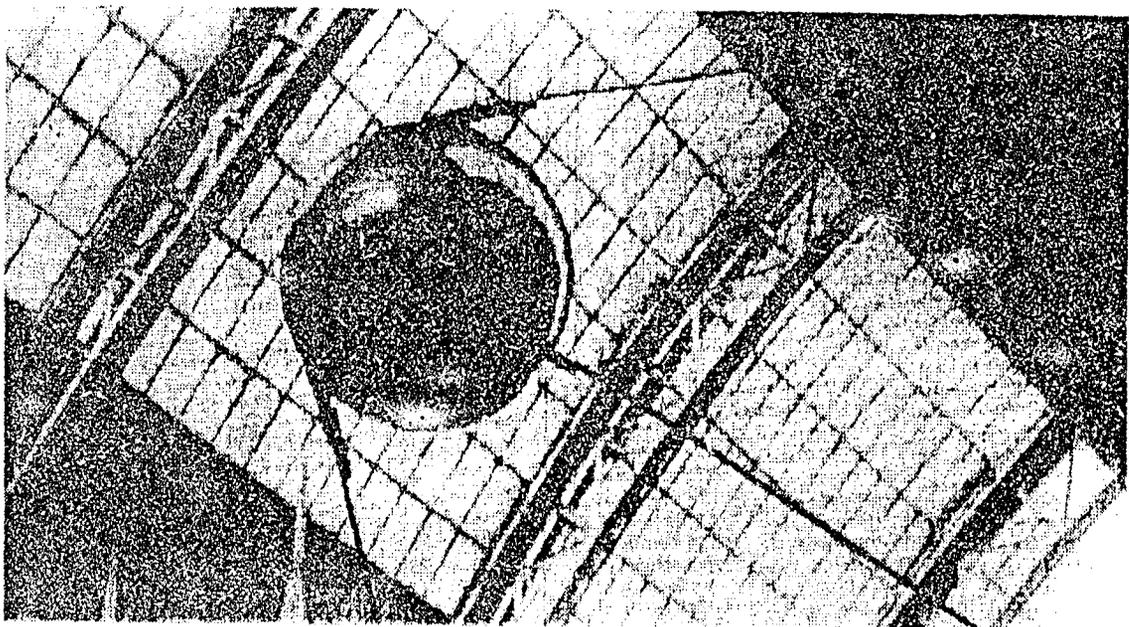
Affascinante spettacolo della tecnologia contemporanea e del passato

Un concentrato di tecnologia avanzata e sofisticatissima: così si può definire l'area espositiva "Il Segno e la macchina" (piano superiore del padiglione C) dedicata alla scoperta del nuovo mondo dell'informazione, alla comunicazione a distanza e soprattutto al mondo televisivo.

Questa zona della Festa è stata chiamata "Il Segno e la macchina", «pensando all'universo dei segni e dei codici — precisa Ivano Cipriani — che caratterizzano il nostro comunicare quotidiano e il nostro ricevere comunicazione e pensando al tempo stesso alle macchine piccole e grandi che caratterizzano oggi questi processi».

«Certo, nessuno di noi può parlare, e quindi comunicare, se non possiede — aggiunge Cipriani — quella perfetta "macchina" che è nascosta nella nostra gola; ma nei secoli abbiamo creato e imparato a servirci di altri mezzi tutti diretti a permetterci di comunicare e ricevere comunicazione (dalla stampa, al telefono, dal cinema, alla radio). Altri mezzi e cioè altre macchine».

«Il rapporto tra comunicazione umana e macchina non è mai stato così forte e così complesso come lo è oggi — sottolinea Cipriani —, il televisore, la telecamera domestica, i grandi sistemi trasmettenti e ricevitori, i satelliti, il cavo, i video registratori, lo stesso telefono, il fax, altre non sono che apparecchiature legate a macchine con una sola destinazione: comunicare. Permettere una comunicazione sempre più rapida e sempre più estesa, sempre più penetrante nelle cellule della vita sociale e in quelle nascoste e segrete del nostro pensiero e del nostro immaginario».



Il primo Sputnik (1957): uno dei gioielli della mostra spaziale «Il mare delle stelle» (padiglione B) a cura dell'Accademia delle Scienze dell'Unione Sovietica (dal catalogo edito dalla Marletti)

«Nella grande mostra video, che ogni giorno presenta cinque ore di materiali realizzati nel nord e nel sud del mondo, oggi, ieri e anche ieri l'altro, visto che la memoria della nostra vita non è presente soltanto dentro ciascuno di noi, ma è anche lì, fissata sulla pellicola o sul nastro magnetico, — afferma Cipriani —, incontriamo la video arte, e il video sociale, il video balletto e il video politico, la video performance e il video testimonianza».

«Questo mondo del video, che vive soprattutto nella saletta di proiezione e nella lunga fila di monitor che li accompagna, non può essere disgiunto — dice Cipriani — dagli altri segnali della televisione; quella dei grandi apparati della Rai, dei network e adesso dei satelliti, sia quello dell'americana Cnn, sia quello del pool francese della televisione centrale dell'Urss. Abbiamo messo anche questi segnali su una fila di monitor a ricordare le immagini

della potenza e della ricchezza, della forza comunicativa dei grandi sistemi del nord, dell'est e dell'ovest». «Nello stesso padiglione, per meglio conoscere tutte e idee e le pro-

poste del mondo nuovo, c'è anche la televisione che potremmo definire "usa e getta" e che proprio perché hevivibile, come una sorsata di acqua minerale, è stata collocata nel bar

centrale del padiglione, così come abbiamo inserito nella Festa — conclude Cipriani — la televisione del cinema, quella delle Tv-movie di ogni parte del mondo».



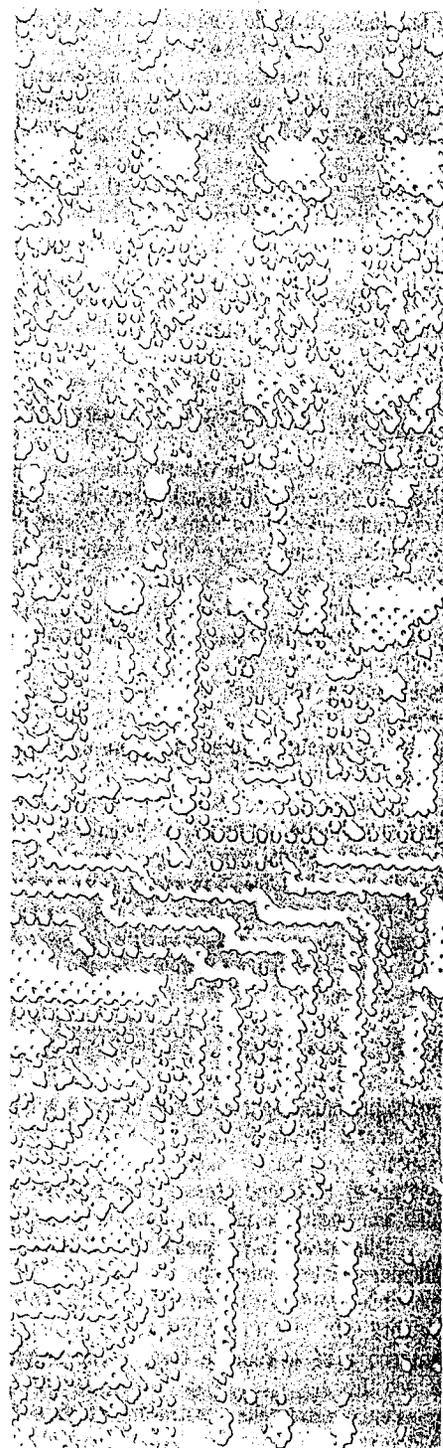
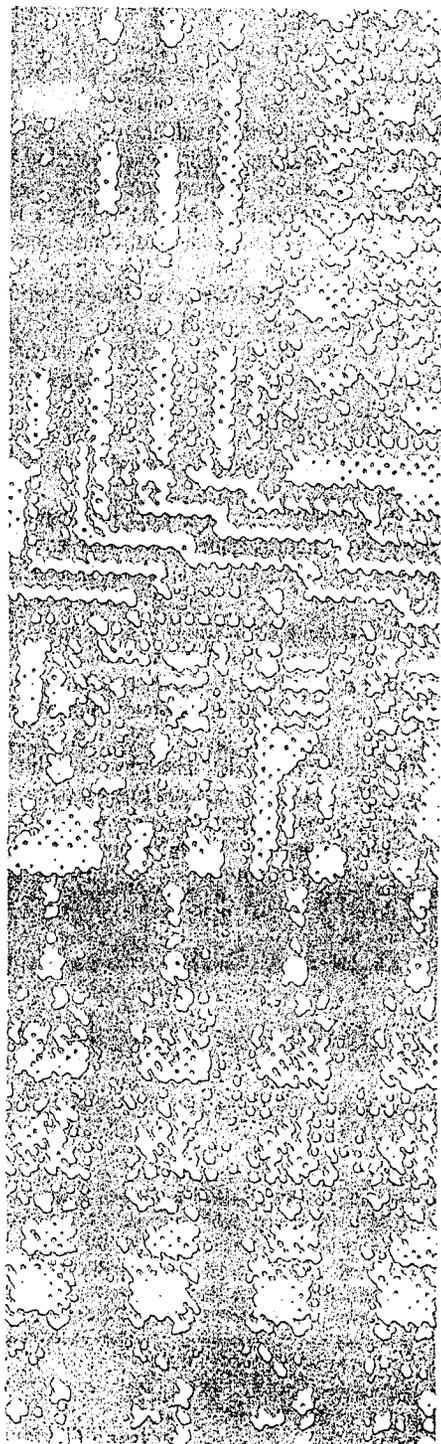
IL SECOLO XIX

IL SEGNO E LA MACCHINA alla scoperta del nuovo mondo dell'informazione

Dedicare alla comunicazione un padiglione della Festa Nazionale de l'Unità, anzi alla comunicazione a distanza e in particolare alla televisione, significa cercare di riportare tutti gli elementi che rappresentano la complessità di un grande fenomeno del nostro tempo ad un corpo unico di problemi e di conoscenze. Significa cercare di mostrare attraverso alcuni momenti esemplari quanto incida, quanto possa incidere la comunicazione e quanto del nostro stesso destino sia ad essa legata.

Abbiamo dato un titolo a questo padiglione. Lo abbiamo chiamato «Il segno e la macchina» pensando all'universo dei segni e dei codici che caratterizzano il nostro comunicare quotidiano e il nostro ricevere comunicazione, e pensando al tempo stesso alle macchine piccole e grandi che caratterizzano oggi questi processi. Certo, nessuno di noi può parlare, e quindi comunicare, se non possiede quella perfetta «macchina» che è nascosta nella nostra gola; ma nei secoli abbiamo creato e imparato a servirci di altri mezzi tutti diretti a permetterci di comunicare e ricevere comunicazioni (dalla stampa, al telefono, dal cinema, alla radio). Altri mezzi e cioè altre macchine. Ma il rapporto tra comunicazione umana e macchina non è mai stato così forte e così complesso come lo è oggi. Il televisore, la telecamera domestica, i grandi sistemi trasmettenti e riceventi, i satelliti, il cavo, i video registratori, lo stesso telefono, il fax, altro non sono che apparecchiature legate a macchine con una sola destinazione: comunicare. Permettere una comunicazione sempre più rapida e sempre più estesa, sempre più penetrante nelle cellule della vita sociale e in quelle nascoste e segrete del nostro pensiero e del nostro immaginario. Abbiamo aggiunto un sottotitolo «alla scoperta del nuovo mondo dell'informazione». Penso che una delle virtù dell'uomo — non sempre presente in tutti, naturalmente, altrimenti non sarebbe una virtù — sia la curiosità. Curiosità di sapere come forma del conoscere e del capire, dell'appropriarsi.

Non si può dire che questo di oggi, nonostante tutto, sia il mondo della curiosità. Casomai è il mondo in cui la comunicazione di massa tende a prevenire la curiosità e quindi a dirottarla, a orientarla o, per usare una



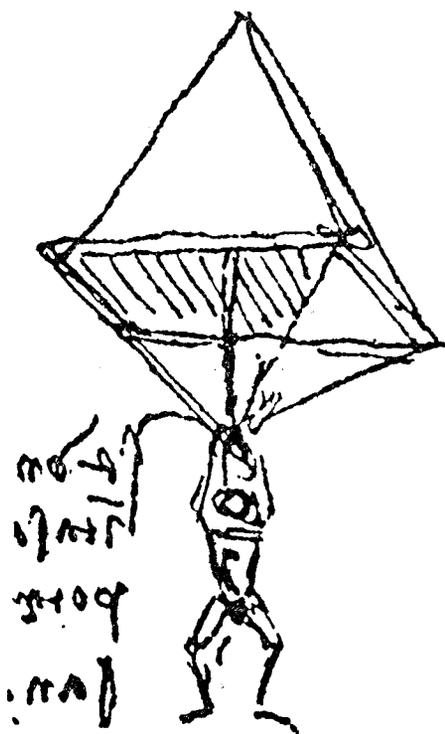
parola alla moda, a depistarla. Si tratta, allora, come risposta a questo stato di fatto, di creare situazioni ed eventi che siano tali non tanto da soddisfare le curiosità, quanto di suscitare, da creare situazioni ed eventi che strappino anche un piccolo velo, ma che in quel momento facciano vedere che ci sono altre cose ed altre ancora da conoscere, da scoprire, forse da poter manipolare con la nostra intelligenza e la nostra voglia di trasformazione. Questo lo si può ottenere anche in un padiglione di una Festa come quella de l'Unità, cercando di trasformare il «visitatore» da osservatore o spettatore in «operatore della curiosità» inducendolo a chiedere, a leggere, ad informarsi, a interagire con quello che gli è intorno. Non so se siamo riusciti a far questo in modo completo. Ma lo sforzo c'è stato e speriamo che lo si capisca.

Scoprire il mondo nuovo della informazione, dunque, in Europa — davvero crediamo di sapere tutto? — ma anche negli Stati Uniti, o in Canada e in America Latina. Apparentemente tutte queste parti del mondo si presentano alla nostra attenzione come qualche cosa di unico, di molto uguale, quasi identico. Eppure la realtà non è questa.

Un mosaico, visto in distanza, appare come un grande e significativo affresco illustrativo di un dio, ad esempio. Ma se ci avviciniamo molto a quel mosaico perdiamo di colpo la dimensione unitaria e tutto ci appare frammentato, diviso e quasi ogni tassello sta lì autonomo, a vivere in vita propria.

Non è vero che le grandi aree di cui ci occupiamo quest'anno pensando a Cristoforo Colombo, ai suoi viaggi e alle sue scoperte — Europa e Americhe — siano identiche o uguali, dunque, ma sono diverse e lo sono nelle strutture dei sistemi di comunicazione, nell'uso delle macchine, nel modo di pensare socialmente, nel modo di creare per esse e con esse il messaggio permanente, la informazione costante. Anche in questa direzione ci siano voluti muovere con la proposta di una grande mostra video, che ogni giorno presenta cinque ore di materiali realizzati nel nord e nel sud del mondo, oggi, ieri e anche ieri l'altro, visto che la memoria della nostra vita non è presente soltanto dentro ciascuno di noi, ma è anche lì, fissata sulla pellicola o sul nastro magnetico. Il video, in sé, non è una trasmissione televisiva vera e propria anche se la sua destinazione naturale è il piccolo schermo. Video è una trasformazione di pochi minuti (o addirittura secondi) di immagini-musica-parole o lo è di molti minuti, un'ora, un'ora e mezza. I video rappresentano una trasgressione alla TV di ogni giorno e, al tempo stesso, l'espressione di una sua vocazione interna, forse la più riposta della stessa TV, quella ad utilizzare il linguaggio elettronico fino alle soglie dell'impossibile e quella a penetrare la realtà con la facilità con cui un occhio attento guarda intorno a sé e vede le cose, anche le più nascoste.

Per questo nella mostra incontriamo la video arte e il video sociale, il video balletto



e il video politico, la video performance e il video di testimonianza. Perché tutto appartiene alla ricerca di forme sempre più alte e vere di comunicazione, perché tutto ci aiuta a capire l'informazione oggi, anche se qualche suo aspetto può restare a prima vista oscuro e di non facile lettura. Ma questo mondo segreto del video, che vive soprattutto nella saletta di proiezione e nella lunga fila di monitor che li ci accompagna, non può essere disgiunto dagli altri segnali della televisione, quella dei grandi apparati, della Rai, dei network e adesso dei satelliti, sia quello dell'America Cnn, sia quello del pool francese o della televisione centrale dell'URSS. Abbiamo messo anche questi segnali su una fila di monitor a ricordare le immagini della potenza e della ricchezza, della forza comunicativa dei grandi sistemi del nord, dell'est e dell'ovest. E altro ancora: abbiamo inserito nel padiglione, per meglio conoscere tutte le idee e le proposte del mondo nuovo; la televisione che potremmo definire «usa e getta» e che proprio perché bevibile, come una sorsata di acqua minerale, abbiamo collegata al bar centrale del padiglione, così come abbiamo inserito nella Festa la televisione del cinema, quella dei TV-movie di ogni parte del mondo. Ci sono «eventi speciali», dedicati al Nicaragua, alle donne, all'ecologia, ai giovani, alla perestroika e all'effetto glasnost in TV; ci sono le «memorie» raccolte dall'Archivio audiovisivo del movimento operaio e democratico; c'è un capitolo dedicato alla sindrome pubblicitaria.

Tutto questo servirà a scoprire il mondo nuovo della informazione, le sue differenze e le sue contraddizioni? Forse sì. E poiché crediamo che le idee abbiano valore soprattutto se messi a confronto le une con le altre, abbiamo aperto il padiglione ai dibattiti e agli incontri e in particolare a tre, uno sull'America latina («I giganti e i pigmei: dalla Gioba al video popular»), uno sul Nord America («Il supermercato dell'immagine: satellite, cavo, TV locale») ed uno sull'Europa («Stare insieme, compatibilmente: nuove tecnologie, nuove comunicazioni, nuova cultura»).

Scoprire il mondo nuovo dell'informazione? Lo si può fare alla Festa Nazionale de l'Unità di Genova.

Ma, sia chiaro, è soltanto l'inizio.

La città della televisione

Cinquanta televisori sintonizzati su altrettante emittenti mondiali; il tutto all'interno di una galleria a forma di tubo catodico e con musica in sottofondo.

Non è il sogno di un videodipendente, ma quello che accadrà alla Fiera del Mare di Genova dal 31 agosto al 17 settembre nell'ambito della Festa nazionale dell'Unità. In quell'occasione sarà infatti allestito, per la prima volta in Italia, un vero e proprio "villaggio dell'informazione". Il progetto è stato elaborato da Ivano Cipriani, docente di Problemi della comunicazione all'Università La Sapienza di Roma. L'organizzazione è affidata a Claudio Pontiggia mentre l'architetto Lucio Ruocco si occupa dell'allestimento degli spazi e Vidigraph e Telecittà forniranno il supporto tecnico.

Ma di che cosa si tratta esattamente?

"L'idea base - spiega Claudio Pontiggia - è rappresentare la realtà odierna del complesso mondo televisivo".

Per realizzare questo obiettivo, all'esterno del padiglione C della Fiera verrà montato un parco di antenne paraboliche capaci di ricevere i segnali via satellite dalle emittenti di tutto il mondo. Saranno trasmessi programmi delle televisioni nordamericane, europee, latino-americane e dell'URSS. Nel giro di pochi metri insomma si passerà dal volto imperturbabile di un mezzobusto della perestroika a quello di un anchor-man newyorkese. E per chi non si accontenterà del colpo d'occhio d'insieme, saranno predisposte otto salette per gustare, in tutta calma e con il sonoro originale, il programma desiderato. In un'altra area verrà presentata un'ampia scelta della produzione televisiva internazionale riguardante soprattutto l'informazione. Una videoteca con filmati su Genova e la sua storia e uno spazio riservato alle videosculture arricchiranno la serie di proposte per il pubblico, con una programmazione che si articolerà dalle ore 17 alle 24 di ogni giorno.

Non mancheranno, al piano terra del padiglione, gli stands delle aziende specializzate nel settore della comunicazione, mentre al piano superiore ci sarà un ideale itinerario sull'informazione, che avrà come punto di partenza una mostra sugli Indiani d'America. Chi ha allestito il "villaggio dell'informazione" ha voluto sottolineare infatti il nesso simbolico fra la cultura dei pellirosse con i suoi arcaici media, come il tam-tam o i segnali di fumo, e il moderno sistema televisivo fatto di satelliti sofisticati.

A fianco della mostra sarà allestito uno spazio-scuola dedicato soprattutto ai dibattiti. Sono previsti interventi di autorevoli esponenti del mondo della comunicazione, fra cui l'editore americano Turner, responsabile della rete televisiva CNN, l'inglese Maxwell, il francese Lange, e Valter Veltroni, uomo-comunicazione del partito comunista.

All'interno di un "villaggio dell'informazione" non poteva mancare la tivù in diretta. Ogni giorno Telecittà realizzerà un collegamento con la Festa dell'Unità, mentre Primocanale trasmetterà ogni giovedì un "contenitore" della durata di 90 minuti, con replica in tarda serata. Entrambe le emittenti potranno disporre di un loro studio televisivo all'interno del "villaggio". Le riprese e i programmi delle due emittenti genovesi verranno mixati da una regia e saranno trasmessi su una decina di schermi collocati in vari punti della zona della Festa. "Abbiamo un obiettivo in particolare - conclude Pontiggia - ed è quello di costituire una rete informatica interattiva con i visitatori: potremo divulgare notizie e informazioni sulla città, sul partito, sulla kermesse, e registrare poi l'indice di gradimento della Festa. Sarebbe bello realizzare anche un rotocalco nazionale, che potrebbe andare in onda su una emittente privata".

Una rivista per le tradizioni liguri

Aidano Schmuckher continua l'operazione, cominciata nel 1972, di "fermare" sulla carta le tradizioni liguri, specie quelle affidate alla tradizione orale. E' uscito infatti l'ultimo numero dell' "Archivio per le tradizioni popolari della Liguria", rivista di cui Schmuckher è direttore, edita dalla Compagnia dei Librai di Genova. Sono presentati i contributi di alcuni importanti studiosi, fra i quali Francesco Ferraroni, trionese, recentemente scomparso. Nell'

"Archivio" viene pubblicato un suo lavoro postumo sulla cultura di montagna del Ponente ligure.

Di Giuseppe Delfino, vicedirettore della rivista, compare un saggio su "Storia, magia, folklore nella medicina popolare della Liguria", mentre Ferdinando Durand presenta un intervento sui termini e i proverbi della valle Arroscia, e Giacomo Accame sugli epiteti e modi di dire tipici di Pietra Ligure e Finale.

La CARIGE sonda il terziario

E' nata una nuova rivista della Cassa di Risparmio di Genova e Imperia. Si chiama "Economia e diritto del terziario" e, come rivela la testata, all'analisi economica del settore - che in Liguria costituisce il 75% del reddito - unisce un approfondito studio giuridico. E' la prima pubblicazione in Italia che si occupa in questi termini del terziario. Edita da Franco Angeli di Milano, avrà periodici-

tà quadrimestrale con una tiratura di 5.000 copie e verrà distribuita in abbonamento o vendita in libreria. Il progetto editoriale è stato messo a punto con la collaborazione di un gruppo di docenti dell'Università di Genova. I nomi sono prestigiosi e comprendono Piergiorgio Alberti, Guldo Alpa, Amedeo Amato, Roberto Cafferata, Fausto Cuocolo, Pietro Genco e Enzo Roppo.

Il ritorno di Ken Parker

Dal 10 maggio è tornato in edicola Ken Parker, il personaggio dei fumetti creato da due autori genovesi, Giancarlo Berardi e Ivo Milazzo. La ristampa degli albi mensili (98 pagine in bianco e nero, 2.500 lire) che seguirà lo stesso ordine cronologico della prima serie, è curata da una nuova società, la Ken Parker editore, costituita dagli autori e da uno stampatore milanese, Seregini, che ha alle spalle altre esperienze di questo tipo.

Gli albi di Ken Parker sono usciti mensilmente per ben 7 anni, fino a maggio dell'84, quando ne è stata interrotta la pubblicazione dopo 64 storie.

"Non ce la facevamo più a reggere il ritmo - confessa Ivo Milazzo - Per fare una storia

occorrono mediamente 3 mesi, e quando abbiamo iniziato avevamo solamente 4 storie pronte, che non ci permettevano un minimo di respiro. Sono stati anni di lavoro tanto intenso, che ci siamo decisi a interrompere perché non riuscivamo a mantenere l'uscita mensile. Purtroppo proprio quando avevamo ormai un buon numero di lettori affezionati, circa 30.000 copie vendute negli ultimi numeri".

Ma i lettori affezionati non si perdono con il tempo, a giudicare dalle vendite dei primi due albi usciti che hanno una media di circa 38.000 copie, malgrado non sia stato ancora fatto nessun intervento pubblicitario.