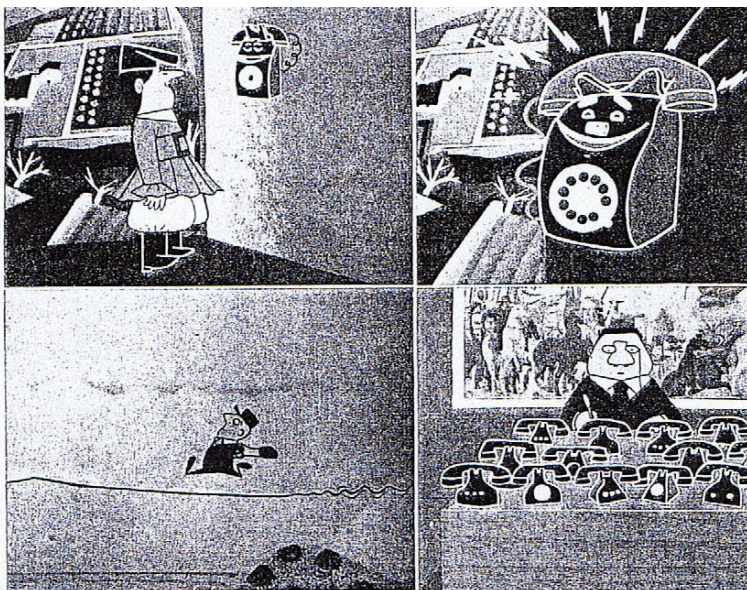


il cinema strumento di informazione sulle società telefoniche



Nel marzo scorso è apparso sugli schermi italiani un interessante documentario sul servizio telefonico dal titolo: «Questo telefono».

Scopo del film è stato quello di illustrare la complessità degli impianti e l'organizzazione delle Società Concessionarie al pubblico che per lo più ignora quanto esiste e ciò che avviene dietro al semplice apparecchio usato quotidianamente.

Inoltre si sono voluti sottolineare l'utilità del telefono, i molteplici servizi che esso può rendere, il suo imponente sviluppo, l'evoluzione tecnica degli impianti e infine il basso livello delle tariffe italiane a confronto di quelle estere.

Il documentario è stato allestito in «eastmancolor» e per schermo panoramico dalla Ciada-Film di Roma, sotto la regia del prof. Filippo Paolone. Esso si compone di riprese dal vero alternate con scene di teatro che ne costituiscono il filo conduttore e con cartoni animati che illustrano i dati statistici. La Harma-Film lo ha inserito nei circuiti cinematografici abbinandolo a film diversi.

Durante la proiezione di tale documentario sugli schermi italiani, per iniziativa delle Società STIPEL e TIMO è stato effettuato un sondaggio di opinione presso il pubblico delle sale cinematografiche allo scopo di conoscere come sia stato accolto e quali effetti psicologici abbia determinato il suddetto documentario «Questo telefono».

una maggior conoscenza delle strutture e dei problemi nel settore telefonico, a suscitare nuove opinioni favorevoli e a modificare quelle già esistenti, ma inesatte.

Infatti, ben l'87% degli interrogati ha ricevuto impressioni nettamente favorevoli; costoro hanno anche precisato gli aspetti del settore telefonico che li hanno particolarmente colpiti: al primo posto gli impianti, sia per le loro caratteristiche tecniche sia per la loro imponenza, poi l'organizzazione delle Società, il progresso della tecnica telefonica e infine taluni aspetti particolari come «i cavi sotterranei», «lo sviluppo della rete», «le centrali» e così via.

Il gruppo che ha espresso giudizi negativi (12%) è risultato costituito prevalentemente da giovani inferiori a 30 anni appartenenti alla classe degli studenti e da donne, specialmente giovani, scarsamente interessate da argomenti di carattere tecnico.

Una piccolissima percentuale (1%) non ha manifestato alcuna opinione.

Nel complesso si può affermare che il documentario ha dato risultati decisamente positivi e tali da suggerire l'allestimento di altri film che si soffermino a illustrare più in profondità gli aspetti ora tratteggiati soltanto nelle linee generali.

v. g.

| Città | Cinematografo cat. | Tit. film abbinato | n. interv. affett. |
|---------|--------------------|--|--------------------|
| Torino | Vittoria | 1 ^a Il meraviglioso paese | 60 |
| Torino | Faro | 2 ^a Bella, affettuosa, illibata cercasi | 65 |
| Milano | Colosseo ed Eliseo | 2 ^a Affondate la Bismarck | 101 |
| Bologna | Arlecchino | 2 ^a Il bell'Antonio | 130 |
| Modena | Olimpia | 2 ^a Il bell'Antonio | 120 |
| TOTALE | | | 476 |

L'indagine ha messo in luce il pieno successo del documentario e la sua idoneità a diffondere presso il pubblico

OPINIONI IN GENERALE SUL DOCUMENTARIO PER LOCALE CINEMATOGRAFICO

| Città | Locale cinematogr. | Su 100 intervistati hanno manifestato | | | | TOTALE |
|---------|--------------------|---------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------|--------|
| | | OPINIONE ASSAI FAVOREVOLE | OPINIONE DISCRETA | OPINIONE SFAVOREV. | NESSUNA OPINIONE | |
| Torino | Vittoria | 56,5 | 21,5 | 20 | 2 | 100 |
| | Faro | 74 | 17 | 8 | 1 | 100 |
| Milano | Colosseo | 74 | 20 | 6 | — | 100 |
| | Eliseo | 74 | 20 | 6 | — | 100 |
| Bologna | Arlecchino | 62 | 26 | 12 | — | 100 |
| Modena | Olimpia | 58 | 23 | 16 | 3 | 100 |
| TOTALE | | 65 | 22 | 12 | 1 | 100 |