

U speciale

I PERSUASORI DI NATALE

● Il 25 dicembre si conclude la fatica di un anno dell'esercito dei pubblicitari ● Psicologi e sociologi aiutano a individuare i lati deboli degli italiani per indurli a consumi superflui ● « Papà, che cosa vuol dire reazionario? » è l'attacco di uno slogan per trenini elettrici ● La politica introdotta anche per vendere il registratore al « giovane che crede nel futuro di Europa » ● Safari e champagne ●

Bruno Ugolini

SONO ANDATI all'assalto dell'albero di Natale al canto di « bandiera rossa ». E' successo a Milano la notte di sant'Ambrogio. I giovani del Movimento studentesco, in attesa di coprire d'uovo le signore-bene, della Scuola, non intendevano contestare l'espressione di una tradizione popolare. L'albero di Natale in quel momento, circondato dai celerini con elmetto-visiera ultimo tipo, innalzato, gigantesco, nella piazza del Duomo, con tutte le sue lampade, nel balenare della scritta « bevete champagne », era il simbolo di una società della quale i giovani si sentivano esclusi. Nello stesso momento operai e sindacalisti della Pirelli stavano trasformando una sala della Assolombarda quasi in assemblea: era la fase conclusiva, dopo grandi scoppi, per ottenere nuovi poteri nella fabbrica, nuovi salari. E gli studenti parlavano anche di questo.

L'operazione Natale a Milano è nata così, tra celerini, operai e studenti, in questo clima. Lo hanno annusato anche i padroni. Forse pensando agli appuntamenti « caldi » del 1969 (i rinnovi dei contratti nella capitale dell'industria metalmeccanica, la lotta per il salario unico nazionale, la riforma delle pensioni, la difesa dell'integrità psico-fisica e la conquista del diritto d'assemblea in fabbrica, una « ristrutturazione » basata sulla crescita dei livelli di occupazione), hanno cominciato a incitare al « risparmio ». Non si può « spendere troppo » ha scritto « La Notte », il quotidiano dell'Innocenti. Il « Corriere » del Crepax e l'Unione Commercianti hanno profetizzato per il monte-gratifiche 40 miliardi (sui 175 complessivi che sarebbero rappresentati dalle tredicesime) al risparmio; 35 al turismo; 35 ai prodotti di consumo non durevole (giocattoli, orologi, accessori, ecc.); 30 ai prodotti alimentari, con preferenza alle bevande; 15 a televisori, mobili, ecc.; 10 all'abbigliamento; 5 a libri e riviste e 5 ai trasporti.

Sono « consumi » ormai previsti da tempo, secondo i piani progettati nelle decine di agenzie specializzate (oltre duemila « pubblicitari » lavorano a Milano). Ne abbiamo visitata una, in un antico palazzo, a due passi dalla casa-museo del Manzoni: soffitti con affreschi e sotto le pareti dai colori compatti, omogenei, le lampadine stilizzate, i quadretti inespresivi, la grande poltrona squadrata le ragazze come tante figurine uscite dalla penna di Crepax. Qui si pensa, qui si progetta, qui si fanno le ricerche di mercato, qui si consultano psicologi, psicoanalisti, sociologi. Anche esperti politici. « Papà, cosa vuol dire reazionario » era il titolo di un annuncio pubblicitario usato su un quotidiano milanese « progressista », « Vuol dire — continuava l'inserzione — quei tipi che in tram, quando c'è uno sciopero degli studenti dicono che una volta queste cose non succedevano ». « Papà — proseguiva l'inserzione — è meraviglioso sapere che tu non sei reazionario. Papà di tutte queste cose parleremo quando saremo attorno al treno elettrico X ». E seguiva il nome del prodotto.

Hanno deciso da tempo che cosa noi saremo stati « spinti » a comprare con la tredicesima (ammesso che la guadagniamo, ammesso che non l'abbiamo già spesa). Anche il consumo è « autoritario » — secondo una definizione usata in una recente trasmissione televisiva — e anche per questo gli studenti contestavano l'albero di Natale, emblema della « dittatura dei consumi ».

Gli « esperti del mercato » hanno capito ad esempio che non si sarebbero stati molti soldi da spendere tutti insieme. L'elettrodomestico di grande volume si compra a rate ed anche in altra occasione. Eppoi la TV, ad esempio, è un'offerta incerta all'occhio del consumatore: il Papa celebra la messa di mezzanotte a Terni a Natale e va in onda a colori in Europa e va in bianco-nero in Italia. Forse però i padroni degli elettrodomestici domani rinunceranno a conquistare il « colore ». Il consumatore è timido, incerto. Meglio imporgli elettro-



Via Frattina a Roma, irrisconoscibile per l'addobbo di fine anno, è babbo Natale che è diventato il simbolo di spese, spese e ancora spese.

domestici più piccoli, meno costosi, puntare su questi il « battage ». Così si lancia il « registratore per i giovani che credono nel futuro di Europa ». « E' vero — mi dice il dottor Berger, giovane presidente dell'associazione dei giovani pubblicitari Yaja — noi faremo la unità europea, sarà l'Europa dei consumi, più che l'Europa delle patrie. Oggi — continua — il giovanotto di Milano tende a vestire come il giovanotto di Parigi, di Amburgo, a ballare nello stesso modo, a comprare lo stesso prodotto, o, farto, del resto, dalla stessa industria ».

L'apparecchio televisivo, resta, ma non gode di « lanci » particolari. « Si poteva ipotizzare una campagna particolare — osserva un altro pubblicitario — per i 5 milioni di copie di separati presenti in Italia. Due milioni e mezzo sono nella condizione di dover comprare un altro televisore. O perché uno dei partner ha costruito un secondo nido, privo di TV, o perché è rimasto solo e sente maggiormente il bisogno di un oggetto-famiglia. Una campagna del genere avrebbe però allontanato una parte di clienti pensanti. Sarebbe stata una scelta di pubblico troppo cruda ».

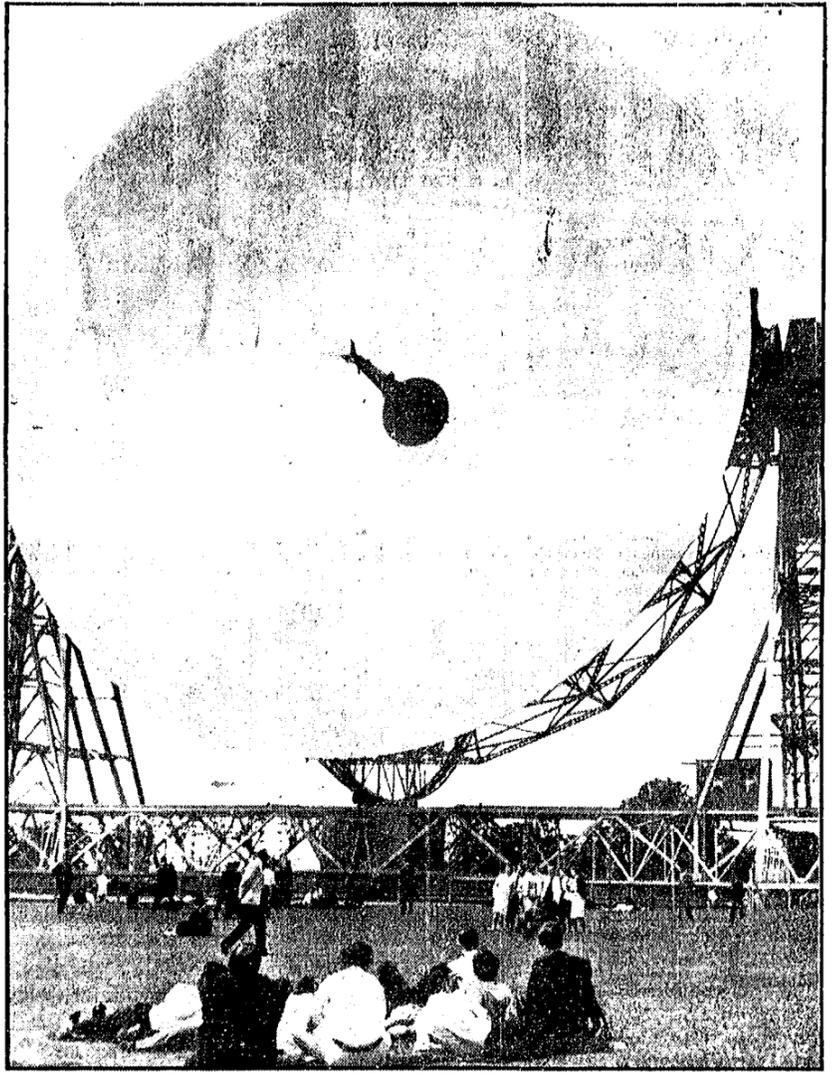
Molto si è puntato sulle « inquietudini » di una città dove ogni giorno vivono due milioni di persone e di notte un altro milione rientra (da città e paesi vicini) mentre un altro milione ritorna (in città e paesi vicini) « E se l'automobile tornasse ad essere gioia » — ha scritto l'ACI nella sua inserzione pubblicitaria per le iscrizioni annuali — « Ognuno con la propria civiltà che è la civiltà di tutti. E la gioia vincerà l'incubo ». Le offerte di devazione sono state recepite nelle campagne per i prodotti vinicoli (« bevete champagne », « la cantina in casa », « operazione enoteca componibile »). Molto sui viaggi (un Safari entusiasmante in Kenia-Tanzania, 390 mila tutto compreso. Da Milano con aereo prop-jet) — e foto di una tigre accantato. Oppure su seralme originali: (« gran ritorno agli anni 30. Serata di gala in atmosfera di proibizionismo »).

Soprattutto i « piani » aziendali dei consumi hanno scelto i piccoli oggetti di lusso, per sbriocciare a poco a poco le tredicesime: lo sciarpe da 25.000 lire, gli occhiali con lampadina da 800 lire, i rasoi con 24 facce, il vibratore per non ingrassare, il registratore con le musicassette, i pezzi di vestire pregiati (una casa di confezione ha persino invitato giornalisti e rispettivi « partner » a un « torneo internazionale di ballo liscio » per il lancio di un « capo » prezioso; un'altra ha promesso « un grazioso apache » per la presentazione di una serie di « indumenti di classe » infine i giocattoli.

« Certo — dice il presidente della associazione giovani pubblicitari (Yaja) — la pubblicità dovrebbe essere uno strumento della politica di piano. Indirizzare i consumi in un modo o in un altro, attraverso i « messaggi pubblicitari » significa, incidere sul volto dell'economia nazionale in un modo o in un altro ».

Intanto i piani li fanno le aziende, le agenzie e tutto ritorna alla Rinascente o all'Upim rigurgitanti di folla. « Ma noi in fondo — mi dice un altro pubblicitario — non siamo la serpe in seno ai capitalisti. Questa corsa esasperante ai consumi, non porterà inevitabilmente all'inflazione, al caos economico ».

Non siamo protei. Ma lasciamo Milano e il suo grande albero natalizio circondato da studenti e poliziotti, col « bevete champagne » che ondeggia fra le vetrine. Certo il « sistema » è contestato ed attaccato, nella scuola, in fabbrica, persino sotto l'albero di Natale. E non sono battaglie rumoreggianti o basta. All'Alfa Romeo hanno conquistato il diritto d'assemblea. Gradino, dopo gradino si va avanti. Certo « la gioia vincerà l'incubo » — come dice la manichetta dello Automobile Club — ma è chiaro, non sarà « la civiltà di tutti ». I Pirelli e i Falk non vi ritroveranno la propria « civiltà », quella di cui godono oggi. E l'albero di Natale non avrà bisogno di poliziotti a sua difesa.



Il radiotelescopio di Jodrell Bank ammirato dalla folla che si reca a visitare l'osservatorio astronomico

La spia del cosmo

Antonio Bronda

LONDRA, dicembre. L'attento di Jodrell Bank sventano sui prati del Cheshire come piante d'un altro mondo: girasoli meccanici con gambo e corolla gigante, scrutano l'universo metro per metro nell'arco delle ventiquattro ore. Guardano gli oggetti della natura: astri e pianeti. Seguono gli strumenti dell'uomo: razzi-vettori e satelliti artificiali. Ricevono gli impulsi radio di stelle lontane milioni di anni luce. Danno una caccia instancabile alle capsule che ruotano attorno al pianeta. Come di consueto, gli « occhi » del più famoso osservatorio astronomico inglese sono ora puntati sull'ultimo spettacolo spaziale. A partire dalla tempestiva identificazione del primo « Sputnik », nell'ormai lontano 1957, i successi sono stati tanti: la reputazione del laboratorio e la parola del suo direttore, Sir Bernard Lovell, godono del rispetto generale.

In sede di previsione, i progetti lunari russi sono stati puntualmente passati in rassegna sulla scorta dei dati e degli scopi conosciuti. L'impresa dell'« Apollo 8 » ha invece avuto come preambolo la invenzione di « It's just bloody silly » — ha detto Lovell del volo americano — è un tentativo sciocco; gli eventuali risultati scientifici sono pressoché inesistenti mentre c'è una buona possibilità che i tre astronauti non riescano a tornare in terra altro che morti. Potrebbero spirare in un'orbita lunare da cui non siano più capaci di uscire. Potrebbero essere uccisi dalle radiazioni oppure durante il rientro nell'atmosfera terrestre ».

La sorprendente dichiarazione — alla fine di novembre — punse sul vivo le suscettibilità americane e fu immediatamente ritorta dal risentito commento di uno dei tre piloti, il maggiore W. Anders. Ma Lovell non ha affatto modificato il suo atteggiamento.

In questi giorni uno dei suoi collaboratori, il prof. John Davies dell'Università di Manchester, ha ribadito la posizione critica degli scienziati inglesi: « Il prezzo umano è troppo alto. Dal punto di vista scientifico sarebbe più importante se si riportasse indietro una manciata di polvere dalla superficie lunare. I rischi, secondo quanto ci è dato di capire, sono notevoli, soprattutto lontano dal campo magnetico terrestre come conseguenza di una esplosione solare: i tre possono subire lesioni al cervello ».

Secondo Jodrell Bank gli americani starebbero giocando d'azzardo per ragioni di prestigio. Dossario cioè fare il passo più lungo della gamba dopo aver dato al loro programma spaziale un indebito carattere di « corsa » che niente ha a che vedere con le esigenze della scienza. In un suo articolo sul « Times », nel settembre scorso, Lovell aveva sottolineato la cautela e la gradualità del modo in cui i Russi si muovono nello sviluppo dei loro piani: « L'intera storia delle imprese spaziali sovietiche dimostra l'estrema attenzione nella dimo-

struire nuove tecniche, con la ripetizione delle prove, prima di passare alla fase successiva ». Gli Americani, al contrario, stanno bruciando le tappe verso la « conquista » del satellite della Terra « spinti in questo loro obbiettivo dalla convinzione che i Russi intendano mettere un uomo sulla Luna prima di loro ». Gli Americani vogliono segnare un record. Per l'astronomo inglese questo è uno scopo di dubbia utilità.

Le meravigliose operazioni delle sonde automatiche sulla Luna e sui Pianeti — ha scritto Lovell — hanno chiaramente dimostrato che la presenza di un essere umano sulla Luna non è necessaria per l'ulteriore prosecuzione dell'interesse degli astronomi in quel satellite. Può anche essere che i primi campioni di materiale lunare saranno quelli raccolti da una sonda senza equipaggio che scenda sulla Luna e rientri.

● Né stelle né cosmoneauti possono sfuggire agli « occhi e orecchie » elettronici dell'osservatorio astronomico inglese ● Battuti i radar con il primo Sputnik ● Come furono « rubate » le prime fotografie sovietiche della Luna

tri da sola sotto il controllo dell'uomo dalla Terra ».

Dopo il modesto inizio come « Stazione Sperimentale di Astronomia » dell'Università di Manchester, Jodrell Bank ha perfezionato il suo ruolo nell'ultimo decennio. L'ormai radio-telescopio « Mark I » (una struttura di 200 tonnellate capace di ruotare completamente su se stessa) era appena entrato in funzione, nel 1957, quando lo « Sputnik » andò in orbita: l'osservatorio del Cheshire fu il primo a captare i segnali battendo anche la rete di sorveglianza militare.

Nella « Storia di J. B. » pubblicata quest'anno è lo stesso Lovell che racconta: « Credevo che i radar avrebbero identificato e pensato che qualunque uso del telescopio sarebbe stato inutile e ridicolo. Ma alla fine della giornata dovevo apprendere con incredulità che non solo radar era riuscito ad inquadrare il razzo-vettore, e si trattava di un razzo dell'ICBM (sistema di missili balistici intercontinentali) russo ». Questo fu l'avvio di una nuova specializzazione per J. B.

Fra il 1959 il governo americano aveva contribuito al suo finanziamento sia con investimenti di capitale sia coi « noli » (100 mila lire all'ora) per l'assistenza tecnica che l'Osservatorio fornisce durante il lancio e le orbite dei satelliti USA. Nel marzo 1960, ad esempio, la terza fase del rocket che mise in orbita il « Pioneer V » fu « rilia-

scita » da un impulso elettrico partito da Jodrell Bank. La stazione ha trasmettitori di 378 megacili (potenza 150 watt) coi quali sta in contatto col satellite, a migliaia di miglia dalla terra, per 15 minuti ogni ora. Il laboratorio ha collaborato inoltre nella « apparecchiatura e strumentazione » di certe sonde lunari USA. Un nucleo di esperti americani vi risiede permanentemente.

Nel 1961 il Ministero della Difesa britannico vi faceva installare un equipaggiamento capace di avvistare i missili atomici. Contemporaneamente a Fylingdales Moor, nello Yorkshire, si metteva a punto la barriera di « allarme precoce » grazie alla quale gli USA ottengono 15 minuti di « preavviso ».

Via via che i suoi compiti si allargavano, si arricchivano anche le sue disponibilità tecniche. Il « Mark I » ha al suo attivo 80.000 ore di osservazione continua ed è attualmente sotto revisione per una spesa di 600 milioni di lire italiane. Il radio-telescopio « Mark II », completato nel 1965, è un « piatto » di 80 m. di diametro con una antenna centrale di 42 m. e su una base di 60; integra e potenzia le operazioni del primo. Il « Mark III » si cominciò a costruire nel 1964: ha un diametro di 30 m. e un'altezza di 40, è « portatile » e può essere trasferito nelle località più vantaggiose, funziona (controllo remoto e schermo TV) in congiunzione con « Mark II » estendendo la ricerca al di là della frequenza di questo.

Nell'ottobre 1967 si è dato il via ai lavori del più grande Radio-Telescopio del mondo (135 m. d'altezza, 7 miliardi e mezzo di spesa): commissionato dal Consiglio Britannico per la Ricerca Scientifica, varranno 5 anni a terminarlo. La « pillola » di J. B. stanno dentro occhiale elettronico. E' inutile pensare al vecchio cannocchiale; qui si tratta di « orecchie che vedono ».

La stazione dispone forse del più complesso e raffinato sistema di radio-astronomia esistente. Nel 1961 fornì una più esatta valutazione della distanza del Sole usando echiradar da Venere.

Nel 1962 dette la prima misurazione effettiva del campo magnetico della Via Lattea rilevando il dato da una nuvola di idrogeno situata a 1000 anni luce dalla Terra. Nel 1964 ha stabilito contatto con la costellazione di Cassiopea. Nel 1966 riuscì a produrre le foto (cioè si appropriò senza autorizzazione) del campo d'osservazione della sonda sovietica « Luna 9 ». Nel 1967 ha collaborato con la Russia durante il lancio di « Venus IV » stabilendo un ponte-radio per 50 minuti di trasmissione di segnali dal pianeta Venere. Nell'aprile di quest'anno ha preso a ricostruire la portata del campo magnetico negli « spazi interstellari ». Nel giugno ha scoperto certe proprietà del « quasar »: fonti radio che sembrano stelle ma emettono enormi quantità d'energia.

Jodrell Bank è la « perla » della astronomia inglese ed è — come si è visto — un gioiello vitale della cultura bellica anglo-americana. E' un punto d'angolo preziosissimo. Ed è anche una meta favorita del turismo di massa: la sua galleria pubblica aperta nel 1965 accoglie ogni anno circa 100 mila visitatori.