Spettacoli Cultura

**Si parla tanto di pubblicità, di fatturati e di successi. Ma come è cambiato il messaggio in questi anni di esplosione? Ci sono i «signori della forma» e quelli della «quantità»: per ora stanno vincendo i secondi...**

# Spot, Boom & Crack!

*A Roma per tre giorni si sono riuniti i pubblicitari italiani, e coloro che hanno a che fare con essi, che sono ovviamente molti. Anzi quasi tutti. C'erano gli industriali che se ne servono, gli editori che sulle loro spalle ormai sopravvivono, i televisivi che senza pubblicità muoiono, i sociologi, semiologi, psicologi che li studiano o che studiano per loro, gli operatori culturali che con loro sperano di organizzare, e recentemente anche cantanti, sportivi, musicisti, restauratori, direttori di musei, fra poco magari anche scrittori, artisti, architetti e uomini di religione.*

*Di questo Congresso si parla da tempo su tutti i mezzi di comunicazione di massa, e questo è ovvio. Il fatto è che la pubblicità interessa, è un argomento di discussione, si tenta di capirne l'enorme diffusione e l'altrettanto grande successo, si prova a definirne la capacità di cambiare i gusti e le abitudini di un'epoca. E, soprattutto, si cerca di comprendere come essa sia cambiata, dalle epoche «eroiche» di inizio secolo, da quelle «ingenue» degli anni Trenta, da quelle «povere» degli anni Cinquanta.*

*Certo, nessuno può negare che oggi siamo in presenza di una forte mutazione nella propaganda commerciale. Una volta, la sua percezione era diversa. La si prendeva come fenomeno di costume, ad esempio: una specie di «scherzo» ai margini di una nascente società di massa, in cui si potevano inventare parole e modi di dire, quasi sempre effimeri ma coloriti. Oppure, la si considerava, molto seriamente, non già come uno specchio della società, ma come un suo motore: uno strumento di organizzazione del consenso non per il singolo prodotto ma per la società vigente e i suoi valori sanciti al vertice. I pubblicitari sono diventati i veri «creativi» della nostra epoca, gli uomini che sanciscono i gusti e gli stili di un periodo. Ma è proprio così? È proprio vero che la «nuova» pubblicità ha il ruolo che molti le rivendicano di protagonista dell'immaginario collettivo del mondo d'oggi? Dipende, come sempre, dai punti di vista. Ovvero: la frase può diventare affermativa se ci limitiamo a certi esempi di qualità della pubblicità (anche solo italiana), e se riconosciamo che esiste una tendenza alla produzione di sempre maggiore qualità. Ma può anche diventare negativa se invece prendiamo la pubblicità nel suo complesso, e nelle sue strutture.*

*Negli ultimi anni la pubblicità ha manifestato almeno due direttrici nell'ambito della qualità. Da un lato, si è fortemente affidata all'immaginazione. Dall'altro, ha cominciato a prodursi come «evento», cioè come fatto emergente e eccezionale. Certe campagne italiane o straniere hanno ad esempio abbandonato la vecchia strategia «terra terra» di parlare dei prodotti. E li hanno invece fatti vedere in associazioni di idee e di visioni ai limiti del poetico, del fantastico, dell'immaginoso. Difficilmente, nelle réclame più memorabili, si è registrato il vecchio imbonimento, l'antico appello a «bisogni» o «desideri» fittiziamente provocati nel pubblico. Si sono piuttosto trattati i prodotti come personaggi letterari o cinematografici.*

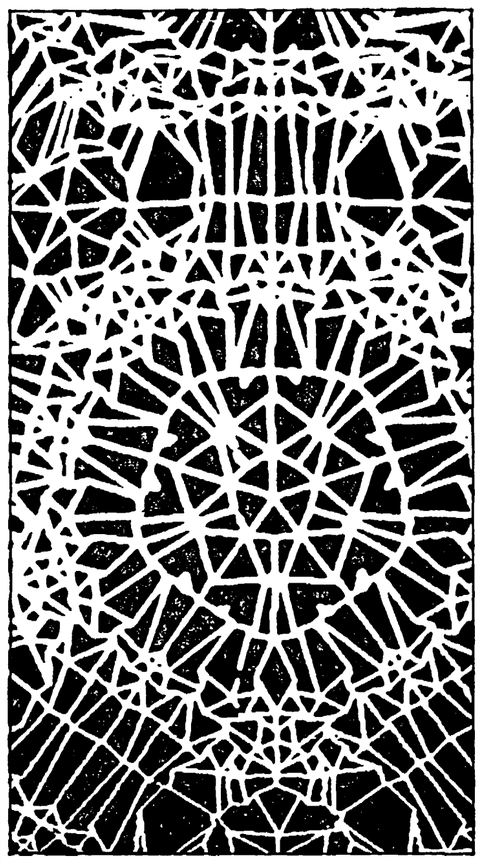
*Dal «diesel si scatena» di Sergio Leone al «liscia, gasata o Ferrarelle», dalla Citroën che plana sul sottomarino alla metapubblicità Elah, coi bambini che rifanno il verso ai grandi spot televisivi, ben poco del tradizionale appello diretto è rimasto in pubblicità. Atmosfere, visioni, cortocircuiti mentali, allusioni: ecco la nuova «poetica». La pubblicità ha fatto pubblicità ai prodotti facendo pubblicità a se stessa. In questo senso ha costruito eventi: si è fatta lei per prima spettacolo, mentre in precedenza ne era la parassita. E il risultato è stato spesso così brillante, che le altre forme di spettacolo o di cultura hanno dovuto tenere presente la sua evoluzione, ed evolversi esse stesse. La pubblicità ha portato ritmo e velocità al telefilm o allo show. Ha recato senso della regia e del montaggio al cinema. Ha costretto alla buona confezione dei vari generi di intrattenimento. Ha influito sui mutamenti tecnici e di produzione. Ha fatto inventare nuove forme di intrattenimento, come il videoclip o il telefilm breve.*

*In questa pubblicità, sarebbe inutile andare a cercare, come si faceva una volta, i sistemi di valori o le gerarchie di contenuto. Sarebbe inutile continuare a vedere tanto lo specchio quanto l'organizzazione del consenso della società. Qui ciò che conta è solo una visione «estetica» (magari di massa quanto volete) della pagina o dello spot o dell'evento eccezionale. Ci si potrà chiedere, al massimo, in che cosa consista e quanto valga codesta «estetica». Ma il mutamento di problema la dice lunga sul mutamento dell'oggetto del problema.*

*Nell'insieme, però, la pubblicità soprattutto italiana (e in parte quella americana) non consente giudizi altrettanto positivi. Si prenda come esempio una serata-tipo su un qualunque canale televisivo, meglio se privato. Qui troveremo accanto ai casi «nobili» di cui prima delle campagne mediamente mediocri, con molte punte verso il basso. A testimonianza del fatto che la qualità media dei film pubblicitari è davvero scarsa. Ma da dove viene il cattivo gusto? Dicono certe agenzie: dal fatto che rende meglio una pubblicità che dichiari la sua pubblicitarietà. Il punto invece è forse un altro. Il punto è che il «mestiere» di pubblicitario in Italia in effetti non esiste, è soggetto al caso, e tutto funziona ancor oggi con la pianificazione dei mezzi e col marketing piuttosto che con le idee. Con le quantità piuttosto che con le qualità. Prova ne sia che, non appena si è scoperta la gallina dalle uova d'oro, cioè la inclinazione dell'industria ad aumentare il suo budget in pubblicità, si è subito prodotta la corsa all'oro. E le televisioni sono sovraffollate di spot ai limiti della sopportabilità; e i settimanali sono divenuti illeggibili perché non si trovano gli articoli se non sommersi fra le figure reclamizzate; e molti prodotti di cultura e di spettacolo devono piegarsi a rendere i contenuti «adatti» alla apparizione dell'annuncio.*

*O tempora, o mores! ha già detto qualcuno. Ma no, ma no. Il sistema del pubblico ha i suoi dispositivi regolatori. La gente si stufa delle continue interruzioni o dell'ammasso di pagine-labirinto. E anche il cliente comincia a non trovare più così redditizio l'investimento, anche sul piano del contenuto. Ergo: la pubblicità va in crisi. Ma non è una crisi definitiva. È una crisi di assestamento. Chi ha giocato sull'inflazione (semantica invece che economica in questo caso) dovrà adattarsi alla produzione delle opportune migliorie. Dovrà adattarsi ad una regolamentazione. Per la pubblicità di qualità si apriranno nuovi orizzonti. C'è solo da felicitarsi di questo. Purché i «creativi» non si mettano a credere, adesso, di essere l'alternativa moderna a Michelangelo!*

**Omar Calabrese**



**Il mondo ordinato della vecchia scienza non regge più. Da domani a Firenze studiosi di tutti i paesi tenteranno di disegnarne un altro meno semplice ma (forse) più realistico. Ecco come...**

# Facciamo un po' di disordine

*Si apre domani a Firenze il convegno internazionale «Physis-Abitare la terra». Nel corso del convegno, cui parteciperanno studiosi e intellettuali di altissimo livello, da Edgar Morin a Paolo Rossi a Cornelius Castoriadis a Kostas Axelos, da Adam Schaff a Barry Commoner a Ervin Laszlo, da Norberto Bobbio a Milan Kundera a Ilya Prigogine a Krzysztof Pomian, si discuterà di evoluzione sia sotto l'aspetto scientifico che culturale. La giornata di apertura è dedicata a «Natura e società. La nuova scienza dei sistemi complessi», e sarà introdotta da Mauro Ceruti, che è direttore scientifico del convegno, coordinato da Gianluca Bocchi e Stefano Mecatti. Proprio su questi temi Mauro Ceruti ha appena pubblicato presso Feltrinelli un volume, «Il vincolo e la possibilità», del quale presentiamo alcuni brani per gentile concessione dell'autore e della casa editrice Feltrinelli.*

LA SCIENZA contemporanea mentre ha posto in primo piano il carattere radicalmente storico ed evolutivo di ogni dimensione del nostro universo e del nostro sapere, ha provocato una profonda ristrutturazione dei concetti e delle tecniche tramite cui indagare i processi evolutivi. Ha in particolare ristrutturato il senso del problema delle *continuità* e delle *discontinuità* in tali processi. In molte fasi di sviluppo della scienza moderna «evoluzione» e «continuità» sono state strettamente associate, fino a far ritenere il carattere di continuità definitorio della nozione stessa di evoluzione. Anche la teoria dell'evoluzione degli organismi viventi, ed in particolare la tradizione darwiniana, si è sviluppata attorno ad un assunto di tal genere. Quando Darwin elaborò le sue rivoluzionarie ipotesi, si scontrò con la forte opposizione dei fissisti che sottolineavano le enormi differenze, e le vere e proprie discontinuità, intercorrenti fra i grandi piani di organizzazione in cui si ripartiscono i viventi sulla terra, per negare che questi avessero mai potuto avere un'origine in comune. Al contrario Darwin intese mostrare come questi piani, se guardati attraverso il punto di osservazione dei tempi geologici, risultassero collegati da una serie di trasformazioni graduali ed impercettibili.

Ma l'associazione fra evoluzione e continuità non ha operato nel solo campo della biologia, né soltanto nel pensiero scientifico. del diciannovesimo secolo. Costituisce invece un modo di pensare profondamente diffuso in tutta la tradizione scientifica moderna e costituisce in particolar modo l'asse portante della rappresentazione che spesso questa tradizione si è data dello sviluppo dello stesso pensiero scientifico.

Le indagini scientifiche del nostro secolo hanno sovvertito in più punti questi modi di pensare. Hanno anzitutto posto in primo piano gli aspetti di *discontinuità*, gli effetti *soglia* dei processi evolutivi e genetici. Ma con ciò hanno mostrato che questi aspetti *non si contrappongono* semplicemente agli aspetti di *continuità*, ma sono complementari ad essi, in un quadro dell'evoluzione molto più variegato e complesso di quello tradizionalmente assunto. È questo un risultato comune a molti ambiti del contesto scientifico contemporaneo: dalla paleontologia alla genetica, dall'antropologia all'embriologia, fino ad interessare le stesse scienze fisiche, cosmologiche, matematiche. Jean Piaget, Stephen J. Gould, Conrad Waddington, Brian Goodwin, Ilya Prigogine, Niles Eldredge, Gabriel Dover, Steven Stanley, Ervin Laszlo, René Thom, Humberto Maturana, Francisco Varela, Henri Atlan, sono fra i protagonisti di queste indagini. Vengono messe in discussione anche, e in modo più radicale, la linearità e l'univocità della direzione dei processi evolutivi.

I ritorni, le deviazioni, le oscillazioni, i punti fissi e di equilibrio appaiono tutti come momenti irriducibili e costitutivi della dimensione genetica. Nella storia della natura l'accento viene posto sui caratteri idiosincratici, locali e contingenti delle varie forme di adattamento, e non sempre è possibile individuare utilmente una direzione generale di sviluppo che dia un senso ai singoli processi evolutivi. Così pure, nella storia delle idee, appaiono come momenti costitutivi non soltanto i processi di progressivo ampliamento delle nostre conoscenze, ma anche le costruzioni, le decostruzioni e le ricombinazioni di molteplici temi, di scelte e di presupposti etici, estetici, metafisici.

Questi mutamenti riflettono un mutamento più generale nella concezione e nella rappresentazione del tempo della storia, del tempo della natura, del tempo della conoscenza. Larga parte della tradizione moderna è dominata dall'idea dell'unicità di questi tempi, a cui in genere vengono conferiti gli attributi di linearità, cumulatività ed omogeneità. Il momento in cui forse questa concezione raggiunse il suo apice è costituito dalla proliferazione, nel diciannovesimo secolo, di molteplici «filosofie della storia» che, per quanto diversissime nei loro presupposti e nelle loro opzioni, tendevano appunto a convergere attorno all'idea di una direzione temporale privilegiata, e nei suoi tratti generali predeterminabile. È significativo il fatto che le acquisizioni scientifiche fondamentali di questo periodo, quali la teoria darwiniana dell'evoluzione e la termodinamica, furono immediatamente inquadrate e lette in un'ottica di tal genere. Nel ventesimo secolo questa ricerca dell'*unicità* lascia il passo alla consapevolezza della *pluralità* e della stratificazione dei ritmi temporali ed evolutivi. (...)

«Ventisei tentativi hanno preceduto la genesi attuale e tutti erano destinati a fallire. Il mondo dell'uomo è uscito dal grembo caotico di questi detriti anteriori, ma nemmeno esso ha un certificato di garanzia: anche esso è esposto al rischio del fallimento e del ritorno al nulla. "Speriamo che questo funzioni", esclamò Dio creando il mondo, e questa speranza che ha accompagnato tutta l'ulteriore storia del mondo e dell'umanità ha sottolineato fin dall'inizio come questa storia è segnata col marchio della radicale incertezza». Ilya Prigogin e Isabelle Stengers riprendono queste antiche immagini talmudiche per comunicare una nuova immagine del cosmo. La figura del demiurgo riassume in sé una molteplicità di sensi, una pregnanza adeguata a rappresentare alcune essenziali mutazioni nel sapere contemporaneo. Esprime un mutamento interno agli sviluppi delle scienze della natura.

La termodinamica, la teoria dell'evoluzione, la cosmologia stessa convergono nel prospettare un *universo incerto* quale scenario della ricerca e delle acquisizioni scientifiche di questa fine di secolo. All'universo dei gas perfetti, degli orologi, dei piani inclinati, degli adattamenti reciproci si è sostituito l'universo delle strutture dissipative, del quasar e dei buchi neri, degli *hopeful monsters*. All'universo dominato dagli stati di equilibrio, dall'uniformità delle situazioni e degli oggetti, dall'atemporalità delle leggi che lo regolano, si è sostituito un universo caratterizzato da stati lontani dall'equilibrio e in perenne evoluzione, dalla ricchezza e dalla varietà delle strutture e degli oggetti, dalla possibilità stessa di mutamento delle leggi che lo regolano.

Il demiurgo talmudico è però anche una nuova metafora della condizione del *soggetto* produttore di conoscenza, del suo mutato modo di pensare il mondo e di mettersi in relazione con la conoscenza stessa. Contrasta l'idea regolativa degli dèi e dei demoni onnipotenti della scienza classica e provoca uno sconvolgimento nel discorso sul metodo. Da una accezione del metodo come ricerca del punto archimedico a partire dal quale definire e costruire l'edificio del sapere, si slitta verso un'accezione strategica, «che non necessariamente dà un'indicazione circostanziata degli atti da compiere ma solo dello spirito nel quale la decisione deve essere presa e dello schema globale nel quale le azioni devono aver luogo» (Granger). Ciò consente di svelare l'importanza e la funzione irriducibile delle dimensioni *stilistiche, tematiche, immaginative* della conoscenza accanto a quelle logico-analitiche ed empiriche. L'accento si sposta dalla semplificazione alla complessità. La sintesi cede il passo al frammento, l'edificio al contesto e ai percorsi. I confini diventano il centro, le zone d'ombra, in cui tutt'al più figuravano scomodi e incompresi avventurieri, gettano nuova luce sull'intero universo scientifico.

**Mauro Ceruti**

**Sta per uscire il film di Giuseppe Ferrara sul rapimento dello statista: «Così io e Volonté lo facciamo rivivere sullo schermo»**

# Indagine su Moro

ROMA — Di particolari inediti, nel film *Il caso Moro*, ce ne sono due, sostiene il regista Giuseppe Ferrara. Uno se l'è procurato comportandosi da detective: «Sono andato a parlare con l'amministratore del condominio di via Gradoli, dov'era il covo Br, e gli ho chiesto se aveva mai ricevuto segnalazioni di perdite d'acqua da parte di Mario Moretti. Ha negato. Ha contraddetto quello che Valerio Morucci, insomma, ha sostenuto nella sua confessione. Poi mi ha guardato e mi ha detto: ma lo sa che lei è il primo che viene a controllare quest'affermazione di Morucci?». Su questo particolare Ferrara costruisce una teoria: «Il covo fu scoperto grazie a un piccolo allagamento. La perdita, a differenza di quanto dice Morucci, non era casuale ma volontaria. Fuggendo le Br lasciano armi e materiale per centinaia di milioni. Conclusione: c'era chi voleva che il covo fosse scoperto. Non erano certo dei brigatisti né dei loro alleati. Eppure Morucci li copre. E a qualcuno fa piacere che lui si comporti così. Perché?».

Il secondo particolare inedito riguarda un muro: «Il giudice Imposimato mi ha raccontato che a via Montalcini, in casa di Gallinari e della Braghetti, cioè di due dei "carcerieri", hanno trovato sul parquet i segni di un muro abbattuto». E Ferrara deduce: «Questo convalida l'idea che ci fosse una prigione del popolo in cui è stato tenuto Moro. E allora diventa ancora più allarmante la presenza della polizia a via Montalcini, nei giorni del sequestro, come dicevano quelle voci che costrinsero, a suo tempo, Martinazzoli ad aprire un'inchiesta».

E poi il testimone oculare della strage di via Fani che, in *camera caritatis*, gli rivela la persecuzione, le minacce che ha subito e che l'hanno portato a ritrattare... E, soprattutto, un lavoro di collage fra tutto quello che è stato detto ai giurati, ai magistrati, ai giornalisti, nel corso dei tre processi Moro, sulla stampa e alla televisione. Per realizzare *Il caso Moro*, Ferrara, già iniziatore due anni fa, con *Cento giorni a Palermo*, della «nuovelle vague» del cinema-verità italiano si è celato nel ruolo dell'investigatore. I primi a vedere il film, addirittura, sono stati due avvocati, Gatti e Paoletti, che l'hanno quasi setacciato alla moviola per trovarvi «indizi» di reato. Eccesso di zelo? Il 7 novembre il film sarà sugli schermi e gli spettatori potranno vedere quale versione spettacolare Ferrara ha saputo dare di quei «cinquantacinque giorni». Con due miliardi di lire a disposizione (il produttore è Mauro Berardi); con la collaborazione nella scrittura di Robert Katz (è l'autore del libro *I giorni dell'ira*, sempre sul caso Moro) e Armenia Balducci; con un protagonista davvero inevitabile: l'ottimo Gian Maria Volonté, che fu Moro per Elio Petri in *Todo Modo*. Ora noi chiediamo al regista: perché ha voluto «indagare», con quali motivazioni logiche o inconscie? E con quali risultati?

«Partiamo dai risultati. Perché all'inizio, quando con Katz e la Balducci avevamo di fronte solo una pagina bianca, non esisteva una tesi preconcetta. Oggi, eccomi del partito di chi è convinto che le "Bierre" hanno rapito e giustiziato Moro essendo telecomandate dai servizi segreti. Ma senza che i brigatisti, anche i capi, lo sapessero. Una scoperta che, quando la fai, se sei terrorista deve bruciare davvero come la sconfitta più amara. E allora ecco che anche i pentiti o i dissociati contribuiscono a tenerla in ombra. Ecco le ambiguità, le reticenze, le incongruenze, i vicoli ciechi, in cui noi sceneggiatori-detective ci siamo imbattuti. Ecco perché l'Ambiguità, non la certezza, è la vera protagonista di questo film. Che arriva quando è ancora in corso il processo Moro-ter, ed è per forza un giallo senza soluzione. E, certo, è solo un film. Ma può comunicare allo spettatore lo stesso disorientamento che abbiamo provato noi di fronte a questo caso. Lo stesso senso di una congiura che continua».

**— Quale Aldo Moro ci presenta Ferrara con più rilievo: l'uomo o il politico?**

«Io che non sono mai stato moroteo, da questo Moro in tragedia sono stato molto colpito: per la coerenza e la dignità eccezionali. Mi è apparso, lui e i suoi familiari, l'unica isola di umanità in un mondo marcio. Quanto a Volonté mi sembra che oltre questo abbia reso il carattere meridionale e la cultura cattolico-fatalista di Moro con una capacità quasi da medium. Per entrare nella psicologia del personaggio ha chiesto al sarto che lo serviva di riprodurgli i calzoni e la camicia che indossava, e che apaiono nelle due uniche, celebri Polaroid arrivate dal "carcere". E poi si è chiuso nella sua casa angusta, dietro Regina Coeli, e per un mese ha scritto e riscritto i dialoghi del film, senza voler vedere nessuno, per assaporare il senso di distacco, per sentirsi un ostaggio. Moro politico? Nel film è uno che sa, che ha capito tutto. Un saggio. Una convinzione che ha influenzato, in modo un po' inconscio, anche la fotografia».

**— Per quale strada?**

«Le luci sono fredde, "riflessive". Con Bazzone, il direttore della fotografia, abbiamo portato il colore ai punti di Nr. Oltre, c'è solo il bianco e nero».

**— Ancora l'esterno. Ciò che si muove intorno alla «prigione del popolo» in quei 55 giorni. I partiti, della trattativa e no, la P2...**

«Io credo che Moro fosse possibile salvarlo, facendo forse delle concessioni non troppo dolorose. E questo appare nel film. C'è, sì, la P2: una seduta in cui un Gran Venerabile viene informato di tutto dai servizi segreti. È chiaro che l'ultimo sfondo è quello...».

**— E la famiglia?**

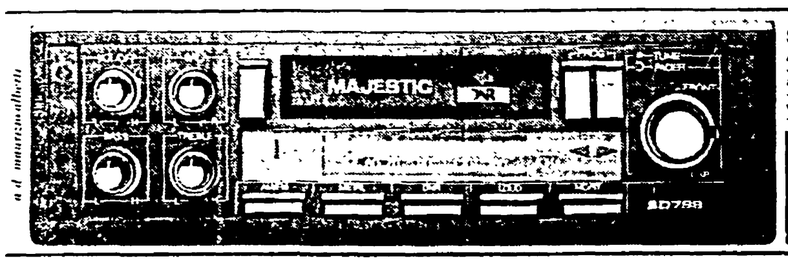
«Ho detto quale ammirazione mi suscita. A Eleonora Moro, però, ho chiesto solo di leggere la sceneggiatura: me l'ha rimandata indietro carica di annotazioni utilissime. Ho fatto film su Panagulis, su Dalla Chiesa: so che tortura è per i familiari di un personaggio scomparso essere scambiati per "consulenti"».

**— Ferrara, come spiega la sua tendenza a trasformare sangue vero in spettacolo?**

«Algofilo, amante del dolore? In realtà di sangue, nei miei film, ne appare pochissimo. Credo che parli in me l'origine cattolico-cristiana. Non sono credente, oggi. Ma dentro qualcosa mi spinge a leggere certe vicende, quella di Panagulis o della vittima della mafia, come una passione-resurrezione. Gente che è morta ma non inutilmente. Purché qualcuno, prima o poi, con un piccolo monumento, magari spettacolare come un film, ricordi a chi resta che sono morti, e perché».

**Maria Serena Palieri**

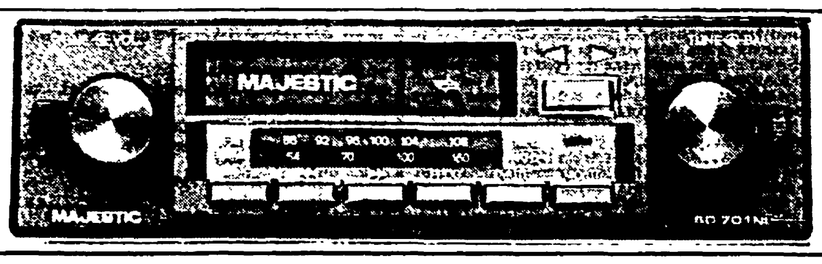
Una foto di scena del film «Il caso Moro» di Ferrara


SD 798 - 24W
Autoradio AM/FM FM stereo -Sintonizzatore manuale - Riproduttore autoreverse avanti/intorno - DNR - Mute -LO/DX - Toni separati - Fader - Sistema di visualizzazione notturna - Norme ISO -Loudness

SD 701 NI - 20W
Autoradio AM/FM FM stereo -Commutatore mono/stereo - Tasto mute per ricerca silenziosa - Riproduttore autoreverse avanti/intorno veloce

MAJESTIC le AUTORADIO




CREMA - TEL. (0373)31415