



La rassegna A «Treviso Comic's» un confronto divertente tra le campagne pubblicitarie degli anni Dieci e quelle odierne. Prima c'era Pinocchio ora Corto Maltese ma la sostanza non cambia

Fumetto anima della pubblicità?

Dal nostro inviato
TREVISO — A parte i soldi non è che si muova molto nella bianca e bella Treviso. Tra i palazzi e i canali i tavolini del bar e le piazze si scende a circolare fisicamente la ricchezza anche in quelle poche mura che ancora non sono diventate proprietà dell'onnipotente Benetton (il quale è in ogni dove ma non si vede da nessuna parte). Ma tra le poche cose che succedono ogni anno a Treviso (e sono la rassegna annuale del fumetto e la relativa mostra mercato e la pubblicazione del libro-catalogo «Treviso Comic's» è arrivata al dodicesimo anno di vita in un'era scandita per la fatica e la volontà di un ristretto gruppo di appassionati capeggiato da Silvano Mezzavilla. E ora che di soldi ce n'è e qualche parco sponsorizzazione è caduta anche su «Treviso Comic's» consentendo di stampare il catalogo con più ricchezza di carta e di colori

e di avere qualche collaboratore pagato. Ecco quindi che accanto al nome del «Circolo amici del fumetto» compaiono tra gli organizzatori Comune Provincia Regione e Cassa di risparmio. Tutti enti che volentieri hanno imposto il loro marchio su una istituzione nata volontariamente alla quale bastava dare soltanto ospitalità. E ospitalità grandiosa e stata concessa nella enorme Sala del Trecento, dove quest'anno si svolge (fino al 29 marzo) la mostra intitolata soltanto Paf un suono sibilino che somiglia a tante fantastiche onomatopее fumettistiche (bang smack slurp ecc) Paf invece è una sigla e sta per Pubblicità a fumetti. Il tema scelto per questa annata nella quale il mondo, i mezzi e il linguaggio della promozione sono per tanti versi nell'occhio del ciclone. Ed ecco si scopre che il fumetto in tutta la sua potenza suggestiva può aprire le porte ai

segreti e agli espedienti di altre forme di comunicazione più utilitarie e universali. La rassegna di Treviso lungo il suo percorso ora storico ora tematico dimostra chiaramente come i linguaggi immaginiferi del fumetto sia già di per sé linguaggio promozionale. Con i suoi scatti illogici, le sue ironiche bugie e i suoi credibili miracoli. A fare da legame particolarmente evidente tra i due linguaggi c'è il super-mismo, la gran quantità di eroi muscolosi e volanti di risolutori e di protettori delle masse che giusto come i cavalieri medioevali sono là dove necessità li vuole. Ma non è solo Superman a lavorare per la pubblicità tutti gli eroi del fumetto (anche i più colti e ben disegnati) si prestano volentieri a così proficue buone azioni. E perfino zio Paperone (al quale del resto, non bastano mai i soldi) offre i suoi servizi alle casse di risparmio

Nessuno di questi personaggi vende qualcosa di sé. I disegnatori si dimostrano altrettanti liberi e fantastici sulle pagine intere dei giornali o sui grandi manifesti murali come dentro le strisce riciclate dei giornali. E perché no? Anche la pensosa Valeria di Crepax, o l'avventuroso e spirituale Corto Maltese possono piegarsi alle necessità del mercato. E infatti una parte della rassegna di Treviso mostra le buone prove (e libere) che i più grandi autori italiani hanno saputo dare anche in campagne organizzate e contrattate durante le quali i loro alteri nomi e le loro firme. Esempio tra i più citati è quello delle strisce Enimence che il pubblicitario Marco Mignani pensò per il disegno allusivo di Milo Manara. Lo racconta spiritosamente in catalogo (intitolato anch'esso Paf) si può trovare anche le librerie per 20.000 lire) spiegando che con pochi soldi e molta fan-

tasia (lui sostiene anche molto fortuna) si può lanciare un prodotto difficile come una mutanda da uomo, senza mai far vedere né lo slip né l'uomo. La mostra consente poi di paragonare queste campagne recenti con le prime (anni Dieci) nelle quali il fumetto venne usato per colpire anzitutto il «Target» infantile. Ecco le strisce sul Corriere nelle quali un Pinocchio orribilmente grasso compiva prodigi per merito del ricostituente Eutofina. E insieme ai ricostituenti arrivavano i purganti, i lucidi marmellate e i formaggi. Alcuni personaggi nati apposta per promuovere sono diventati addirittura eroi in proprio di storie e avventure, per esempio quelli nati dalla matita geniale di Jacovitti. Il momento risolutivo dello slogan non disturba infatti la lettura un po' come succedeva ai siparietti di Carosello. E infatti a Carosello e

ai suoi disegni animati è dedicato nella mostra di Treviso uno spazio a parte, sempre gremito di bambini. Per vedere le Olivette e i Gringo degli anni Sessanta che cantano ancora la loro sigletta ma ci appaiono ora incredibilmente lunghi. Mentre la sintesi del disegno, la sua velocità di comunicazione e la sua capacità di scioccare col tempo non sono diminuite, se mai aumentate dalla furba (o addirittura cinica) collaborazione dei creativi. I quali potranno parlare a loro disciolta durante il convegno che si terrà sabato e domenica al Teatro Comunale, sempre che la corrente De Michelis (che all'improvviso ha avanzato pretese sulla sala) lo consenta. Intanto un'altra corrente (stavolta dc) ha negato la sede della Camera di commercio al momento mercato del fumetto che si terrà perciò in altro spazio. Sono storie della Marca trevigiana. Maria Novella Oppo

Di scena A Roma «La stagione del garofano rosso» di Lunari

Socialista, per davvero



Augusto Zucchi è Craxi in «La stagione del garofano»

LA STAGIONE DEL GAROFANO ROSSO. I figli i unari. Novità Regia di Augusto Zucchi. Scena di Antonio Grieco. Costumi di Grazia Alfonsi. Interpreti Augusto Zucchi, Nicoletta Della Corte, Enrico Papa, Francesco Di Federico, Puri Casarano, Andrea Tidona, Daniele Valmaggli, Salvatore Giannardi, Giuliano Banti. Roma Sala Umberto

Immaginate che a Palazzo Chigi sia installato un governo a direttore socialista. Immaginate che il Presidente del Consiglio un tipo venuto dal nulla ma ambizioso e dinamico pensi di frangere i suoi quattro alleati e che loro pensino di frangere lui.

Fin qui più o meno ci siamo direte. Da questo momento in poi, dovete affidarvi alla fantasia di Luigi Lunari autore della «Stagione del garofano rosso», opera tutta nuova chiamata a inaugurare un «Progetto Drama Italia» dal titolo forse troppo solenne ma che in sostanza dovrebbe allineare una serie di testi inediti ispirati a temi dell'attualità civile sociale politica.

Immagina dunque Lunari che il giorno stesso del suo insediamento il Presidente si scopra per bocca del medico di fiducia malato in modo assai grave, gli restano sei mesi di vita o un paio d'anni se abbiano donato ogni impegno si dedicherà solo alla cura della propria salute. Incitato dalla giovane figlia (che ignora peraltro il suo stato) moralmente rinvigorito dall'incontro con un ultratrasavante compagno di partito, il Panigada uno di quelli dei quali si è smarrito lo stampo ecco che il Nostro decide invece — tanto non ha niente da perdere — di proclamare in attesa di applicarli (che sarà cosa un po' più difficile) alcuni massimi principi benché in disuso ereditati dalla tradizione del movimento operaio: pace e disarmo, lavoro per tutti, le tasse le paghiamo i ricchi ecc. Per qualche verso non si tratta del resto che di dar concretezza a formulazioni contenute nella Carta e situazione o addirittura nei Dieci Comandamenti.

Si preoccupano i quattro alleati e si preoccupa l'infido braccio destro del Presidente. In Paolo Chi di quinto piano (storia del sistema). La misura si salterebbe colma quando l'imprevedibile protagonista comincerà ad agire strisciando patti di lottizzazione. In la apparsi riguardanti mutari anche suoi parenti o affini e invocando il consueto concetto di misericordia. Alle sue spalle si trama una congiura nella fase culminante di essa il Presidente apprende

che il suo supposto, imminente destino mortale era solo frutto di uno scambio di cartelle, chiacchiere. Con tutto il futuro davanti a sé egli la forza di prosa, si re sulla strada iniziata e in totale solitudine sfuggendo alle insidie dei suoi avversari? O non sarà piuttosto tentato di spazzare con un gesto estremo nemici amici e pubblico? La favola della «presidenza del consiglio socialista» raccontata da Lunari si distacca insomma alquanto dalla realtà che ci è stata sotto gli occhi sino ad appena ieri. Favola più che metafora sebbene quest'ultimo aspetto sia ribadito in un paio di intermezzi nei quali il «socialista» (che poi diventerà cineasta) et appaiono prima nelle vesti di pagliacci da circo (ed è il pezzo più fiacco dell'insieme) quindi in quelle di una consorte di mafioso italiano amico nemico. Se di metafora si ha da parlare, allora bisogna dire che una sua deodificazione certo rozza e faziosa ci condurrebbe ad aburranti conclusioni. Del genere solo a museo di morte, uno come quel Presidente farebbe o almeno direbbe quel che è giusto. Oppure parlandone il centro mitico zarista crea gli Indiani d'America l'unico socialista buono e un socialista morente (e mi il Panigada) o dato per tale (come il Presidente) e lasciamo stare la figura del figlio che sembra scappata da un film di «eletti bianchi». O ancora dispetto come il suddito Presidente e capace di detentare la prima di essere detentato. E qui ci troviamo forse nei paraggi della verità. Tuttavia è anche senza la premessa della lettera aperta che nel programma di sala i Lunari indirizza al suo vecchio condiscipolo Bettino Craxi (Licio Carducci Milano) la commedia svela una simpatia di fondo dell'autore per il personaggio paragonato da principio all'opacità del «Giardino dei ciliegi» e chiosano «simpatia equilibrata dalla realtà anticipata per il Chi di Martelli che suggerisce battute e situazioni piuttosto deboli. Quanto allo spettacolo è di fattura modesta. Il regista Zucchi si ricrepe e eccelsa scenografia il ruolo centrale. Sullo sfondo realmente umano quello del Panigada confortato dall'ottimo prestazione di Francesco Di Federico. Gli altri interpreti sembrano assicillati secchi e criteri familiaristici chiosatori che stando all'ipotesi scintillata da Lunari potrebbero a parare una volta o l'altra anche in film. In mai ne della Nazione di del (11).

Alla «prima» festosa, successivamente. Aggego Savioli

SALTA SU UNA FIAT.

IN OCCASIONE DEL FESTIVAL FIAT E FINO AL 15 MARZO, ACQUISTARE UNA FIAT SARA' UN GIOCO.

RISPARMI IL 25% SUGLI INTERESSI.

C'è aria di festa per chi vuole acquistare una Fiat fino al 15 marzo potrai risparmiare il 25% sull'ammontare degli interessi Sava. E questo su tutte le auto e i veicoli commerciali disponibili nelle Concessionarie e Succursali Fiat. Occorrono solo i normali requisiti di solvibilità richiesti da Sava e, in contanti, solo IVA e messa su strada. Con un'occasione così, c'è da saltare di gioia!

RISPARMI UN ANNO DI SUPERBOLLO.

Fino al 15 marzo è festa grande oltre ai vantaggi della rateazione Sava, potrai anche usufruire di una riduzione del prezzo "chiavi in mano" di qualsiasi autovettura diesel della gamma Fiat, pari al valore del superbollo per un anno. Fai subito un salto da una Concessionaria o da una Succursale Fiat: occasioni così vanno prese di corsa!

Le rate offerte non sono rimborsabili con altre iniziative in corso in banca e al prezzo di 138

FESTIVAL FIAT 87

È una speciale iniziativa delle Concessionarie e Succursali Fiat valida fino al 15/3/87 su tutte le vetture e i veicoli commerciali della gamma Fiat