

**Una Rai libera di muoversi sul mercato, senza «tetti» pubblicitari. È quanto propone il Pci Berlusconi invece chiede nuovi, rigidi, vincoli**

**La Francia si divide su «Come sono buoni i bianchi», il film di Marco Ferreri che mette sotto accusa le «missioni bontà»**

Vedi retro



**Madonna reciterà in teatro con Mamet**

Il portavoce del Lincoln Center di New York ha annunciato che Madonna a partire dal 29 marzo reciterà in un nuovo lavoro di David Mamet. La pièce s'intitola *Speed-the-plow* e l'altro protagonista è l'ottimo Joe Mantegna, già visto in Italia in «La casa dei giochi». Il regista dello spettacolo sarà Gregory Mosher e il prezzo dei biglietti per l'occasione è stato fissato in 30 dollari, un prezzo alto. Madonna lo giustifica, evidentemente.

**Il direttore del Guggenheim va in pensione**

Thomas Messer ha annunciato (a partire dal 1° luglio di quest'anno) il suo ritiro dalla direzione della Fondazione Solomon Guggenheim e dei due musei di New York e di Venezia. Il prestigioso direttore, nato a Bratislava nel 1920 e americano dopo aver combattuto nel 1944 nell'esercito Usa, aveva diretto la Fondazione per 27 anni. Prima del Guggenheim aveva anche diretto altri musei americani.

**A Messina il jazz in festival**

Si inaugura oggi a Messina (al Teatro Vittorio Emanuele) l'undicesima stagione di musica jazz organizzata dal Brass Group. Sarà una manifestazione all'insegna delle tendenze più moderne anche se il concerto d'avvio, con i Monty Alexander, è assolutamente «classico». Seguiranno, il 29 gennaio, gli Azimut, con John Taylor, Norma Winston, Kenny Wheeler. Il 19 febbraio sarà la volta del Trio di Tim Berne. Tra gli altri concerti, segnaliamo il penultimo (il 13 aprile) con Stanley Jordan e l'ultimo, del trio di David Murray.

**Nuovo ente teatrale in Sicilia**

Nasce in Sicilia una nuova organizzazione teatrale, l'Ente teatrale del Mediterraneo, e lunedì prossimo a Marsala presenterà i suoi programmi e il comitato che presiede al progetto. Obiettivo dell'ente dovrebbe essere di far rappresentare, in collaborazione con la Fondazione Withaker, proprietaria dell'Isola di Mottola, i lavori teatrali che abbiano come riferimento il Mediterraneo. Presidente del comitato è Leonardo Sciascia, presidente Elio Licari.

**Bonaviri dona i suoi carteggi alla Nazionale di Roma**

Giuseppe Bonaviri ha espresso il desiderio di donare i suoi carteggi alla Biblioteca Nazionale di Roma, che ormai dispone di un ricchissimo fondo di manoscritti e di dattiloscritti di autori italiani moderni e contemporanei e che presto costituiranno un Archivio della letteratura italiana moderna e contemporanea. Nel carteggio messo a disposizione da Bonaviri, lettere anche di Calvino, Prisco, Rea, Sciascia, Vittorini. Inoltre, appunti, testi, fogli sciolti dello stesso Bonaviri.

**Usa: un film sul Vietnam in testa alle classifiche**

Dopo *Full Metal Jacket* un altro film sul Vietnam è ora in testa al box office americano. Si tratta di *Good Morning Vietnam*, prodotto dalla Walt Disney e con Robin Williams. Ha già incassato, su tutto il territorio nazionale, dodici milioni di dollari e sembra destinato a continuare nel successo. È proprio finita l'epoca del film per bambini.

**Giornale radio dell'«Espresso» Se ne discute a Milano**

Al Jolly Hotel di Milano il 22 e 23 gennaio si parlerà di radio in un convegno delle 350 emittenti Sfer. In particolare, Lio Rubini del Gruppo editoriale L'Espresso illustrerà un progetto di un giornale radio in collaborazione con «la Repubblica». Il cui avvio è previsto entro il primo semestre 1988. È in cantiere anche la creazione a Milano di un'agenzia regionale d'informazione in collaborazione con Area e alcune emittenti locali.

GIORGIO FABRE

**CULTURA e SPETTACOLI**

**In punta di poesia**

**Cento anni fa nasceva in Liguria Camillo Sbarbaro**

**Ironico, attento, appartato come un antico erborista**

Il 12 gennaio 1888 nasceva a Santa Margherita Ligure Camillo Sbarbaro, un poeta «geloso e segreto» che la critica continua a giudicare come un'anomalia nel panorama letterario del nostro paese. Nella sua ombrosa esistenza non è mai venuta meno la fiducia nella parola, capace di salvare dal disperante deserto dell'esistenza. Di quella «parola» che Sbarbaro seppe amare e usare come pochi altri.



Camillo Sbarbaro con la zia Benedetta e la sorella Clelia nella casa di Spotorno. In alto il poeta in una foto del 1969

GINA LAGORIO

Nel 1985 è uscito presso Garzanti-Scheiwiller «L'opera in versi e in prosa» di Camillo Sbarbaro, edizione che riunisce in un solo volume i singoli testi apparsi negli anni, talora in edizioni numerate e ormai introvabili. L'edizione è «ne varietur» per esplicita volontà testamentaria dell'autore e comprende: *Poesie*; la prosa di *Truciolli*, *Fuochi fatui*, *Cartoline in franchigia*; le classiche versioni da *Il Ciclope* di Euripide, del *Vespro d'or* di Pirandello e del *Pascoli* italiano, Carlo Bo, che del poeta resta il critico più attento e attento, ha scritto pochi giorni fa di avere l'impressione che questa edizione «non sia stata accolta in quel senso alto che sarebbe stato giusto». Credo abbia ragione, anche perché, se è vero che i fedeli di Sbarbaro non sono mai mancati e sono di una dedizione amorosissima, è anche vero che Sbarbaro continua a essere considerato dal più come un'isola, se pur luminosa, nella poesia del '900. Su di lui il consenso va crescendo in Italia e all'estero, eppure c'è ancora intorno al suo nome il riflesso di quella gelosa ritrosia che ne fece, in vita per sua scelta, un isolato, e nella considerazione critica un caso per lo meno anomalo, come hanno rilevato anche gli elzeviri apparsi per il centenario della nascita: Sbarbaro nacque infatti il 12 gennaio 1888 a Santa Margherita Ligure e morì il 31 ottobre 1977 nell'ospedale di Savona. Ed è nel giugno l'anno scorso che in un'intervista a *l'Espresso* faceva parte della sua poesia; e che Sbarbaro era un poeta che la coltivava come il suo erbario più geloso e segreto». Una sola fermatissima illusione è il cen-

tro, il cuore, il nucleo lucente della ombra e negletta esistenza di Sbarbaro: la fiducia nella parola che salva dal disperante deserto dell'esistenza: «A noi che non abbiamo altra felicità che di parole, /...se non è troppo chiedere, sia tolta/ prima la vita di quel solo bene». Quella felicità della parola lo accompagnò sino agli ultimi giorni: pochi mesi prima della fine mi mostrò i *Fuochi fatui* che aveva preparato per l'edizione definitiva e che concludeva il lavoro di scavo e di revisione che aveva compiuto su tutto quanto aveva scritto e che andava via via consegnando all'amico editore Vanni Scheiwiller. Dicevo prima della qualità singolare della fedeltà a Sbarbaro: tra i fedeli il primo è certo Scheiwiller, che da poco ha pubblicato in edizione numerata l'ennesimo suo omaggio al poeta: *Versi a Dina*. Uscita la prima volta nel 1931 come parte di *Rimananze*, e in seguito delle *Poesie*, l'opera, un piccolo prezioso poema che tocca una volta tra le più alte della poesia d'amore del '900, non ha mai avuto un'edizione e si stanzia. Credo basti a darne la tonalità e a suggerirne il desiderio di lettura una citazione: «Ognuno resta con la sua perdita/ felicità, un po' stupido e solo/ nel mondo vuoto di significato/ Miele segreto di che s'alimenta/ fin che sino al ricordo ne consumi/ e tutto è come se non fosse stato». Va anche detto che in moltissime università italiane e straniere la poesia di Sbarbaro è stata ed è, sempre più rigorosamente e con più larga eco, oggetto di studi; cito almeno la corposa antologia americana curata da Vittorio Falco, *The Poetry and Selected Prose of Camillo Sbarbaro*. Il posto di Sbarbaro... Difficile a situarsi nel panorama critico, proprio per la sua qualità, fatta di nuda assunzione del fattore letterario come necessità e felicità della parola: lettore appassionato di Dante, di Leopardi e di Baudelaire, anticonformista, in posizione di ironico distacco nei confronti dei crepuscolari, scettico a fronte delle avanguardie, Sbarbaro che non ha tradito mai la cultura,

ple il suo dovere con pietosa consapevolezza del male comune: le ideologie non lo interessano, ma il suo sguardo è lucido e sicuro quando si tratta di assumere decisioni di fondo: se il suo pessimismo lo aiuta a scorgere la vanità di tutto e la tragica inafferrabilità della vita, è anche persuaso che ognuno è responsabile, per la parte che gli tocca, di non collaborare ad accrescere il male del mondo. Per questo egli disse no al partito delle squadrette mussoliniane e fu antifascista dal primo giorno del regime fino all'ultimo, in un paese in cui il suo rifiuto alla tessera doveva diventare leggendaria, se meno dell'uno per cento dei professori ebbe il coraggio o la possibilità di resistere al ricatto fascista. Visse perciò di lezioni private, di traduzioni e di erbari. Collezionava licheni: «Presso a mano dalla mia predilezione per l'esistenza in sordina, mi volti a forme più scartate di volta», e vendette i suoi erbari a università americane ed europee. Rari i viaggi, visse sempre in Liguria insieme alla sorella Lina, e, dal 1951, a Spotorno in provincia di Savona. Pochi gli amores, «violette frettolose», uno, grandissimo e celeste, «qualcosa di più» di un amore, per Elena De Rosa Vivante, cui dedicò lo stupendo *Autortratto involontario* ricavato dalla corrispondenza. Il secondo libro con cui Sbarbaro nasce come poeta uscia a Firenze nella edizione de «La Voce» nel 1914. E con *Pianissimo* che Sbarbaro entra nella poesia del '900, e non solo per l'originalità del timbro che potrebbe consentire di raggruppare soltanto ai *Caniti uffici* di Campana, ma perché i grandi temi della desolazione esistenziale, della negazione e del disinganno, dell'estranietà e della solitudine, che troveranno voce più tardi in poeti tanto più celebrati, vi sono tutti presenti (ricordo che *The Waste Land* di Eliot è del '22 come l'*Ulysses* di Joyce, e gli *Ossi di seppia* di Montale appaiono nel '25). Per questo in letteratura il

**Dio? Con lo spot si vende meglio**

MILANO. Il segretario della Conferenza episcopale, monsignor Camillo Ruini, ha annunciato che la Chiesa lancia una campagna di spot televisivi per convincere i fedeli a contribuire alle sue esigenze materiali. «Non scenderemo al livello degli spot per determinati, ma dovremo certo essere abbastanza spregiudicati per sensibilizzare l'opinione pubblica in ordine ai problemi del sostegno economico e all'azione pastorale della Chiesa»: questa la clamorosa dichiarazione del prelato, che non ha mancato anche di fare riferimento al Cacao Meravigliolo di Arbore, seppure per dire che «non si cercano formule magiche», ma «qualcosa di efficace» e di «appropriato ai grandi mezzi di comunicazione». Novità assoluta per l'Italia, questo nuovo orientamento spregiudicato può aprire orizzonti inesplosati per la creatività dei pubblicitari. Oppure no? Proviamo a sentire che cosa ne dicono. E cominciamo da Paolo Girone (Gruppo Eas-It), grande esperto di sponsorizzazioni e proprio di quelle «operazioni detersivo» cui si richiama monsignor Ruini. Posto di fronte a uno spon-

La Conferenza episcopale ha deciso di lanciare una campagna di spot pubblicitari per raccogliere fondi tra i fedeli e sostenere così le attività della Chiesa. In Italia è una cosa senza precedenti, ma in America da tempo la tv si è fatta veicolo di promozione per religioni e sette. Le prime reazioni dei «creativi» specificando «non per il nome». Dario Diaz casca dalle nuvole: «Io? Io tra l'altro sono ebreo: non credo di essere il più adatto. Comunque mi meraviglio che la Chiesa si sia mossa prima dello Stato, che da noi non fa niente, mentre all'estero si promuove in molti modi. Comunque, pensando ci, in una campagna simile lo punterei sull'idea che il prodotto sia la Chiesa, la quale Chiesa fa qualcosa per i clienti e i soldi. Punterei sulla Chiesa come servizio. Non userei l'immagine del Papa, ma quella dell'impegno sociale, educativo, assistenziale». Quindi non cercherebbe di vendere l'anima, ma i servizi... «Ecco. Nasce già uno slogan:

testimoniano più fastidioso per queste nuove vie della fede. Molto interessante invece, come è naturale, le concessionarie di pubblicità. Solo la Rai non potrebbe accettare: l'accesso agli spot è proibito a Dio, alle armi e ai partiti. Ma la normativa può cambiare... naturalmente non trovano obiezioni. Dichiarano di «credere nel mezzo» e di considerare questo un «problema di comunicazione» come un altro. Niente imbarazzo a collocare il «messaggio divino» tra un pannolino e un preservativo neppure da parte della piccola Odeon Pubblicità. Dice il suo vicedirettore Paolo Spadacini: «Vengo da una scuola che ha accettato le casse da morto. Ricordo che quando stavo a Pubblicità vennero da noi due sette religiose americane. Una era quella dei Dianetics e l'altra quella della Pura verità. Chiedevano di andare in onda la domenica e per giunta in inglese. Qualcuno era contrario, ma Berlusconi chiese quanto pagavano e, saputo che la cifra era di 500 milioni, disse: accettata». Affare fatto. E infatti ancora oggi va in onda su Retequattro, alle 8 della domenica, il messaggio di mezz'ora di *Il mondo di domani*. Nessuno se ne era accorto e tantomeno scandalizzato. Chi invece non potrebbe proprio trasmettere spot religiosi è la Rai che, tramite la sua concessionaria Sipra, è vincolata alla normativa Sacis.

Una normativa che esclude severamente Dio assieme alle armi, alle agenzie matrimoniali e ai partiti. È vero che la normativa è man mano evoluta, come ci ricorda il vicedirettore della Sacis, Zanacchi. C'è il precedente non proprio mistico della carta igienica, che una volta era «out» e oggi è trionfante. In ogni modo il problema dovrebbe essere risolto. «Non penso - dice sempre Zanacchi - che per una eventuale campagna la Chiesa si rivolga alla Rai. L'uso dei mass media per scopi pastorali, per rilanciare le vocazioni, è già stato sperimentato in numerosi paesi. Quello che mi sembra nuovo invece è il riferimento al problema economico. Per gli spot elettorali dei partiti il fatto che ci sono le tribune elettorali, con gli spazi consentiti, ma per la Chiesa questa motivazione cadrebbe...». Proprio così. È facile immaginare che le barriere cadranno più facilmente delle mura di Gerico. È una volta risolta la spinosa questione teorica (chi vende cosa e la differenza tra messaggio e Messaggio), vedremo in tv gli spot-questua.



Giovanni Paolo II durante un'omelia