

Agosto
nero per la televisione. Film, telefilm,
varietà: non si salva niente.
Gli spettatori sono proprio andati in vacanza

Il teatro
della prossima stagione ha dimenticato
il bicentenario della Rivoluzione
francese. Ma i testi da riscoprire c'erano

Vedi retro

CULTURA e SPETTACOLI

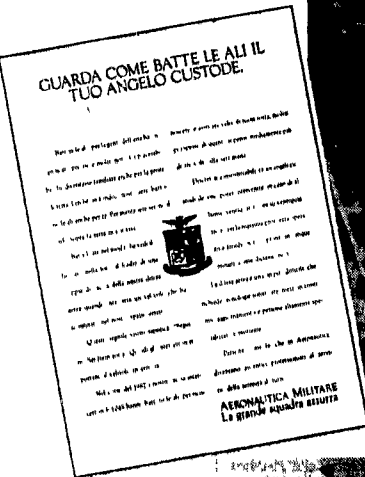
L'arma segreta dello spot

Dalla pubblicità guerrafondaia a quella per la protezione civile: i militari alla ricerca di un'immagine. Tra le polemiche

NICOLA FANO

ROMA. La storia comincia con la solidarietà e finisce con la guerra. Di mezzo ci sono pagine e pagine piene di immagini e proclami, pubblicate a pagamento su giornali e riviste. Non è un gioco di società, è la ricostruzione (sommaria) del rapporto tormentato che ha legato, negli ultimi mesi, il mondo militare e quello della pubblicità stampata. Con una premessa, però. Tutto nacque dal trionfo, non solo negli Stati Uniti, del film *Top Gun* (roba da trecento milioni di dollari, detto per inciso). Furoreggiava un Tom Cruise alle prese con aerei da guerra, battaglie simulate ma e battaglie vere vinte bene. Con annessi e connessi (l'incidente mortale all'amico del cuore e la famiglia spezzata), i vertici militari Usa cantarono vittoria annunciando l'incremento delle domande di ammissione alle accademie militari, specialmente in quelle aeronautiche. E allora gli italiani in alta uniforme cominciarono a pensare: «Vuoi vedere che per tornare a riempire le accademie militari basta inventare una nuova immagine dell'uomo in divisa?».

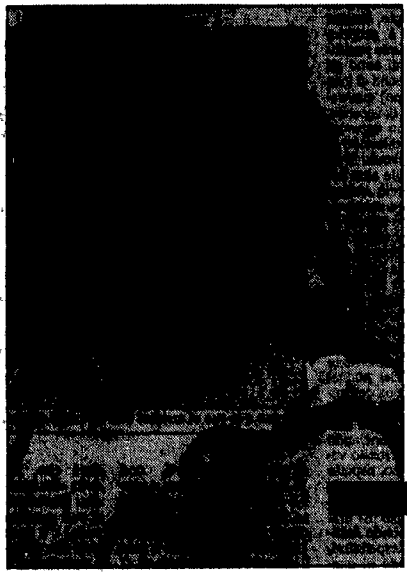
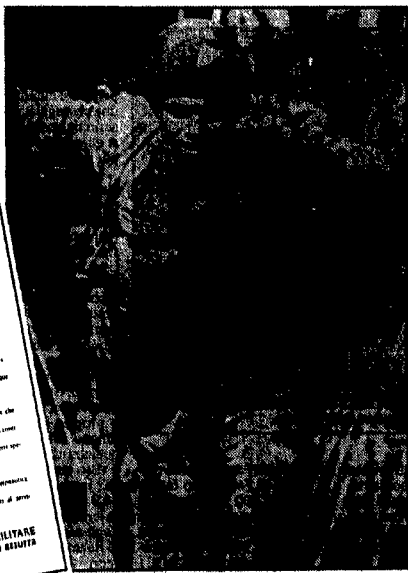
Altro che Rambo: l'idea incarnata dal ragazzone Tom Cruise (che da giovane spericolato pilota attento e eroico) è molto diversa. Più conciliante. Come dire: bello e perverso, ma solo fino a un certo punto. Perché il successo bisogna conquistarselo anche con la fedeltà alle regole ferree dell'erosolano nazionale. Diciamo allora: uno yuppie in divisa. Detto fatto. I militari italiani hanno riflettuto a lungo sul fenomeno e sono arrivati subito al centro del problema: lanciamo la nuova immagine del «militare di successo». Bello, vincente, perfettamente integrato nella società, acclamato dal mondo e apprezzato dalla mamma. Così, rapidamente, è partita la campagna pubblicitaria. Anzi, le campagne: dal momento che ogni arma, ovviamente, ha affrontato il problema a proprio modo. Prima un po' a rilente, poi con un fuoco di fila di immagini pubblicitarie, con una precisa strategia di guerra: «cerchiare il nemico. Qualche esempio? «Mare, cielo e terra: la Marina Militare



allarga i tuoi orizzonti e sotto una bella nave portaelicotteri. D'accordo, in *Top Gun* il trionfo dello spettacolo era offerto dalle portafortune fumose e rumorose, ma noi non abbiamo quel tipo di bestioni del mare, quindi bisogna accontentarsi. Oppure, spostare l'attenzione un po' più in là. Sempre la Marina, infatti, in un'altra pagina pubblicitaria, mostrava un suo bell'aspirante graduato in atteggiamento «affettuoso» con una signorina in rosso, di aspetto piacevole e ammiccante: venite in Marina e conquisterete anche le donne. Slogan ufficiale: «Marina Militare, una differenza tutta da vivere».

L'Esercito ha risposto con la serietà che lo ha sempre contraddistinto. La drammatica espressione di una donna sconvolta dal terremoto in Irpinia faceva da sfondo allo slogan: «Ma come questa volta sperava che arrivassero i nostri. I nostri, naturalmente, erano i soldati intervenuti in Campania subito dopo la terribile sciagura: prima il profilo di un elicottero buono in volo notturno, poi un «militare della Brigata Folgore in addestramento». Vieni nell'Esercito e salverai il mondo. Indubbiamente, lo slogan corrispondeva (e corrisponde) a verità, ma dare dell'Esercito l'immagine esclusiva di un

L'ADDESTRAMENTO DURA UNA VITA PER ESSERE PRONTI A SALVARE UNA VITA.



L'addestramento militare è un duro training che prepara gli uomini, legge la macchina e che non finisce mai. È un impegno continuo che fa diventare uomini capaci e precisi nelle condizioni di operare sempre in situazioni. Con l'esperienza e per lo spettacolo. Un mondo di cittadini e di specialisti che formano una grande forza comparsa della propria patria, che in ogni momento di guerra sono a loro in guerra.



Tre immagini delle nuove pubblicità dell'Aeronautica e dell'Esercito sui giornali

corpo di protezione civile non è bello. Così, almeno, hanno commentato i vertici Nato in Italia con sommosso strepito di protocolli: le forze armate italiane servono per fare la guerra. Magari una guerra di difesa, ma sempre guerra. Quindi, basta con queste illusioni su una grande armata di protettori del benessere civile.

Detto fatto, l'Esercito non si fa pregare e tira fuori la nuova pubblicità. Ci sono due immagini di guerra simulata, con cannoni, elicotteri prepotenti, mezzi cingolati e soldati armati fino ai denti. La didascalia dice: «Esercizio Nato Display Determination, settembre 1987». Lo slogan recita: «Ora sa che i gradi non sono stelle che brillano di luce propria».

«Vede fino a 400 chilometri di distanza, ma non è Superman» dice l'ultimo slogan, alludendo a un tecnico in divisa che controlla i segnali di un nuovo, potente radar. «Quando il traffico aereo aumenta, e il cielo sopra di noi diventa ogni giorno più simile a una caotica autostrada, la capacità di sorveglianza e controllo dei nostri spazi aerei deve sapersi mantenere all'altezza dei tempi. Occhio alla cronaca, dunque. Ma dalla parte sbagliata. La confusione del traffico aereo civile è sulla bocca di tutti, in questi tempi, ma molti hanno sottolineato che tra le cause di questa situazione c'è proprio lo strapotere delle piste aeree militari nei confronti di quelle civili. Conclusione: come al solito, questo giovanotto volenteroso che punta gli occhi sul suo radar scruta il cielo in cerca dei soliti cattivi.

«Passi pesanti, con i loro celebri scarponi rinforzati, i militari non si muovono bene in mezzo agli spot: non è solo un problema di interessi incrociati. Militari si nasce, con o senza pubblicità. E gli altri si arrangiano. Così, almeno, si evitano le brutte figure e le battute pesanti su quei soldati belli, eleganti e senza difetti sulla carta patinata che poi scoprono la caserma e preferiscono il suicidio.

LA DIFESA DEL PAESE MIGLIORA INSIEME AL PAESE.

Silvana Mangano chiede il divorzio da De Laurentis

Silvana Mangano ha presentato un'istanza di divorzio dal marito, il produttore Dino De Laurentis. La domanda è stata presentata al tribunale di Los Angeles, essendo De Laurentis, dal 1986, cittadino americano. Il produttore (69 anni) e l'attrice (58) sono sposati dal 1949, l'anno in cui si conobbero sul set di *Riso amaro* di Giuseppe De Santis. E sono separati dal 1983. Silvana Mangano ha chiesto il divorzio per «irrimediabili divergenze» di carattere.

La figlia della Thatcher star della tv del mattino

Carol, la figlia del primo ministro Margaret Thatcher, sarà la nuova vedetta dell'unico programma della televisione del mattino che esista in Inghilterra. E sono subito corse voci maligne, naturalmente. La rete televisiva privata su cui Carol andrà in onda (si chiama «TV-am») è in cattive acque finanziarie e l'organismo governativo preposto al controllo della comunicazione televisiva in Gran Bretagna ha posto un ultimatum: o in 2 settimane la rete migliorerà i propri programmi, oppure dovrà chiudere. E la risposta data dalla rete privata, assumere la figlia della Thatcher per un programma del mattino, è parsa strettamente clientelare. Carol ha 35 anni, è giornalista dell'*Independent* e il suo compito in tv sarà di leggere e commentare i giornali del mattino. «No - ha detto il portavoce della rete tv - questa assunzione non c'entra con il fatto che Carol è figlia della Thatcher».

In Italia spesi 300 miliardi ogni anno in videocassette

Gli italiani spendono ogni anno 300 miliardi per acquistare o noleggiare videocassette e il 15 per cento delle famiglie nel nostro paese possiede un videoregistratore. Sono dati impressionanti, soprattutto se si confrontano con i 500 che ogni anno vengono spesi per andare al cinema. Una vera rivoluzione. Di questi temi si parlerà nel corso di un convegno organizzato dall'Anica a Venezia il 31 agosto nella sala Frau.

Restauro il San Gerolamo di Città della Pieve

Il restauro del «San Gerolamo in preghiera» di Città della Pieve è terminato. La tavola, di scuola senese dell'inizio del XV secolo, è stata restaurata a cura dell'amministrazione comunale e sotto la supervisione della Sovrintendenza ai Beni artistici dell'Umbria. Ora tornerà naturalmente dove si trovava prima dei lavori di ripulitura: cioè sull'altare maggiore della sagrestia della chiesa di S. Agostino.

La Baviera punisce duramente Rambo

Il ministro per gli affari sociali dello stato della Baviera ha chiesto che Rambo J sia vietato ai minori di 18 anni per le sue «tendenze a incrinare l'odio tra i popoli e per il genere umano». Se l'intervento del ministro verrà accolto dalla commissione regionale di censura, il film perderà i vantaggi fiscali che in Germania vengono attribuiti ai film considerati adatti ai minori di 16 anni.

Una scultura di Pomodoro per l'Edipo re a Siena

Arnaldo Pomodoro ha eseguito il grande portale che domina la scena dell'*Edipo re* di Igor Stravinskij che stasera inaugurerà la Settimana musicale senese organizzata dall'Accademia chigiana. La struttura è alta dieci metri e larga altrettanto e verrà collocata davanti alla facciata del Duomo. Pomodoro ha poi annunciato che durante lo spettacolo, al culmine, da dietro un portico comparirà un enorme occhio luminoso «che accecherà il pubblico con i suoi bagliori».

La Procura di Venezia forse investigherà sul «Cristo»

I giudici della Procura di Venezia, in seguito alla denuncia presentata da un avvocato di Milano contro *L'ultima tentazione di Cristo* hanno manifestato l'intenzione di visionare il film. Ma per ora non ci sarà nessun atto ufficiale. La pellicola è infatti ancora a Parigi, dove la stanno sottotitolando in italiano. L'arrivo è invece previsto a Venezia per il giorno precedente la proiezione alla Biennale.

GIORGIO FABRE

Cardona, il linguaggio possibile

La morte dell'antropologo che ha dedicato tutte le sue energie allo studio delle parole dell'uomo

MAURIZIO GNERRE

È scomparso a Roma nei giorni scorsi, a 45 anni, Raimondo Cardona. Al centro della sua costante ricerca intellettuale poneva lo studio del linguaggio in un più ampio contesto culturale. Il suo percorso intellettuale era iniziato poco più di vent'anni fa, con studi di carattere filologico-linguistico sulla lingua armena, estesi presto a tante lingue e tradizioni del Vicino Oriente. In quegli anni, un punto di riferimento intellettuale fu per lui un orientalista come Giorgio

Levi Della Vida e la sua consuetudine con Alessandro Bausani, altro orientista insignite, divenne per lui fondamentale per aprire una nuova ampiezza di prospettive, costruita sulla solidità delle conoscenze specifiche. Aveva, quindi, avviato la sua riflessione sul linguaggio leggendo codici medievali e decifrandone lettere e segni di altri tempi e altri luoghi, ma presto era giunto ad una problematica linguistica più generale. Era passato attraverso studi di italianistica, di cui

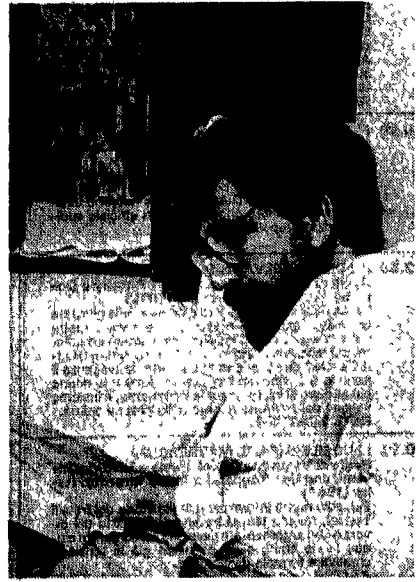
è testimonianza fondamentale la ricchissima messe di note all'edizione del *Millione* di Marco Polo (Adelphi 1975). Forse il suo primo contatto con voci, e non più lettere, di altri luoghi, ma non di altri tempi, lo ebbe quando Ettore Biocca, di ritorno dai suoi viaggi in Amazonia, gli chiese di trascrivere da alcuni nastri magnetici delle serie di parole delle lingue degli Yanomami, popolo amazonico allora fiorenti, oggi sull'orlo dell'estinzione. Si trovò così, molto giovane, ad affrontare il passaggio dalla lettera alla voce e quell'esperienza fu per lui l'inizio di una riflessione rinnovata. I contatti con etnologi ed antropologi come Vinigi L. Grottanelli, Antonino Colajanni ed Italo Signorini divennero una costante e contribuirono in modo decisivo a quella riflessione sul lin-

guaggio che nel contesto italiano, ma anche in quello internazionale, avrebbe rappresentato una voce originale. Partecipò così ad una lunga ricerca in Africa occidentale, fra gli Nzema, un popolo della costa del Ghana. In quegli anni entrò poi in contatto con alcune lingue e culture africane con forte influenza islamica. Questo contatto fu fondamentale nella sua riflessione sulla scrittura e le sue conseguenze sulle culture umane. Negli anni seguenti il suo orizzonte di ricerca si ampliò al Messico e partecipò ad una missione a lungo termine fra gli Huave, un popolo del Messico meridionale. Da questa esperienza sviluppò una riflessione, sulla categorizzazione del mondo naturale da parte delle popolazioni senza tradizione scritta, che divenne anch'essa fonamen-

te nei suoi ultimi anni. Fu da questo insieme vastissimo di conoscenze e riflessioni, che ruotavano tutte intorno al nucleo tematico del linguaggio nella cultura, che scaturirono i suoi libri più importanti. Il primo fra questi fu *Introduzione all'etnolinguistica* (Il Mulino, 1976), nel quale definiva il campo di ricerca suggerendo di fatto una visione del linguaggio come parte integrante ed inscindibile dai processi culturali, in un legame ideale con pensatori come B. Malinowski ed E. Sapir. Tutto ciò in implicita polemica con l'astrattezza di una certa sociolinguistica, nata dalla linguistica strutturale e dalla sociologia urbana americana. In due altri libri *Antropologia della scrittura* (Loescher 1981) e *Storia universale della scrittura* (Mondadori 1986) il primo con accento più problemati-

co ed il secondo con accento più espositivo, elaborò il tema della scrittura nelle culture umane, sviluppando con molti dettagli una tematica che negli stessi anni veniva proposta anche dall'antropologo inglese J. Goody. Gli argomenti della scrittura e del linguaggio nel contesto della cultura convergevano su altre tematiche, relative alle forme di pensiero e di categorizzazione, ma considerate in una prospettiva diversa da quella propria della tradizione filosofica. I due libri che risultarono da questa convergenza di riflessioni furono *La foresta di piume* (Laterza 1985) e *I sei lati del mondo* (Laterza 1985). Il primo è una introduzione alle forme di conoscenza scientifica del mondo naturale in società senza tradizione scritta. Il secondo è uno studio sulla categorizzazione dello spazio in relazione al riferimento centrale rappresentato dal corpo umano. In entrambi i libri il ruolo del linguaggio come spia o addirittura come determinante

delle forme di pensiero viene discusso, con riferimento alle ipotesi del relativismo linguistico, secondo cui sarebbe il linguaggio il prodotto storico che determina le forme del pensiero e le categorizzazioni. Cardona rifuggiva da affermazioni totalizzanti ed esclusive. La sua era una ricerca sempre interlocutoria ed aperta costantemente a nuove verifiche empiriche. Era una generosità intellettuale che evitava arroccamenti e ricercava sempre il dialogo e l'apertura. Per questo, Giorgio Cardona era conosciuto e stimato in ambienti fra di loro anche assai distanti, perché a tutti offriva e tutti voleva ascoltare, senza preclusioni. La sua capacità di coordinazione gli aveva permesso di formare, insieme a pochi altri, un dipartimento dell'Università di Roma «La Sapienza», nel quale linguisti ed antropologi, per la prima volta in Italia, avviavano una riflessione sul linguaggio nella cultura.



L'antropologo Giorgio Raimondo Cardona scomparso a 45 anni