PUBBLICITÀ

MARIA NOVELLA OPPO

Levi's originali

Peccato per i jeans

Sta per debuttare nelle sale cinematografiche di 111 città italiane la versione in 60 secondi dello spot Levi's girato tra i canyon della Sierra Nevada. Un severo bianco e nero mostra una famiglia di fine Ottocento raccolta per un pic-nic. Le due ragazze più giovani si allontanano e si dirigono verso un lago, non per vedere i monti sorgenti dalle acque, ma per spiare un bel giovanotto uscente dalle acque. Ma non è nudo, è vestito di jeans originali (501 Shrink-to-Fit). I pantaloni abbandonati sulla riva appartengono invece a un vecchiaccio, davanti al quale le fanciulle fuggono inorridite. Malizia tutta contemporanea, che capovolge la situazione figurativa classica di Susanna al bagno. In tv lo spot (30'), di produzione USA (regia di Vaughan Arnell e Anthea Benton) ha già quasi fatto il suo tempo, continuando una serie di precedenti nudità virili, tutte però immaginifiche.

Anna

Marito ricco mi ci ficco

Grande abbondanza di pubblicità editoriale in tempi di giornali che cambiano, nascono o rinascono dalle proprie ceneri cartacee. E sono tutti soldi in più che vanno alla tv. Anche «Anna» ci riprova e con effetti positivi, se è vero che la campagna televisiva, che dura da tre settimane, ha prodotto 50.000 copie in più per il primo numero del giornale rinnovato, 70.000 per il secondo e...niente per il terzo, causa sciopero. Gli spot sono tre. Ma si ricorda soprattutto quello nel quale una bella lettrice sibila: se devi scegliere un giornale, fai come quando scegli un marito, prendi il più ricco. Produttore Fabrizio Capucci, regista Isabel Coixet, Agenzia BGS, Torino.

Nuovo Aperol

In bicicletta per l'aperitivo

Sembrerebbe il più duraturo degli spot quello che mostra una bellezza in bicicletta (e minigonna bianca) nell'atto di inforcare il sellino. E poi via, per le strade della città, fino a raggiungere un gruppo di amici per bere l'aperitivo. Lo slogan dice: «Non so voi, ma io bevo Aperol». Ma tutto il messaggio sta in quell'atto iniziale, la gamba che si solleva e il sedere bianco che fila nel traffico metropolitano. Il debutto risale addirittura alla stagione 88-89. Ma il film ha conosciuto parecchie riedizioni. Anzitutto è cambiata la musica e poi lo sfondo: non è più Miami, ma San Francisco con le sue discese ardite (e risalite). L'agenzia Alberto Cremona tiene duro, continuando a puntare sull'idea originaria di quelle belle natiche anche nel velocissimo spot (15 secondi soltanto) che sta andando in onda attualmente. Produzione BRW, regia Jaime de La Pena.

Dreher

Con 24.000 lattine

Ha debuttato mercoledì, nell'intervallo della partita Germania-Italia, lo spot tutto nuovo della Dreher che ha scelto una linea italianissima per proporsi come birra famigliare da pasto. Fa tutto la musica, che è una riedizione con testo aggiornato di 24.000 baci. Agenzia Ata Tonic, casa di produzione Filmaster, regia di Ambrogio Logiudice, che ha messo a frutto la sua lunga esperienza di videoclip per colpirci non gli effetti speciali, ma con questo gruppo di famiglia in interno rock, con lattina protagonista.

Premio per Sip

Il telefono allunga la carriera

Premio più che giusto alla campagna Sip, nella quale il condannato a morte Massimo Lopez ha la vita appesa a un filo del telefono. Ma non è stato lui a ricevere l'Agorà d'oro di Bari, bensì la responsabile della pubblicità Sip, Clara Giacobelli. Al cui merito vanno associati l'agenzia Armando Testa di Roma, la casa di produzione Filmaster e il regista Alessandro D'Alatri. Lo spot, in diversi formati, sposa un humour nero quasi britannico a un argomentare tipicamente italiano (la mamma, le feste a casa, l'aglio, il sole...).

RESTAURI. Bellosi, storico dell'arte, parla della recuperata «Maestà» di Simone Martini

Un particolare della «Maestà» di Simone Martini

La Vergine profana

L'otto Aprile la «Madonna con bambino» di Simone Martini, nel Palazzo pubblico di Siena, verrà liberata dai ponteggi e presentata al pubblico. Nell'occasione verranno letti brani d'un nuovo poema di Mario Luzi dedicato al pittore. Seguirà l'indomani una giornata di Studi sull'artista presieduta da Luciano Bellosi. Una «Maestà» preziosissima, intrisa di allusioni simboliche al buon governo.

DAL NOSTRO INVIATO
STEFANO MILIANI

■ SIENA. Il Petrarca aveva amici di talento. Ebbe, tra questi, Simone Martini, pittore senese che, stando al Vasari, morì nel 1344 a 60 anni. Di lui non conserviamo prove giovanili, tavole minori, ma un debutto sfolgorante: la *Maestà* nel Palazzo pubblico di Siena, un affresco di 110 metri quadri in cui la Madonna siede sul trono sotto un baldacchino, attorniata da angeli e santi, mentre dietro la corte dei personaggi si stende un inedito azzurro, intenso, verrebbe da dire infinito. È un colore che ha restituito il restauro pittorico eseguito da Giovanni Cabras, Giuseppe Gavazzi, Amedeo Lepri, Angiolo Lombardini, sotto la direzione di Alessandro Bagnoli della soprintendenza ai beni artistici senese. L'intervento, preceduto da lunghe analisi e finanziato dal ministero per i beni culturali, dal Comune e dal Monte dei Paschi di Siena, è l'ultima operazione compiuta sull'affresco che già nel Quattrocento soffriva a causa di gravi infiltrazioni d'acqua nel muro. Ingabbiata dai ponteggi da qualche anno, la visione della Madonna con il bambino verrà inaugurata l'8 aprile, quando l'attore dei Magazzini Sandro Lombardi leggerà brani dal nuovo poema di Mario Luzi, *Viaggio terrestre e celeste di Simone Martini*, appena edito da Garzanti. Seguirà, il 9 aprile, una giornata di studi presieduta da Luciano Bellosi, docente di storia dell'arte a Siena. Ed è lo studioso, autore di numerosi saggi sul Trecento e Quattrocento e curatore di mostre, a guidare questa visita al cospetto della *Maestà*, un capolavoro che era divenuto illeggibile, deturpato da efflorescenze saline come se fosse appestato.

Cosa rivela,il dipinto, a restauro ultimato?

Oggi ci rendiamo conto molto meglio della ricchezza dell'affresco di quando uscì dalle mani del pittore. Che si è rovinato anche perché Simone usò materiali molto sofisticati, ad esempio le lacche, stese a secco. La preziosità della superficie aveva un'importanza straordinaria nella «Maestà», era il dipinto principale del Palazzo pubblico, tanto che i castelli di Guidoriccio da Fogliano nella parete opposta ne sono i parenti poveri, tecnicamente.

La «Maestà», datata 1315, è la prima opera di cui si ha notizia di Simone Martini. Eppure non avrà esordito con un capolavoro simile...

No, doveva aver già dato delle opere che lo avevano fatto notare. Soprattutto se si pensa che Duccio di Buoninsegna era ancora vivo, che nel 1311 o forse dopo aveva eseguito la grande «Maestà» per il Duomo di Siena.

Eseguire l'affresco nella sala dove si riuniva il Maggior consiglio nel Palazzo pubblico conferiva allusioni di carattere più politico che religioso alla scena sacra?

Non proprio. Allora non si distingueva tra i due aspetti. Questa era una riedizione della «Maestà» dipinta da Duccio per il Duomo di Pisa, ma più moderna. E più profana: lo stesso baldacchino di stoffa sulla Madonna dà l'impressione di una corte celeste attorno a una donna-regina. La dimensione profana è accentuata dalle scritte nei cartigli, con dialoghi tra Maria e i santi che insistono sulla giustizia, intesa soprattutto come correttezza nel governare, nell'amministrare la repubblica senese.

Quali sono le innovazioni stilistiche della «Maestà» di Simone?

Innanzi tutto la figurazione consimile di Duccio era ancora tardoduecentesca e tardo-bizantina, qui invece abbiamo una delle prime manifestazioni del gotico. Lo si legge nella sua straordinaria preziosità. Ma anche nel gioco di calligrafie, di contorni ondulati, di panneggi oscillanti. Alcuni particolari sono bellissimi, come i riccioli dei capelli.

Guardando l'affresco a distanza ravvicinata colpisce l'incarnato nei volti.

Va ricordato che Simone Martini rimise le mani sul dipinto nel 1321, soprattutto nelle teste della Madonna, del bambino, delle due sante immediatamente ai lati del trono e di alcune figure in basso, creando un effetto come di matassa vibrante e mobile. Un effetto che rivela una mano molto esperta e un modo di trattare l'affresco che forse era il più libero di tutto il Trecento italiano. Lo si vede, da vicino, nelle teste che sono più rosate, hanno un colore più caldo, mentre le altre, dalla pelle più olivastra, più grosse, sono costruite in un modo che era quello di Giotto e che sarà caratteristico della pittura del Trecento, ma che Simone Martini in seguito superò.

Ci sono anche le dorature: parzialmente il trono, le aureole, rifulgono.

Un aspetto fondamentale e che probabilmente fece da tramite per il linguaggio gotico per Simone e per la pittura senese del Trecento fu il rapporto con gli orafi, di livello europeo. C'era questo Guccio di Mannaia, un orafo grandissimo, smaltista, probabilmente molto famoso ai suoi tempi, ed è stato lui a fare la differenza tra la generazione di Duccio e il goticismo di Simone Martini.

Andiamo al restauro: la «Maestà» ha subito le pene dell'inferno ed era diventata illeggibile soprattutto a causa delle infiltrazioni d'acqua nella parete provocate dall'inclinazione del terrazzo sopra. Come si è provveduto a riparare i guasti strutturali dell'edificio.

Prima ancora del restauro pittorico è stato fatto molto per risanare la parete dove correva perfino una canna fumaria e, dalle docce, scendeva l'acqua piovana che penetrava nel muro. Adesso speriamo che i problemi strutturali siano risolti. Quanto all'intervento sulla superficie pittorica, è stato condotto usando l'ossido di bario, sperimentato da tempo, che ha dato risultati positivi e impedisce la nuova formazione di sali. Negli affreschi di solito il pericolo è questo. Certo che se Simone Martini vedesse adesso la sua «Maestà», probabilmente non gli sembrerebbe presentabile.

L'azzurro dietro la corte di angeli e santi appare ora per la prima volta. Che significato aveva questo sfondo?

Alludeva al Paradiso, non al blu del cielo, né qui né altrove, infatti non compaiono mai nuvole, l'azzurro non sfuma mai all'orizzonte, resta sempre compatto, uniforme. Tutto ciò lo si comprende bene osservando gli affreschi in parte della bottega di Giotto e in parte di Ambrogio Lorenzetti nel transetto della basilica inferiore di Assisi. Lo sfondo blu negli affreschi aveva infatti lo stesso significato dei fondi oro nei dipinti su tavola, che alludevano al fulgore del Paradiso e venivano eseguiti con il materiale più costoso, la foglia d'oro. Ma era impensabile impiegarla in un affresco di simili dimensioni, perciò si ripiegava su un surrogato comunque pregiato, e il blu era il colore più costoso dopo le foglie d'oro. In teoria i pittori potevano impiegare il lapislazzulo, la pietra dura, ma anch'essa risultava troppo cara, allora si ricorreva all'azzurrite, un materiale pur sempre prezioso, comunque degno di quella magnificenza della «Maestà» di cui si diceva prima.

Vita di un artista amico di Petrarca

Simone Martini nacque a Siena, probabilmente nel 1284 e morì ad Avignone, nel 1344. Alla corte papale in Francia conobbe il Petrarca, per il quale miniò un manoscritto, come scrisse il poeta stesso in un sonetto: Simone ritrasse Laura «in carte». Ovvero ne fece un ritratto miniato, purtroppo andato perduto. Simone Martini lavorò per gli Angioini a Napoli, a Pisa, a Orvieto. Tra le opere rimaste del pittore si annovera l'affresco di Guidoriccio da Fogliano a cavallo, sulla parete opposta alla «Maestà» nel Palazzo comunale, un'opera riferita ad avvenimenti del 1328 ma pagata nel 1330 (uno studioso americano ne ha messo in discussione la paternità); e l'«Annunciazione», ora agli Uffizi.

La storia del «Palazzo»

L'edificazione del Palazzo pubblico di Siena, sovrastato dalla Torre del Mangia di Giovanni Ducci detto il Mangiaguadagni, fu avviata nel 1288 ma terminò in epoca barocca. Coronato da una merlatura guelfa, nelle sale ospita il museo comunale di Siena, sempre affollato dai visitatori e ricco di dipinti e affreschi di epoche quanto mai lontane. Tra le opere principali vale la pena di ricordare il ciclo affrescato sugli «Effetti del buono e del cattivo governo in città e in campagna» di Ambrogio Lorenzetti (1337-39), restaurati pochi anni fa. Di epoca cinquecentesca sono due figure del Sodoma (sempre nella Sala delle balestre, quella della «Maestà») e una serie di lunette di ispirazione classica di Domenico Beccafumi.

Milano, la tecnologia protagonista al primo Salone dell'editoria religiosa

Il Vangelo imparalo al computer

ANTONELLA FIORI

■ MILANO. Un uomo sulla croce appare sullo schermo del computer. A fianco la scritta: *fasi del soffocamento*. «Per chi non lo avesse capito leggendo il Vangelo, non sono stati i chiodi a causare la morte di Gesù: nella crocifissione si muore *soffocati, non dissanguati*» spiega pedantemente un tecnico. Col mouse scorre veloce, prima sulla corona di spine, poi torna indietro e arriviamo alla fustigazione, ripercorriamo a ritroso tutte le varie fasi della passione di Cristo. Questo, signori, è il *Vangelo vivo*, l'ultima «diavoleria» in fatto di ipertesti, nato dalla collaborazione dello staff di religiosi delle Edizioni Paoline e i tecnici Ibm. Presentato allo stand delle EP in occasione del primo Salone italiano del libro e della comunicazione religiosa (che si è svolto alla Fiera di Milano da giovedì a domenica) il prodigio ha stupito più i visitatori che gli ecclesiastici in rigoroso abito talare. Diviso in quattro floppy disc, come in tutti gli ipertesti ci si potrà navigare: conversione, perdono, tentazioni, beatitudini. E poi fare il paragone tra i vari passi, seguire gli spostamenti di Gesù sulla cartina della Galilea, scoprire dove è avvenuta l'ultima cena, confrontare le mappe, girare per i mosaici del tempio di Gerusalemme. «Nelle case degli italiani ci sono 800.000 personal. Perchè non raggiungerli?. E poi - spiega trionfante un sacerdote -anche l'insegnante di religione avrà finalmente accesso, a scuola, alla sala del computer». Parole sante.

Intanto, qualche metro più in là, si maligna. «Lo spacciano per il Vangelo interattivo, ma la vera interattività la facciamo noi» spiega poco caritatevolmente un tecnico delle edizioni dehoniane che sta facendo una dimostrazione di un «Software didattico per l'insegnamento della religione nella scuola media superiore» con il quale il ragazzo lavora su un dischetto aggiungendo sue idee, creando un suo testo. Insomma, se non l'avete ancora capito, a questo primo Salone del libro e della comunicazione religiosa, ci sono sì anche le videocassette missionarie, i cd dei focolarini del Gen Rosso e Verde, i librini con le barzellette religiose di suor Maria Rosa Guerrini, ma, per il resto non tira aria da santino e non si sente puzza di sacrestia. Semmai conta battere la concorrenza.

223 case editrici, che nel '93 hanno ottenuto fatturato 310 miliardi, pochi sanno forse che in Italia l'editoria religiosa è davvero fortissima: a cominciare dalle librerie delle edizioni Paoline, 82, praticamente una per provincia, che battono tutte le altre catene, compresa la Feltrinelli (in tutto, quelle religiose sono 436, di cui 200 a livello di una libreria media). I titoli disponibili sono 25.685, di cui circa 3000 novità all'anno. Le riviste, invece, anche se non tutte vendono come Famiglia Cristiana sono 2977, 490 le emittenti radio e tv. In questa editoria, che non viene censita per le rilevazioni delle classifiche, esistono poi veri e propri super best seller. *Preghiere* della Elle Di Ci ha venduto a tutto il 1992 duemilioni e ottocentomila copie, *Quando cucinano gli angeli* di Suor Germana (Piemme) un milione e duecentomila, *Ipotesi su Gesù* di Vittorio Messori (SEI), un milione. Messori che con il suo nuovo *Opus Dei. Un'indagine* edito da Mondadori è una delle novità presentate al Salone.

E poi c'è «lui», l'autore per eccellenza, che in quanto a vendite complessive, è superato solo dalle *Formiche* di Gino & Michele e dal maestro D'Orta: il Cardinale Martini, vincitore, quest'anno, per il complesso della sua produzione religiosa, della Targa D'Oro 1994 messa in palio dal premio letterario Uelci. L'Arcivescovo di Milano, solo con *Preghiere brevi per la cena, Il futuro dei nostri figli* e *Parliamo di televisione in famiglia* (editi dal Centro Ambrosiano) ha superato i tre milioni di copie vendute. «Il Cardinale Martini ha capito che la comunicazione è importantissima» spiega Don Antonio Tarzia vulcanico direttore editoriale delle Edizioni Paoline che appena saputo che sta parlando con *L'Unità* ricorda di aver pubblicato un'intervista a Natta e una a Fidel Castro che diceva come *non sempre la religione sia un oppio dei popoli, perchè ai popoli poveri se gli si leva anche quella non resta niente*. «Tornando ai mezzi di comunicazione - continua - Il televisore è importantissimo per la crescita dell'uomo. Ma va colonizzato. Con il televisore, così come con il computer bisogna dialogarci. La tv è contro l'uomo, sennò. Rende passivi. Per questo noi siamo per il computer e la tv interattiva. Altro discorso quello del *Vangelo vivo*. La nostra missione è quella di diffondere la parola di Cristo con mezzi sempre più efficaci e veloci. Si va verso il Duemila». Don Tarzia, è convintissimo che questa manifestazione si aprirà dal prossimo anno anche agli editori internazionali per diventare un punto di riferimento come era il Salone del libro del Belgio. «Lo spazio mi sembra adattissimo» dice e in effetti in Fiera tutto (anche gli incontri, rimandati, in diretta o in differita da Novaradio) è andato molto bene. «Quello che vorremmo è che diventasse punto di riferimento per tutte le religioni storiche, dall'islamismo, all'induismo, all'ebraismo». Salutando, non ce la fa a non confessare un progetto segreto: una *Bibbia viva* su cui stanno lavorando esegeti e tecnici e che tra qualche anno dovrebbe uscire addirittura su cd-rom. «Giusto quando si saranno diffusi come i videoregistratori». Intanto, il padre ci perdonerà, l'occhio resta incantato sulla Bibbia in marocchino rosso e illustrata da Dorè, traduzione dalla vulgata e riprodotta in copia anastatica dei Fratelli Treves, ben visibile allo stand Garzanti. Tiratura mille copie, costo un milione e trecentomila lire. Solo per i cardinali.