

PUBBLICITÀ
MARIA NOVELLA OPPO

Replay

Dove volano gli angeli

Finalmente uno spot degno di entrare nella nostra top ten rimasta bloccata per qualche settimana. Trattasi di puro cinema che gioca col cinema, senza nemmeno avere l'intralcio dell'agenzia pubblicitaria. Produzione BBC e Politecne, per la regia di Michael Haussmann e la fotografia di Marco Mazzei. Titolo: Ho salvato un angelo. A salvarlo è stato un bellissimo giovane forzato (né attore, né modello) che racconta in inglese (con le didascalie in italiano) perché è stato condannato. Le immagini ci mostrano una trapezista vestita di bianco, più che un angelo sembra una colomba. E poi una specie di orrendo Zampànò che la brutalizza. Tra i due giovani solo uno sguardo. E poi il gesto omicida che si intuisce, ma non viene mostrato. La domanda finale è: lo rifaresti? La risposta viene solo dalla marca: Replay. Nella storia si mischiano riferimenti cinematografici dichiarati: da Nick Manofredda a Fellini e altri. Il regista Haussmann non è certo nuovo a questo gioco: in bianco e nero aveva già lavorato a uno spot Replay che si misurava con il clima e le scene di *Alice nelle città*. Bravissimo, raffinato ma non decadente.

Testimonial/1

Valeria petrolifera

Omai lo sapete: Valeria Marini è la testimonial della nuova campagna IP (Italiana Petroli) che costa 10 miliardi. Ma non chiedete quanti ne andranno nelle tasche della prosperosa soubrette. Ha dichiarato che non lo sa perché a lei i soldi non interessano. Così sicure per tutti, belli e brutti. Invece sicuramente i soldi interessano alla società del gruppo Eni che ha fatto questo copioso investimento sperando che il gioco valga la candela. Quattro per ora gli spot. Valeria vi figura come «nata ieri» candidamente scandalosa. A contatto con un ragazzo in moto che le cade ai piedi, con camerieri che la spiano, compagni di viaggio inebriati nello spazio asfittico dell'ascensore e perfino bambini che cascano sul suo letto. E alla fine lei sacrifica e provocatoria pronuncia lo slogan: «Vieni a prendermi alla IP». Tra i premi che verranno distribuiti ai clienti fissi c'è anche un calendario con 12 pose della star. La campagna è affidata alla Promarco. Gli spot, diretti da Dario Piana, sono molto meno spiritosi dei precedenti che vedevano come testimonial una Delfera da cartone animato e una Parietti anticonformista che scappava con il benzinaio.

Testimonial/2

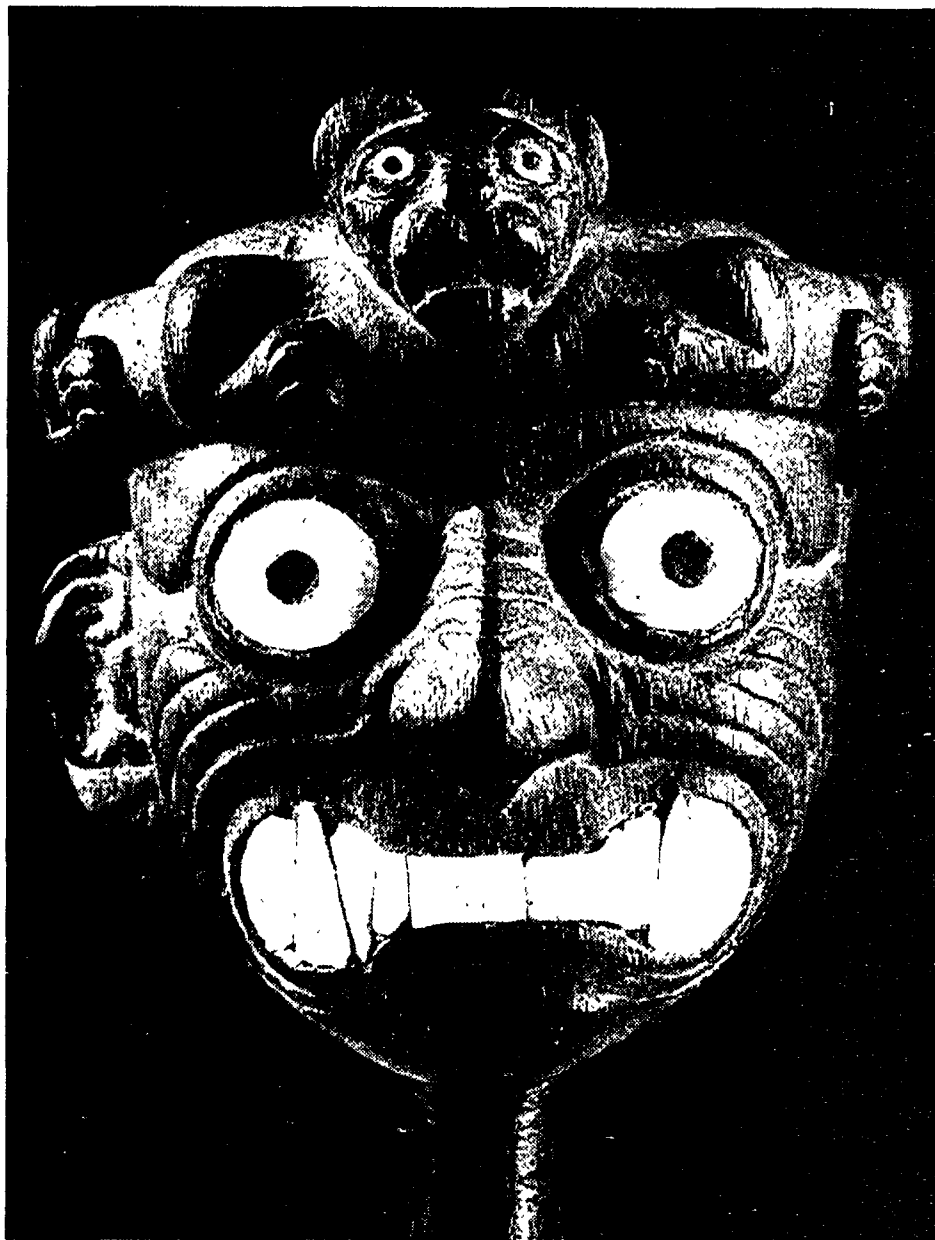
Celentano giù dal treno

La notizia non è più nuova, ma merita di essere commentata alla luce della conclusione della tournée di Adriano Celentano, che ha segnato un trionfale fiasco economico (tra i 2 e i 3 miliardi di buco per l'imprenditore Rovelli). Per il nostro grandissimo Molleggiato sarebbe sicuramente stato meglio rientrare di qualche miliardo. Ecco perché aveva accettato di fare da testimonial alle Ferrovie dello Stato, per la prima volta facendo tacere i suoi noti dubbi teorici sulla pubblicità. Invece quell'antipatico (a dir poco) del ministro Publio Fiori ha bloccato tutto. Dice che ci vuole vedere chiaro e ha istituito una commissione di vigilanza sulle FS. Intanto qualche pubblicitario aveva sollevato dubbi sul fatto che Celentano sarebbe stato un testimonial troppo vecchio. E questa veramente è una stupida bassezza. Leggete infatti qui sotto.

Testimonial/3

Arrivano i vecchi

Finalmente, si sente dire, il popolo degli spot somiglierà un po' di più a quello reale. Basta con le modelle di inarrivabile bellezza. Basta con tutti quei giovanottoni muscolosi dalle ciglia folte. Arrivano i brutti. Arrivano i vecchi. Le «rivoluzioni» annunciate a mezzo stampa di solito non mantengono le loro promesse. Comunque presto vedremo una sessantenne «signora Maria» pubblicizzare la fusione tra due istituti di credito da cui è nata la Banca delle Marche. Agenzia Young e Rubicam.



Un'antica scultura peruviana in legno e pirite

Archivio Unità

Da Rabelais a Umberto Eco passando per Campanile
Un dizionario raccoglie lingue e geografie immaginarie

E l'inca disse «Pimà turfesìn»

CARMINE DE LUCA

Nel racconto «La scoperta dell'Europa» di Achille Campanile un giovane scienziato inca di nome Mir, il 15 ottobre 1490 (due anni prima della scoperta dell'America), si presenta all'imperatore e dice: «Lsdaigap, Pimà turfesìn tacaramellei» (cioè: «Sire, i miei calcoli mi fanno certo dell'esistenza di un continente sconosciuto, di là dall'Oceano»). L'imperatore lo prende per matto: «Fiaralòn maltezcon vaspatòni» (cioè: «Eh, via!»). Mir insiste: «Pimalzin bubà» (cioè: «Volevo assicurarsi e desidero imbarcarmi per andare a scoprirlo. La Maestà Vostra si degni di concedermi all'uopo il Suo sovrano consenso»). Come vada a finire la storia, cometezza vuole che non si riveli. Il curioso può leggerla tra le *Vite di uomini illustri*. A noi qui interessa la strana lingua usata dal giovane Mir, la lingua immaginaria che Campanile inventa.

La lingua immaginaria viene così definita in *Aga Magèra Difirra*. Dizionario delle lingue immaginarie di Paolo Albani e Berlinghiero Buonarroti (pp. 479, L. 48.000) appena pubblicato da Zanichelli. «Sistema di segni, spesso non codificati, appartenente ad una comunità o popolo inesistenti, elaborato per fini non pratici, ma puramente ludico-espressivi». Una definizione che consente a chiunque di sentirsi autorizzato all'invenzione di una o più lingue tutte per sé (meglio coinvolgere amici e parenti, se non si vuole rischiare la paranoia!).

Quali siano i confini ultimi del terreno di coltura delle lingue immaginarie non è possibile stabilire con certezza. Gli autori del dizionario non pongono limiti. Registrano di tutto, dai casi più elaborati di linguaggi inventati (mettiamo, l'esperanto) ai dettagli più episodici (che so, che Arbasino nel roman-

zo Eliogabalo accenna ad un precettore di lingua che lancia per strada «vocaboli folli, delle aggrogligate catene di suoni in lingue insensate, incomprensibili»).

Albani e Buonarroti hanno lavorato alla raccolta dei dati per diversi anni. Ne è scaturito un seducente labirinto di rimandi da una voce all'altra del dizionario: prendi il via, poniamo, da «palindromo e attraverso Dossena, ldlabirag, Restif de la Bretonne, Megapatagonese, Balabalan, Markuska, Arepocunmakke, Back Slang, Battiato, Oulipo, Renova, Solrésol, Zorlingua, eccetera. Incontrerai le lingue più stravaganti: Uxal, Utopiana, Sotterranea, Bokononiana, Cosmica, quella di Saragalla e quella Crapulos. E finanche incappi nelle parole *hip-pocampèléphantocamélos* pensate da Rabelais. Non può ovviamente mancare la storia delle lingue immaginarie. Un prospetto cronologico chiarisce che se ne sono inventate sempre, a partire da Aristofane, Iambulus, Galeno via via fino a Joan Dubuffet, Ursula K. Le Guin, Guido Crepax (la lingua dei sotterranei), Dario Fo (il grammelot), Hugo Pratt (certe lingue di indigeni).

Vai di pagina in pagina e ti trovi a pensare: se esistono le lingue immaginarie, esisteranno anche le biografie immaginarie. Giusto. Celebre quella di Rabelais nel *Gargantua e Pantagruel* che elenca il catalogo dei libri della Biblioteca dell'abbazia di San Vittore. Altre sono uscite dalle penne di John Donne, Thomas Browne, J. L. Borges, Rodolfo Wilcock, Arbasino, Eco, Perec, Nabokov, Cavazzoni. E saranno sparse per il mondo, ovviamente, anche biblioteche immaginarie? Non può essere diversamente. A partire da quella ideata da Umberto Eco nell'abbazia del

Norne della rosa, nei cui scaffali ha dimorato l'immaginata ultima copia del secondo libro della *Poetica* di Aristotele.

Percorre il dedalo delle circa cinquecento pagine del dizionario e il lettore, preso nel gioco dell'invenzione, immagina luoghi in cui istituzionalmente si costruiscono parole e lingue immaginarie, un po' alla maniera dell'Accademia di Lagado, scaturita dalla fantasia di Jonathan Swift. Qui una macchina (una sorta di telaio glottologico) contiene l'intero vocabolario e consente di scrivere testi di matematica, filosofia, politica. Nel laboratorio delle lingue immaginarie le parole possono essere sottoposte a qualsiasi manipolazione, la loro identità subisce le trasformazioni più sorprendenti. Chiunque può prendere da una parte il significato, dall'altra il significato a fame quello che vuole. Ne nasceranno idiomi più o meno mostruosi e divertenti. Le lingue immaginarie, appunto. Ma sanno scur che le parole si sottoporrono pazientemente a qualsiasi alterazione? Può darsi che a un certo punto si vorranno vendicare, scopereranno, si ribelleranno. Tommaso Landolfi, che ha avuto molto a che fare con le lingue immaginarie (il titolo del dizionario, *Aga Magèra Difirra* è il primo verso di una sua composizione) l'ha previsto nel racconto «Parole in agitazione». Ha concepito la ribellione delle parole. Capofila la parola Locupletale che accusa lo scrittore di essere «un di quelli che ci tratta e bistratta» e vorrebbe significare Attinente a ruscello in genere acqua che scorre. Poi seguono Massiccotto, Magiostra, Erano, Martello... Ciascuna con la propria anarchica voglia di cambiare significato e di scegliersene uno più gradito. Puoi dargli torto?

Reset rilancia la provocazione sulla stampa nazionale «Niente fatti solo storie nostra melassa quotidiana»

ALBERTO LEISS

Il primo numero dell'«Indipendente». Quello diretto da Riccardo Franco Levi. Fu un certo effetto andare a rileggerlo. Era un giovedì di novembre del 1991. Il Muro era già caduto, ma la «Rivoluzione italiana» non era ancora esplosa in tutta la sua dirompenza politica e giudiziaria, anche se Cossiga impazziva con le sue «picconate». Un gruppo di imprenditori e giornalisti, un po' liberali e un po' di sinistra, pensavano che potesse avere spazio un giornale che si rivolgesse «ai propri lettori in modo pacato, facendo prevalere i toni della ragione su quelli della retorica». Così dichiarava l'editore non firmato in seconda pagina. Di più: l'ambizione era quella di con-

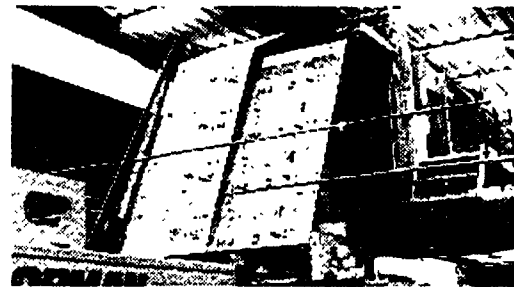
tezionare un prodotto «espressamente indirizzato a coloro che per professione, responsabilità, cultura, abitudini di lettura e passione civile costituiscono la fascia più alta del pubblico dei lettori». Un giornale programmaticamente «di élite», dunque, tutto il contrario dei quotidiani-melassa contro cui ha puntato l'indice, recentemente, la rivista «Reset». Gli altri

commenti di quel primo numero erano affidati a Demetrio Volcic - poi emblematica e meteorica presenza al Tg1 dei «professori» Gianfranco Miglio, Andrea Barbato, il generale Luigi Caligaris. Un piccolo promemoria dell'Italia che verrà. E che smentirà così clamorosamente non solo le illusioni dei fondatori dell'«Indipendente», con quel primo tentativo di struttura programmatica «diffusa». Ma anche altre illusioni politiche e culturali circa il fatto che il nostro paese fosse già bello e pronto per modelli di importazione anglosassone. Giornalisti e non, Feltri, Bianco e Funari stanno a Levi, come Berlusconi e Fini stanno a Segni, Adornato. In effetti la vicenda del quotidiano milanese ora traumaticamente chiuso, mentirebbe una analisi specifica, perché assai significativa, nelle specifiche dimensioni, di molti equivoci nazionali. Da certi scivolamenti trasformistici «sinistra-destra, e viceversa; al rapporto di sudditanza dell'informazione alla tendenza politica prevalente di turno, alle contraddizioni insolubili che una certa cultura populista ha creato perfino a se stessa (chi scegliere tra l'astro Berlusconi e l'astro Di Pietro?). E come giudicare l'ultima «campagna» contro il telepredicatore Sgarbi? Infine, l'attrazione fatale e perversa tra stampa e tv: ma nemmeno la ricetta di uno dei più abili conduttori politici televisivi, Funari, ha potuto salvare le pagine scritte, per quanto urlate, dell'«Indipendente». Forse l'ultima «lezione» è proprio questa. E qui torniamo alla stampa-melassa. «Reset» continua anche nel prossimo numero la sua provocazione. E promette un ulteriore seguito, col già annunciato forum tra i principali direttori italiani. Intanto Paolo Murialdi formula proprio all'indirizzo di questi ultimi alcune domande, e una si riferisce appunto alla «teledipendenza», cresciuta in modo abnorme da due anni a que-

sta parte. Gli altri punti sollevati riguardano: 1) Lo «saturamento della funzione informativa e esplicativa». Cioè confusione e approssimazione nel miscuglio di commento e notizia, con un «abuso nella raccolta delle chiacchiere». 2) L'ambigua politicizzazione dei giornalisti italiani. 3) L'opacità delle fonti, pubbliche e private. Vedremo come risponderanno i direttori. Intanto la rivista diretta da Giancarlo Bosetti sembra voler perseverare nella tesi - già criticata su questo giornale da Rodolfo Brancoli - che una possibile soluzione delle anomalie negative della stampa italiana risieda nella rottura del «modello unico» dei quotidiani nostrani, insieme «colta» e «popo-

lari». E la ricerca di modelli più simili a quelli dominanti negli altri paesi occidentali: giornali «popolari», e giornali di «élite». La descrizione di alcuni di questi modelli che si trova nella rivista, non placa, mi sembra, interrogativi e obiezioni. In Gran Bretagna l'autorevole e compassato «The Times» vende quasi 400 mila copie. Il gradatissimo «The Sun», quasi 4 mi-

lioni. Il «Sun» si è distinto recentemente nella campagna scandalistica sulle disavventure sessuali della casa reale inglese. Il suo motto - scrive Luca Romano - è più o meno questo: «Non lasciarti intralciare dai fatti quando hai una buona storia». E le «storie» vengono spesso comprate a peso d'oro. Una volta, negli anni '60, era un giornale combattivo di sinistra, legato al Labour. Poi c'è stata la svolta populista. E il «Sun» è diventato duramente nazionalista e xenofobo. Insomma, una specie di «Indipendente» seconda maniera, ma di enorme successo, perché redatto con professionalità scientificamente mirata. Più consolante l'analisi di Anna Di Lello sugli Usa, dove «Usa Today» - che nell'82 ha introdotto il colore e un modo di raccontare le notizie assai più popolare rispetto al «New York Times» - ha anche mantenuto una «qualità accettabile», diventando oggi, con circa due milioni di copie, il primo quotidiano degli «States». Tutto il mondo, però, è paese. Anche quello dell'informazione. Questa almeno è la sensazione che si prova a leggere la lunga relazione che Marion Gratin Donhoff ha tenuto alla conferenza viennese dell'Internazionale Presse Institut, un organismo che si occupa in tutto il mondo della deontologia e della libertà dell'informazione. Molti dei diletti rimproverati alla stampa italiana, tornano nella sua analisi di matrice tedesca. Compresa la concentrazione e la subaltermità alla politica. A Bonn non c'è un Berlusconi, ma Kohl è buon amico di Leo Kirch, che con Springer domina il panorama informativo in Germania. La popolare emittente Sat, per esempio, trasmette un «Veniamo al punto, Cancelliere», che assomiglia molto al «Caminetto-radiofonico (ora abolito?) tenuto dal nostro Cavaliere. Ma che cosa si può fare? Le conclusioni della Donhoff sono sconsolate: nulla.



Enrica Scalfari/Agf

COMUNE DI FERRARA

FERRARA MUSICA

Teatro Comunale di Ferrara

Orchestra Giovanile Italiana

direttore Giuseppe Sinopoli

Franz Liszt
Orpheus
Faust - Symphonie

Teatro Comunale di Ferrara
venerdì 25 novembre, ore 20.30

Biglietteria: da venerdì 18 novembre, tutti i giorni, fino ad esaurimento della disponibilità.
Orario: 10,30/12,30 - 17,20. Tel. 0532/202675.
Boxoffice Italia/Prenoticket: vendita biglietti in tutti i punti vendita Boxoffice Italia.
Attraverso il servizio «Prenoticket» è inoltre possibile acquistare telefonicamente i biglietti con pagamento tramite carta di credito o via telegrafico.
Boxoffice Italia e Prenoticket: tel. 02/29010335.