

ELEZIONI. Raimondo Astarita, esperto di comunicazione di massa, fa l'esame alla campagna elettorale

Voto all'immagine Pochi promossi tra i candidati

Facce sorridenti o serie su fondali celestini. Ma i poster elettorali affissi nelle bacheche romane sembrano smigliarsi un po' tutti. «È una campagna elettorale priva di idee, con slogan fatti in casa "pasticciati", dice Raimondo Astarita, esperto di immagine e guida di una panoramica sui volti e i messaggi dei candidati. E avverte: «Gli elettori si sono stufo dei nomi e delle foto patinate vogliono solidità e contenuti chiari»

RACHELE GONNELLI

■ Eccoli lì fianco a fianco proprio in mezzo a piazza di Torre Argentina - Badaloni e Michelini - giacche molto simili entrambi senza neppure l'accento di un sorriso. Lo sguardo serio rivolto al passante distratto. La loro vicinanza bidimensionale durerà meno di un faccia a faccia televisivo secondo i dettami della par condicio. I visi formati poster dei due principali sfidanti del Lazio sono infatti destinati ad essere coperti nel giro di poche ore dagli attaccchini di qualche candidato. Leonora della Fiamma velocissima un pacco di manifesti in una mano il pennello nell'altra sono i più scatenati in questi primi giorni di campagna elettorale. «Facce e nomi cambiano ma non c'è molta varietà di stili. Pochi accompagnano la loro immagine con qualche parola per lo più assolutamente generica: cose del tipo «forza dell'esperienza» o «nuove idee uomini nuovi». Insomma non c'è che dire per essere colpiti dai messaggi elettorali quest'anno bisogna altro che scivolare sulla colla. «Si è una campagna timorosa e molto casereccia senza spunti inzzantanti fatta di idee già viste e pasticciate», dice Raimondo

Astarita, esperto di immagine. Trentasette anni giacca a quadri di cachemire e telefonino Astarita ha un'azienda di comunicazione di massa ma avendo deciso di rimanere fuori dall'agone di questa tornata elettorale non gli dispiace di fare da guida per un tour attorno ai cartelloni delle regionali. Una specie di passerella sulla stagione politica primaverile 1995.

Pochi slogan e fatti in casa

Uno che si sta sforzando molto di apparire sui muri è Panetta, candidato sponsorizzato dal re del mattone Mezzaroma, europarlamentare forzista e dal nipote di Andreotti Danese (che come anche lui per la Pisana ma nella lista bloccata per la quota maggioranza al riparo dalla concorrenza per le preferenze). «Questo è proprio un manifesto datato», dice Astarita - sembra di tornare indietro di vent'anni. Oltretutto è una faccia autonoma dietro un sorriso forzato non è certo rassicurante. Voto 4.

Piazza Mazzini pomeriggio. La piazza è costellata di gigantografie di un giovanotto sorridente che si chiama Azzarone. Si presenta per il Polo e la scenografia del manifesto

riprende quella famosa di Berlusconi alle ultime politiche con sfondo azzurro sfumato tipo cielo. Ma lo sguardo è più ironico e da entusiasta come se per lui si trattasse di un gioco o addirittura di uno scherzo. Voto di Astarita 6.

Giovane, carina, postfascista

Veniamo alle donne una vera rarità tra i candidati in pista quest'anno. Monica Ciccolini incalca il modello giovane carina tanto di destra. È una rossa tinta, si presenta per Buontempo. E la foto ammiccante un controluce recita la frase «Guardiamoci negli occhi basta con le parole». «Qui c'è la ricerca di uno slogan d'effetto - è il commento della nostra guida - ma gli occhi sono freddi i denti serrati anche in questo caso si tratta di una promozione fatta in casa puntata sul fatto che si sente bella e quindi sicura di comunicare. Invece la bellezza non basta meglio una persona più brutta ma con occhi vivi. Ricorda la proprietaria di un'agenzia immobiliare.

Senza idee, con ciucciottino

«Quest'anno le grandi agenzie di creativi non sono state contattate», dice Astarita - e ci sono poche idee poche novità. Si vive sull'onda dell'ultima campagna elettorale quella del 27 marzo. I partiti del resto puntano sui leaders e sul loro effetto di trascinamento. Ma allora Berlusconi che parlava alle mamme faceva colpo oggi se parla alle zie fa ridere perché è già visto. Quanto ai candidati locali hanno speso poco per farsi pubblicità cartacea pochi volantini poche lettere a casa molte iniziative porta-



Alcuni manifesti elettorali in vista delle elezioni regionali di domenica 23 aprile

Photopress Ivano Pais

porta - cene nei circoli sportivi e ricreative dagli amanti delle bocce ai cacciatori. E questo perché ci sono meno soldi e temendo un voto ravvicinato per le politiche i partiti hanno teso al risparmio. E poi se il 27 marzo il problema era quello di orientare l'elettore oggi bisogna anche convincerlo ad andarci a votare. Così si privilegia il rapporto diretto con il candidato. L'unica immagine che fa pensare ad un grosso studio pubblicitario alle spalle è quella in bianconero del bimbo con il ciucciottino e la scritta «il nuovo sta crescendo» firmato An. Quel manifesto che ha fatto dire a Francesco Rutelli «il bambino con il ciuccio fa tenerezza. Ma molti dei candidati lo conosco e come nuovo mi pare un po' cre-

sciutello»

Badaloni -sofferente-

E la sinistra? Intanto trovare un manifesto dell'ironia opposto è un'impresa. Gli attaccchini dei pedesini di An si fanno la guerra anche tra di loro figuriamoci se rispettano l'avversario. Tanto meno le regole nell'assegnazione degli spazi per le affissioni.

L'unico che resiste un po' di più è Badaloni. Stando celestino lascia senza slogan «per far lavorare i giovani facciamo lavorare i soldi della Regione». «La frase è troppo lunga e non avrei messo la parola soldi», suggerisce la nostra guida nel mondo della comunicazione promozionale. Inoltre è un ritratto sofferente evoca un'etica del sacrifi-

cio che non si accompagna molto con un messaggio rivolto ai giovani. Si poteva studiare meglio anche perché Badaloni è uno con un volto molto comunicativo non è affatto così ingessato. Forse i creativi della sinistra finora hanno un po' sottovalutato questa sfida elettorale. Così il progressista Annesi non ha trovato di meglio che un manifesto che ricorda molto la grafica berlusconiana.

Effimero tv non si tollera più

Va molto meglio secondo il nostro esperto di immagine la scopa color oliva con cui i Verdi si presentano «per una politica sana e pulita dalla politica degli interessi agli interessi del paese».

«Negli ultimi anni siamo stati in-

vasi da facce somsi battute ad effetto», dice Astarita in una parola dall'effimero televisivo. La gente ha preso una fregatura dalle promesse non mantenute dalla fiducia malinposta negli uomini di Berlusconi. Oggi vuole essere rassicurata non dalle persone ma da qualche cosa di più solido più stabile meno superficiale. Meglio puntare sui contenuti persino sui partiti. Come Prodi alle quali la degli uomini della sua squadra. Credo che gli elettori siano sensibili all'esigenza di una riorganizzazione alla struttura piuttosto che ai singoli. E più che il dovere del sacrificio siano sensibili a sapere cosa ci guadagnano a votare un candidato piuttosto di un altro in termini di qualità della vita».

Assemblea Rai

Tg e Gr Lazio: «Sciopero ad oltranza»

■ Sciopero regionale ad oltranza dei giornalisti radiotelevisivi della Rai del Lazio. L'assemblea della redazione del servizio pubblico del Lazio ha deciso ieri con voto unanime di continuare ad oltranza lo sciopero audio video proclamato a sostegno delle richieste avanzate all'azienda prima della partenza del telegiornale regionale delle 22.45.

«Pur consapevoli che lo sciopero penalizza soprattutto gli utenti del servizio pubblico radiotelevisivo», spiega in un comunicato il Comitato di redazione - siamo costretti a proseguirlo per la totale indifferenza dell'azienda di fronte alle richieste che riguardano l'organizzazione del lavoro del personale giornalistico e tecnico il funzionamento dell'archivio delle immagini il ruolo dei corrispondenti l'inserimento in organico dei teleoperatori il rafforzamento delle troupes della segreteria di redazione del montaggio radio televisivo e del pool regista».

«In attesa di una risposta da parte dei vertici aziendali ai quali abbiamo inviato una lettera con il contenuto delle richieste già illustrate da tempo al direttore Piero Vigorelli», continua il comunicato - stiamo valutando nuove iniziative da attuare anche con i lavoratori delle altre sezioni che concorrono alla realizzazione dei giornali radio e dei telegiornali del Lazio».

L'edizione del telegiornale regionale del primo pomeriggio tuttora è andata oggi in onda con due servizi realizzati da due giornalisti che hanno deciso di non aderire allo sciopero.

NON C'È TEMPO?

BASTA UNO SCATTO!

77.20.48.48

SERVIZI A DOMICILIO

ARTIGIANATO & COMMERCIO

ASSISTENZA SANITARIA

TURISMO & TEMPO LIBERO

Se vuoi chiudere la caccia all'idraulico, trovare un clown per la festa dei bambini, noleggiare una Rolls o mangiare spring rolls davanti alla TV, non ti resta che chiamare **Scatto**.

In pochi minuti avrai gratuitamente tutte le informazioni che vuoi sui servizi e prodotti della tua città.

Se invece sei un idraulico o un clown o una Rolls o uno spring roll... non ti resta che chiamare **Scatto** e informarti sulla nostra banca dati.

Scatto risponde dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 19.00 (Ovviamente) non è un 144

ATTIVITÀ PER BAMBINI

AUTOMERCATO

EMERGENZE

S.O.S. CASA

NOLEGGI

CORSI & SPORT

SERVIZI
SCATTO
CITTA'

TELEFONO
TROVA
OFFERTA

CHIAMATA URBANA INTELLIGENTE