

PUBBLICITÀ

MARIA NOVELLA OPPO

Martini

Quel mitici anni Sessanta

Di rigore il bianco e nero per la nuova «fiction» Martini che ritorna con ironia ai mitici anni Sessanta. Sì, quelli di Gianni Minà, ma rievocati in una chiave tutta diversa. Non cantautori, ma immagini di vita tutta fasulla, cioè di cinema, girate tra Santa Margherita e Portofino. Quattro soggetti da spot in diversi formati sono stati mostrati in anteprima alla stampa ieri a Milano, naturalmente alla Terrazza Martini. Il primo, che debutta il 5 giugno su tutte le nostre piccole antenne, mette in scena un gruppo da yacht: un armatore alla Onassis, una bionda cotonata alla B.B. e un «duro» ironico alla Belmondo. Lei fa le coccole al miliardario, ma, quando appare il giovane bellone, molla di punto in bianco il maturo compagno. Nell'allontanarsi, il vestitino esiguo le rimane impigliato alla sedia e si sfilia come una calza, lasciando a nudo il suggestivo sedere, sul quale si stampa pudico il marchio Martini. Spiritoso? Mah! Più che altro cosuoso, accurato e machiavellico nella costruzione seriale. Ogni spot rimanda al successivo e per vedere tutta la serie bisognerà arrivare al 96. Non state in ansia. Casa di produzione Sawyer, regia di Moshe Brakhá. Agenzia McCann Erickson.

Parnacotto

L'anima della mortadella

Lunedì sono stati presentati alla stampa internazionale i lavori di restauro al Sancta Sanctorum di Pappalardo. Opera benemerita realizzata a spese del Parnacotto. Il presidente dell'azienda emiliana, Marco Rossi, che già si era «illustrato» tra coloro che hanno rivoluzionato il marketing dei salumi, ha raddoppiato il fatturato in 4 anni (da 60 a 120 miliardi) puntando prima sulla immagine stagionata («si può dire?» di Sofia Loren, poi sulle scenette di Christian De Sica. Ora può permettersi, beato lui, di pensare allo spirito. Ha già finanziato il restauro della Cupola di San Giovanni a Parma, la mostra sulla regina Maria Luigia e quella dedicata al Parmese. Ora, dopo l'impresa del Sancta Sanctorum, ci piace pensare che anche la mortadella abbia i suoi santi in paradiso. O per lo meno in Vaticano.

Ricerca

Verba volant

L'agenzia Verba DDB Needham ha affidato alla società di ricerca Astra l'incarico di condurre uno studio sulla propria fama e popolarità. Il perfido relatore Enrico Finzi non si è fatto pregare e ha messo in luce, tra gli altri difetti di comunicazione, prima di tutto quello del nome, che infatti sarà presto modificato e semplificato. Mentre poi sono anche stati evidenziati i molti pregi di uno stile d'agenzia che si mantiene creativamente elegante, non aggressivo e suggestivo. Basti pensare alle campagne Golf Pecora nera, Diadora, Pronto Light e (ora) guanti Mapá. Ma la cosa più nuova che è stato presentata ai giornalisti è in realtà la cassetta di 20 minuti girata da Piero Chiambretti per illustrare i pregi della fabbrica Volks Wagen. Non si tratta di uno spot, naturalmente, ma di un vero e proprio film che è stato mandato per posta a 400.000 potenziali clienti della Golf 101 cavalli. Almeno si faranno due risate.

Campari

Dracula al bar

Avrete visto anche voi lo spot Campari nel quale l'elegante conte Dracula si rifà la bocca bevendo un Crodino al bar. Lui infatti coi denti «ci campa». Arriva poi la creatura di Frankenstein, che ha sicuramente meno stile, soprattutto nella conversazione, e lamenta visivamente mal di piedi. È tutta una storia insensata, ma molto divertente, inventata dall'agenzia Armando Testa (direttore creativo Mauro Tortoroli) che continua a tenere felicemente vivo in pubblicità lo stile parodistico della commedia all'italiana. La regia è di Riccardo Milani, mentre la casa di produzione è la solita Filmaster.

LA MOSTRA. A Roma le immagini peruviane di un fotografo indio e di uno francese

Una scatola magica sulle Ande

W. LADIMIRO SETTIMELLI

ROMA. Una mostra straordinaria. Una specie di grande e magnifica finestra sul mondo andino, sugli indios, su Lima e Cuzco, su una civiltà per noi ancora troppo misteriosa, ma viva e autentica nelle fotografie di Eugene Courret e Martin Chamblé, esposte per la prima volta in Italia. Il merito, anche questa volta, è dell'Istituto Italo-Latino americano che, all'Eur di Roma, ha allestito l'esposizione. Rimarrà aperta fino al 20 giugno: un'occasione da non perdere.

Che cosa colpisce subito? La commistione delle razze e degli stili, la sovrapposizione delle diverse culture, le reciproche influenze tra la vecchia Europa e una parte del «mondo nuovo». Poi il senso di tutte quelle immagini che testimoniano immediatamente l'esplosione di una cultura e di una terra conquistata con la spada e la croce, struttata e piegata da stranieri senza pietà che ne modificarono le radici, la religione e i concetti di vita e di morte, di lavoro e di gioco.

Parliamo immediatamente di Martin Chamblé, il fotografo indio che i nordamericani scoprirono, con grande stupore, già negli anni Settanta. Da noi le sue foto non si erano mai viste e sono davvero preziose. È un po', diciamo subito, una specie di piccola-grande vendetta dell'indio «civiltizzato», piano piano, si mette ad usare, fino alla perfezione, uno strumento portato dai bianchi: tra le foreste andine, per poi «restituire»

proprio ai «conquistatori», tanti valori culturali, religiosi e umani che gli europei avevano tentato, in ogni modo, di spazzare via. Lo scrittore Mario Vargas Llosa che presenta, alla mostra, proprio la figura di Chamblé, chiarisce, in questo senso, quello che c'era da chiarire, anche se poi segnala, giustamente, il pericolo di un neocolonialismo culturale nell'impossessarsi, a morsi e bocconi, da parte dei nordamericani e degli europei, di questa singolarissima e straordinaria figura di fotografo «locale».

Chamblé, dunque, nasce nel 1891 da genitori contadini, nel piccolo villaggio andino di Coaza e viene subito spedito a lavorare in una miniera d'oro. È fuori dalla miniera che conosce un impiegato «straniero» che gira con la macchina fotografica.

Un apparecchio magico? Quell'apparecchio «magico» è capace di «rendere la vita» con lo scatto di un attimo, affascinava Chamblé che riesce a diventare aiutante di bottega nello studio Vargas, ad Arequipa. Quando il fotografo indio ha imparato il mestiere si trasferisce a Cuzco. Siamo nel 1920. Chamblé comincia a girare in gruppo ad un asino campì e montagne, fattorie e paesi, con in braccio una vecchia e scassata macchina fotografica di grande formato. Usa, ovviamente, lastre di vetro al bromuro ed obiettivi approssimativi. Ma può parlare con la sua gen-



di fratello photo-Cuzco 1933 nella foto esposta alla mostra «Mestizo del Perù»

Martin Chamblé

te, spiegare e poi scattare e scattare. Mette così insieme trentamila lastre. Ha ripreso di tutto: feste e passatempi, il cerimoniale dell'antica religione incaica; ma anche quello della nuova religione portata dagli spagnoli. Poi le feste, i mendicanti, i suonatori, le grandi donne indio e quelle «bianche» con i loro figli. Riprende dei paesaggi incredibili tra montagne enormi e torrenti scatenati, quando il sole scende e quando sorge all'orizzonte. Il tutto con una tecnica magistrale e un senso dell'inquadratura e della bellezza che, evidentemente, è innata in questo fotografo «locale» che non dimentica mai le proprie origini. Volti e figure straordinarie di andini poveri e meno poveri, il mondo contadino con i suoi miti ma anche lo sfruttamento terribile nelle haciendas dei conquistatori.

Le sue immagini non sono mai venute dal solito piagnucolo di certa fotografia sociale, ma trasudano, nella tragedia e nella sofferenza,

tutto l'orgoglio di una razza mai domata. Le foto fanno il giro di tutto il mondo latino-americano e vengono esposte un po' ovunque. Vincano concorsi e vengono utilizzate dai giornali e pubblicate in volumi. Martin Chamblé, insomma, diventa famoso ed è membro di molte accademie e gruppi. Nel 1938, inaugura addirittura una propria galleria d'arte e organizza diversi concorsi fotografici. Muore a Cuzco il 13 settembre del 1973. Era ormai diventato un uomo colto e raffinato, ma sempre gentile e tutto teso a recuperare il patrimonio popolare del suo Perù e del popolo indio.

Il caso di Eugene Courret è un po' diverso. Nato in Francia, arriva a Lima già adulto e con una formazione culturale precisa. Ha già visto i grandi fotografi francesi al lavoro e conosce il mestiere. Dal suo studio, in una elegante palazzina di Lima, passano tutti: monsignori e soldati, proprietari terrieri, frati cappuccini, emigranti cinesi, bal-

line di fama, cantanti d'opera, signore della ricca borghesia, i loro figli e le loro serve. È molto snob, anche nella Lima dell'inizio del secolo, farsi riprendere nello studio Courret, uno «straniero» che viene dal paese dove la fotografia è stata inventata.

L'Alinari del Perù. Courret potrebbe essere definito un Alinari del Perù, per la sua capacità di scattare immagini molto belle in studio. Le foto, come al solito ottenute con macchine di grande formato, sono tecnicamente «maestose» per capacità di inquadratura e di illuminazione. Rappresentano anche una incredibile testimonianza della commistione di razze e di culture che confluirono a Lima tra il 1863 e i primi anni del secolo nuovo.

Prendiamo i cinesi. In Perù, tra il 1842 e il 1874, ne arrivano più di centomila, alla ricerca di un lavoro per rifarsi di una vita disperata. La prima cosa che fanno, appena rag-

giunta una certa posizione di benessere, è quella di farsi riprendere nello studio Courret. Magnifiche le foto delle signore di Lima, ricche da far paura, in confronto al povero mondo degli indios e degli emigrati. Lo stile dello studio Courret, nella ripresa, è ovviamente tutto europeo: grandi fondali dipinti, false scale, posafiori di legno un po' ovunque, divanetti e foto persino un po' «osé». Poi le feste nei grandi palazzi della città e i ritratti ai bambini «bianchi», sorretti da «nutrici» del posto, coperte e velate dalla «tapa». Paiono ombre misteriose uscite da un mondo ignoto. Courret riprende anche spose, bambini e anziani signori, subito dopo la morte. Proprio come facevano i vecchi fotografi siciliani e calabresi, verso la fine dell'800 e nei primi anni del '900. Insomma, Eugene Courret, è stato un grande professionista che ha messo insieme, con il proprio lavoro, almeno cinque o sei culture visive diverse. Non era certo facile.

Ritrovato un documento inedito

Nel 1956 gli intellettuali proposero a Pio XII la «laicizzare» la cultura

ROMA. Dieci anni prima che l'indice dei libri proibiti dal Vaticano venisse abolito, nel 1956 un gruppo di intellettuali cattolici si rivolse a Pio XII per chiedere la revisione delle proibizioni di alcune opere letterarie. L'appello sortì un primo effetto: il Papa si convinse delle ragioni della richiesta e con tutta probabilità intervenne presso il Sant'Uffizio perché agisse con minor severità nei confronti dei libri considerati contrari alla morale cristiana. L'inedito memoriale inviato a Pio XII e che lo spinse ad assumere una posizione più morbida sarà pubblicato sul prossimo numero della rivista culturale «Lettere». Il documento fu stilato al termine di un convegno degli ecclesiastici addetti alla critica letteraria,

organizzato a Roma da «Lettere» nel '56 per il decennale del periodico, allora di proprietà dei gesuiti del Centro San Fedele di Milano e oggi delle edizioni San Paolo. Nel memoriale stilato da scrittori e critici, fra i quali il commemorato Diego Fabbri allora intellettuale di punta fra quelli d'ispirazione religiosa, si faceva presente come «certe opere di vero interesse artistico o scientifico sia oggi praticamente impossibile sottrarle alla conoscenza del gran pubblico, per il quale una proibizione potrebbe riuscire più di incentivo che di remora». I promotori dell'iniziativa sollecitavano di sostituire l'indice «con una dichiarazione autorevole» che denunciasse e confutasse gli errori presenti in ciascun libro.

«Civiltà cattolica» contro Croce Un editoriale della rivista sul filosofo liberale e la sua idea della fede

ROMA. La visione del cristianesimo espressa da Benedetto Croce è storicistica e non coglie il fatto di fede che esso in realtà rappresenta. Lo sostiene la rivista «Civiltà cattolica» che dedica l'editoriale del suo prossimo numero, del quale ha anticipato il testo, ad una riflessione sul saggio di Benedetto Croce: «Perché non possiamo non dirci cristiani». La rivista esamina il saggio collocandolo sullo sfondo del pensiero religioso della storiografia tedesca del primo Novecento ed analizzandone le letture successivamente date. In definitiva «una cosa è la religione in senso stretto, e in essa il cristianesimo, fondata sulla trascendenza e sul rapporto tra finito e infinito; un'altra cosa è la religiosità nella sua dimensione patica, cioè sofferenza o

visvuta». La religiosità come viene vissuta e insegnata da Croce «è certamente sincera e tormentata e noi ci inchiniamo in silenzio dinanzi a chi la vive, forse drammaticamente, in se stesso. Il lettore cattolico, però, deve sapere che essa si iscrive in un fermo giudizio speculativo che rimane idealistico e storicistico, il quale coglie del cristianesimo solo il grande fenomeno storico, che onora in Cristo solo la figura storica, non il Rivelatore divino che vede personificata in Cristo una precisa consapevolezza idealistica, un'autocoscienza critica, della quale la verità cristiana è soltanto immagine e Gesù il mirò. Il cristianesimo - conclude la rivista - reinterpretato storicisticamente, diventa un momento di un sistema filosofico e perde il carattere sovranaturale, che gli è essenziale».

IL 4 GIUGNO NON IMBOSCATIVI.

Advertisement for WWF (World Wildlife Fund) featuring a large image of a person holding a large bouquet of flowers. The text includes the date 'DOMENICA 4 GIUGNO' and the slogan 'IL 4 GIUGNO NON IMBOSCATIVI.' Below the image, there is a call to action: 'REGALAGI UNA DOMENICA! AIUTACI A RIPULIRE UN BOSCO VICINO A CASA TUA.' The WWF logo is visible at the bottom right.