

PUBBLICITÀ

Parchi

Anni luce dalla noia

Anzitutto confessiamo un pregiudizio: nutriamo seri sospetti sui luoghi deputati al divertimento. Intesi come parchi, discoteche e quanto altro annunci svago assicurato. Infatti come si fa a togliere ogni imprevisto alla gioia? Ma, a parte questo legittimo sospetto, bisogna dire che quei luoghi della Riviera romagnola che promettono giochi acquatici o aeree gioiote in un mondo ridotto in sedicesimo, sono sempre più umani dei giganteschi parchi succiasoldi disneyani. Un po' per le loro più ridotte e controllabili dimensioni e un po' anche per le divertenti campagne pubblicitarie che fanno. Già avevamo visto quella di Gardaland. Ora è arrivata anche Mirabilandia, che propone spot divertenti e provocatori per attirarci al Parco di Staudiana, al chilometro 162 della Superstrada Adriatica, in provincia di Ravenna. Lì dovremmo trovare ogni godimento, stando alla promessa iperbolica della pubblicità. Vediamo tra l'altro nello spot un ragazzaccio punk che urla la sua richiesta alla mamma e una moglieletta che minaccia di fuggire con l'idraulico. A colori il parco, in bianco e nero il desiderio di parco. Per volontà della produzione New Partners e del regista Giovanni Bedeschi.

Moretti

Birra di carta

Caspita, la birra Moretti non si accontenta più di far parlare l'omotto antipatico del suo marchio, ma cattura dentro l'etichetta anche i poveri consumatori. È la novità della stagione in corso che, birrescamente parlando, offre di meglio. Di solito la bevanda cerca di promuoversi con la musica e sempre con l'arricchita affollata delle occasioni festive. Solo Tubborg osa la solitudine e il colloquio interiore, laddove Moretti imprigiona il dialogo nei personaggi di carta. Avrete capito che non ci piace questa campagna della agenzia Young e Rubicam. Casa di produzione Politecne, regia di Stefano Savati.

Cannes

Leoni per tutti?

È in corso a Cannes il Festival internazionale della pubblicità che si concluderà domani sera con la solita chiasosa e fischiosissima cerimonia al Palais. Ci sono 4208 spot e 4338 poster e annuncii stampa che si guerneggiano Leoni d'oro, d'argento e di bronzo. La giuria avrà il suo bel da fare, con tutte le rappresentative nazionali che si aspettano riconoscimenti e sostegno. Prima fra tutte quella italiana, da sempre negletta a Cannes sia nel cinema lungo che in quello rottozzato della pubblicità. Per noi gareggiano 134 manifesti e 183 spot e magari arriverà qualche Leone, se è vero quello che sostiene il francese Sequela e cioè che il mondo si sta latinizzando, così la pubblicità. In giuria ci sono per i nostri colori Maurizio D'Adda (Young e Rubicam) e Cesare Casiraghi (Verba) per gli spot, più Maurizio Sala per la carta stampata. Punte di diamante del nostro schieramento dovrebbero essere lo spot Ukraina-Cossera della agenzia TBWA (che già ha vinto il maggiore premio italiano), Barilla-Tomba (Young e Rubicam) e Barattolino Sammontana (Armando Testa).

Standa

Jacchetti sotto casa

Il comico Enzo Jacchetti è attualmente molto valorizzato dalla Fininvest. Forse perché rappresenta un esemplare, unico per le reti berlusconiane, di artista non enfiatista, ma anzi ironicamente dubbioso. Gli altri sono tutti troppi coloriti anche per fare pubblicità. Jacchetti inoltre è politicamente schierato a sinistra e ha dichiarato di votare. Si ai referendum sulla tv Magno proprio per questo è stato giudicato «credibile» per la campagna Standa che inizierà domani sulle reti del gruppo. L'attore mostrerà le meraviglie del grande magazzino con tutto il suo garbo timido, per dimostrare che Standa è una prolunga della nostra vita domestica, quasi casa nostra (come un tempo Barilla). Investimento di 15 miliardi per 20 spot diretti da Raffaele Jacometti, Agenzia Young e Rubicam.

IL REPORTAGE. Alla Yale University una scuola elettorale femminile



Donne a caccia di voti in corsa per vincere

ANNA DI LELLIO

NEW YORK. Alla «Scuola di campagna elettorale per le donne» di Yale University, Sheila Shaffer ascolta come ipnotizzata l'esperto della società Aristotle che la introduce alle meraviglie dell'elettronica moderna. Acquistando un Cd-Rom Aristotle per soli 11 mila dollari (quasi 19 milioni di lire), otterrebbe la lista aggiornata degli elettori del suo stato completa di indirizzi, numeri di telefono, e informazioni su sesso, età, origine etnica, reddito, affiliazione politica di tutta la famiglia, ed eventuali contributi finanziari a campagne elettorali dal 1986 ad oggi. «È pensare che l'anno scorso ho passato settimane in tutti gli uffici comunali per copiare, a mano, la lista degli elettori nel mio distretto», racconta Sheila, che nel 1994 si è candidata senza successo al parlamento statale.

In politica perché vuole combattere la disoccupazione, Sheila Shaffer ha compreso a sue spese che per vincere le elezioni non è sufficiente una buona causa. E in assenza di partiti che la sponsorizzino, si è iscritta alla scuola di Yale. 4 giorni di immersione totale nelle tecniche della campagna elettorale. Insegnante con diploma post-universitario e fotografa di modesto successo, Sheila non manca di competenze. Ma in politica è ancora un apprendista. Durante le prove di una intervista televisiva inscenata da Bill Parkhurst e Steve Oppenheimer, consulenti dell'immagine e veterani di tante campagne, ottiene a stento la promozione. «Appoggiati per bene allo schienale della sedia, muovi le mani, ma mai al di sopra del mento, rilassati e chiamaci per nome», la consigliano gli istruttori. La posa disinvolta è difficile da mantenere, ma non impossibile. Più complicato è essere convincente davanti a un intervistatore-epo che la interrompe ogni 12 secondi, o immaginando un pubblico con il telecomando in mano e la cui attenzione, secondo gli esperti, non si concentra per più di 30 secondi. Sheila parla della carenza di nuovi posti di lavoro. «Sei troppo generica, troppo noiosa» - è il giudizio di Parkhurst - «dacci un'immagine vivida, parlaci di quella fabbrica di stuzzicadenti vicino casa tua che adesso è chiusa, descrivici i vetri rotti, l'erba cresciuta sulle macchine abbandonate, altrimenti i telespettatori si sintonizzano su una soap opera».

Le iscritte alla scuola di campagna elettorale per le donne sono 40, selezionate accuratamente da una commissione che ha voluto privilegiare la diversità. Ci sono giovani di poco più di venti anni appena laureate e già sulla via di Washington, ma anche una settantenne che è selezionata (sotto di tribuno della popolazione comunale) a Southbury in Connecticut. Ci sono tre donne nere e due ispaniche, repubblicane e democratiche. L'intenzione del seminario, a detta dell'ideatrice Andrée Brooks, è di aiutare le donne a entrare in politica. Per dedicarsi completamente a questo scopo all'inizio dell'anno la Brooks, cittadina britannica, ha lasciato il suo lavoro al New York Times, memore di una difficile esperienza personale nella politica inglese. Non le interessa il femminismo, che con la sua rigidità ideologica «ha alienato tante donne intelligenti». Molto semplicemente, ritiene che le donne abbiano un interesse comune perché condividono una condizione comune di esclusione dal potere, in particolare dal potere politico. E vanno aiutate.

Durante gli intensissimi 4 giorni di lezione su come condurre sondaggi, creare uno spot televisivo, preparare una brochure, gestire una organizzazione di volontari, sollecitare contributi finanziari, scrivere e recitare un discorso in pubblico, le studentesse imparano l'arte della campagna elettorale. L'ideologia è ridotta al minimo, l'importante è vincere. «Vendere un candidato è come vendere una scatola di conserva», spiega l'esperta dei media Susan Katz, provocando la leggera indignazione solo di due giovanissime che vogliono cambiare il mondo. Le organizzatrici della scuola, un gruppo compatto ed energico di donne di mezza età, sono l'immagine stessa di ciò che la scuola intende produrre: una rete di donne che nonostante la diversa affiliazione politica lavorino insieme per sponsorizzare altre donne. Accanto all'ex tesoriere dello Stato del Connecticut, una repubblicana, ci sono attiviste democratiche e deputate di entrambi i partiti. La causa è una sola, far sì che entro il 2000 le donne siano la metà degli eletti in tutte le istituzioni politiche. Le studentesse hanno tutte una gran determinazione e la coscienza di essere tagliate fuori dalla rete



Una manifestazione elettorale negli Stati Uniti

Roberta Koch Contrasto

Nella foto in alto Hillary Clinton incontra gli studenti dell'Università del Colorado durante la campagna per le presidenziali

di conoscenze ed esperienze su cui gli uomini basano la loro forza. Per una in particolare, Roslyn Bacon, insegnante nera di Brooklyn, la posta in gioco è ancora più alta. Il suo obiettivo è sfidare la consigliera comunale di tante legislature nel suo distretto, anche lei donna e nera, ma ritenuta troppo vicina alla lobby ebraica locale. Quando si è candidata l'anno scorso, Roslyn ha rotto un tabù fortissimo nella sua comunità: tra «sorelle» è proibito competere. Ma vuole tentare ancora, forte delle conoscenze accumulate a Yale, in primo luogo perché ritiene di essere una portavoce migliore per la comunità nera, e in secondo luogo perché «candidarsi è esilarante, è come una corsa agonistica. Si soffre e si suda, ma per me quello è il bello». Proveniente da un mondo completamente differente ma d'accordo con lei è Julie Begala, una delle organizzatrici della scuola, bianca, repubblicana e direttore della Import, Export Bank of America. «Governare è importante, ma è la campagna elettorale la parte più entusiasmante della politica».

Non si vergognano di vedere il potere, amano l'adrenalina della campagna elettorale. Cosa rimane di specificamente femminile? Hanno tutte lavorato con impegno per scrollarsi di dosso l'immagine ma-

È morto il teologo francese che fu architetto del Concilio Vaticano II

L'ecclesia collegiale di Congar il democratico

BRUNO GRAVANOLO

ROMA. È scomparso il teologo Yves Congar che fu uno dei grandi protagonisti del rinnovamento ecclesiale cattolico di questo secolo. La morte di Congar avviene esattamente a trent'anni dalla conclusione di quella che fu la più importante assemblea della Chiesa cattolica del '900: il Concilio Vaticano II. Ricordato ieri dalla Radio vaticana come «uno dei massimi teologi del ventesimo secolo», Congar, domenicano, divenne famoso fin dalle prime settimane del Concilio, nell'autunno 1962, con altri tre teologi: Marie Dominique Chenu, anche lui francese e domenicano; Karl Rahner, gesuita austriaco; e Joseph Ratzinger, un prete bavarese che aveva allora 38 anni, l'unico oggi presente ai vertici della Chiesa romana, cardinale e prefetto, da 14 anni, della Congregazione per la dottrina della fede. Il Ratzinger che sarebbe diventato in seguito l'esponente conservatore della stagione post-conciliare.

Congar, più maturo negli anni (ne aveva già 61), proprio in apertura del Concilio, nell'ottobre 1962, aveva redatto con Chenu, per i vescovi francesi e d'altri Paesi, una bozza di «messaggio all'umanità». Quel documento sarebbe stato posto alla base della stesura finale del Concilio dedicata alla «Chiesa nel mondo moderno», destinato a divenire il presupposto di alcune cruciali documenti conciliari: quelli che schiusero il dialogo con gli ebrei, con le altre religioni non cristiane e con i non credenti. Simultaneamente, si affrontavano con spirito nuovo le grandi questioni della pace, della giustizia internazionale e dei rapporti scienza e fede. Congar, Chenu, Ratzinger e Rahner erano teologi, non vescovi, e perciò non erano tra i «padri conciliari», ovvero non avevano diritto di voto. Assistevano ai lavori solo come consiglieri dei presuli, in quanto teologi ed esperti.

E tuttavia la loro influenza fu crescente. Soprattutto sugli episcopati dell'Europa centro-occidentale. Al punto da determinare la vera diffusione mondiale degli indirizzi innovativi del Concilio. Per questo a quel tempo si scrisse: «La Senna e il Reno sono confluiti nel Tevere». Grazie a quei consiglieri era stato immesso qualcosa di inedito nella teologia romana. La battaglia principale di Congar e dei nuovi teologi fu infatti tesa a sostenere la «collegialità» nella Chiesa: ossia l'idea che il Papa non può governare da solo, come un monarca assoluto, ma agire come espressione dell'intero «collegio episcopale». Allo stesso modo in cui Pietro fu capo e partecipe del «collegio» degli apostoli. Era un vero completamento del

Concilio Vaticano I (1869-70) che aveva soltanto fissato i poteri del pontefice romano. E fu la tesi vincente: il Vaticano II affermò alla fine il principio di collegialità tra Papa e vescovi. Quando, allo scrutinio del 30 ottobre 1963, furono approvati, a gran maggioranza, i questi decisivi sulla struttura gerarchica della Chiesa e affiorò l'estrema iniziale debolezza numerica della corrente anti-collegialista tra i vescovi, padre Yves Congar scrisse su una rivista francese: «La Chiesa ha fatto, pacificamente, la sua rivoluzione d'Ottobre». Congar, «grande architetto del Concilio», come fu definito, nacque l'8 aprile 1904 a Sedun nei pressi di Reims. Fu autore di numerosi tratti di teologia e maestro di numerose scuole teologiche. Ordinato sacerdote nel 1930 fu sospeso dall'insegnamento nel periodo tra il 1954 e il 1957. A riprova di un'eterodossia ante-litteram che gli creò non pochi problemi prima del Concilio e prima di venir elevato alla porpora cardinalizia. Quest'ultima gli fu conferita da papa Giovanni Paolo II nell'ultimo Concistoro del

26 Novembre 1984. Allora fu l'unico cardinale assente dalle celebrazioni, perché in non buone condizioni di salute. E toccò allora al cardinale Johannes Willebrands imporgli la berretta rossa a nome del Pontefice, nell'ospedale militare parigino di «Les Invalides». Come s'è già accennato, in virtù della sua «eterodossia», Congar fu osteggiato fortemente dall'ala oltranzista del cattolicesimo. E fu quindi

Papa Giovanni XXIII il primo a valorizzare la sua personalità intellettuale, e le sue intuizioni pastorali e dei rapporti scienza e fede. Congar fu nominato «consulente» del Concilio, e poté infine spiegare il suo influsso soprattutto nel campo dell'unità dei cristiani. Emblematici i titoli di alcune sue opere, le quali suscitavano polemiche e discussioni: «La tradizione e le tradizioni» e poi «La vera e la falsa riforma della Chiesa». Nell'esprimere il suo cordoglio per la scomparsa di Congar, Giovanni Paolo II ha parlato di della «figura del maestro di teologia che ha messo tutto il suo cuore e tutta la sua intelligenza nell'approfondire il mistero della Chiesa e nel servire la causa della sua unità». E tuttavia, ha sottolineato il Papa, il presule resterà un ispiratore per i suoi fratelli e per i cristiani anche «per la sua fedeltà coraggiosa alla grande tradizione che conosceva in modo ammirabile». Overo per la sua fedeltà alla tradizione di Santa Romana Chiesa.

OSSEVATORIO SOCIOPOLITICO SCAFATI. Con il patrocinio della Provincia di Salerno e del Comune di Scafati. SCAFATI - Venerdì 23 Giugno 1995 ore 19,00 Scuola Media T. Anardi. ore 18 celebrazione Eucaristica presieduta da Don Luigi Ciotti presso la Chiesa S. Maria delle Vergini Piazza Vittorio Veneto - SCAFATI. Organizza un incontro-dibattito sul tema: SOLIDARIETÀ E LEGALITÀ. Interverranno: DON LUIGI CIOTTI responsabile del Gruppo Abele (Torino) Dr. FRANCO VERDOLIVA Sost. Proc. presso il Tribunale dei minorenni di Salerno. Presiede: Dr. CARLO ALEMI Proc. della Repubblica presso la Pretura Circondariale di Caserta. La Cittadinanza è invitata.