

L'INTERVISTA

Emanuele Pirella

pubblicitario

«Art director la Chiesa? No, grazie»

La Chiesa e la pubblicità. Sembrava che l'epoca delle scomuniche fosse finita. Ora però il Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali, nella persona del suo presidente, monsignor John P. Foley, ha presentato un documento che fin dal suo titolo (*Etica nella pubblicità*) si propone non solo come un vademecum del buon pubblicitario, ma addirittura come uno «strumento per i legislatori» che sono chiamati a proteggere dagli «abusi» della pubblicità i bambini, le donne, i poveri e quanti altri siano considerati in posizione di minorità di fronte ai messaggi commerciali. Si chiede quindi una regolamentazione di tempi, quantità e contenuti, nonché la netta proibizione di alcuni prodotti ritenuti in sé contrari alla morale, come per esempio contraccettivi e preservativi. D'altra parte il documento riconosce alla pubblicità un valore positivo, quando valorizzi un «sistema economico e sociale ispirato da norme morali rispondenti al bene comune». E vediamo che cosa ne pensa un creativo come Emanuele Pirella.

Pirella, la Chiesa scende in campo con un vero e proprio appello morale. Questo ti impressiona?

Certo avrà effetto nei confronti di chi si richiama ai suoi insegnamenti. Per me posso dire: no grazie. Non la ritengo un direttore creativo credibile.

Ma come, Dio non sarebbe un bravo direttore creativo, secondo te?

No. Anche perché, quando ha fatto il suo mestiere, ha proprio fatto le cose che adesso la Chiesa sembra condannare.

Per esempio?

La descrizione terroristica dell'inferno è stata sempre molto più realistica di quella positiva del paradiso. La strategia della paura, del far piangere i bambini è stata perseguita in modo molto forte nei secoli. I catechismi sono pieni di parole e concetti di tipo «morboso» (per riprendere la definizione del documento pontificio). Non fare, non toccare, se non vuoi finire all'inferno. Cose forti e sgradevoli in grado di arrecare danno alle persone. Noi quindi rubiamo alla tradizione retorica cattolica in tantissime occasioni.

Un esempio concreto di furto retorico.

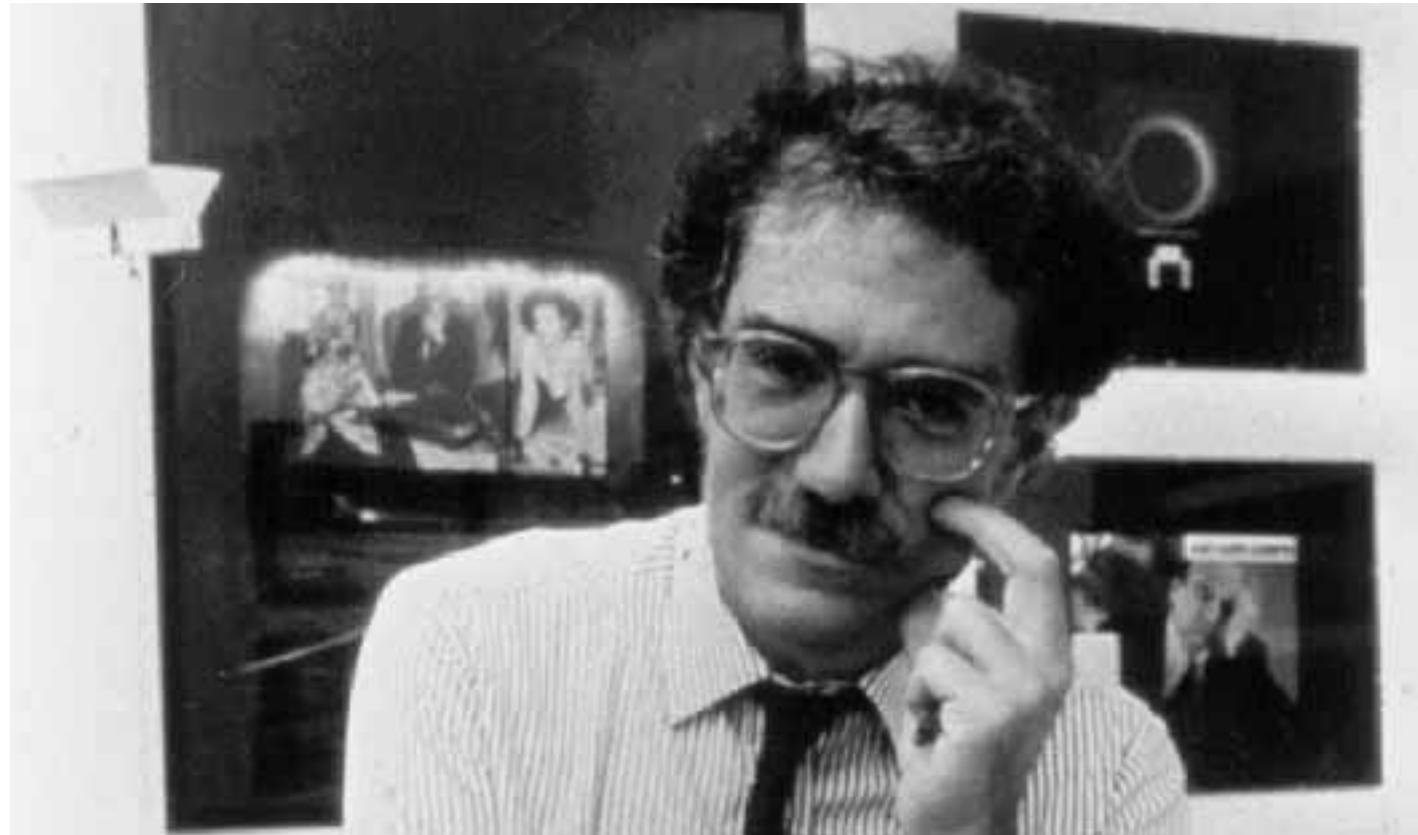
Ecco, per esempio questo: ti offro due fustini di detersivo al posto di un di Dash. È la famosa tentazione del demonio.

Ma allora è vero che siete un po' demoniaci.

No. Seguiamo la pura tradizione della Chiesa. In termini catechistici (un po' me ne intendo) si chiamerebbe «fortificazione della fede».

Già perché il cliente non cede alla tentazione e si tiene il suo Dash. Una vittoria del bene sotto specie di fustino.

E poi la conversione stessa è alla base del convincimento pubblicitario. Prendi la suocera che convince-convince la nuora della bontà di un prodotto. Insomma, noi non possiamo non servirci della retorica che presiede a ogni tecnica di persuasione. Per esempio, il mio «Passaparola Perlina», somiglia molto a quando da ragazzino mi promettevano un ingresso



Il creativo Emanuele Pirella commenta il documento sull'«Etica della pubblicità» emesso dal Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali. «Non accetto la Chiesa come direttore creativo e semmai, devo dire che le tecniche della persuasione le abbiamo mutate proprio dalla sua tradizione retorica». «Sono contro ogni intervento di censura e soprattutto contro la rappresentazione edulcorata della realtà».

MARIA NOVELLA OPPO

gratis al cinema parrocchiale, se portavo un nuovo a messa. Anche quella era un'offerta speciale.

Però si tratta di tecniche, come dici, di persuasione, mentre nella proibizione, per esempio della pubblicità dei preservativi, c'è una ingeneranza diretta in tematiche che competono alla società e alla legge.

Guarda, io dicevo una volta che tutto quello che, in campo pubblicitario, dava fastidio al Pci e alla Chiesa era giusto. Ora il Pci non c'è più, ma allora c'era una forte colpevolizzazione della pubblicità. Ora, da parte della Chiesa, siamo molto lontano dalla campagna dell'8 per mille.

Ma c'è qualche punto di questo pronunciamento vaticano che invece trovi condivisibile e utile?

Bèh, si dice che va fissato un limite per gli spot. E' vero, ma non compete alla Chiesa. Poi sì, è senz'altro vero che la pubblicità politica vada regolamentata, ma non sta a loro farlo.

E invece qual è la cosa che trovi più negativa in questo documento?

La cosa che mi disturba di più è giudicare la pubblicità qualcosa di separato dal resto della comunicazione. Da tenere sotto tutela, con l'intento di dare una rappresentazione tutta positiva e rassicurante della realtà. Quel che non si vuole capire è che è più mistificante il messaggio per forza positivo rispetto a immagi-

ni magari violente. Perché la nostra realtà è violenta. Noi mettiamo in scena piccole parabole e nelle parabole c'è anche il male, nelle parabole si può anche morire.

Insomma, in questo modo la Chiesa, anziché attaccare le merci e il mercato, che ormai è santo, si limita ad attaccare l'immagine del consumo?

Certo, attacca l'aspetto visibile e meno potente. Non possono accusare la Fiat e si limitano ad accusare Leo Burnett, visto che lui è morto e Agnelli è ben vivo.

Il Pontificio consiglio della comunicazioni sociali chiede anche una speciale considerazione per bambini, donne, poveri, insomma per i soggetti «deboli».

Sì, i poveri vanno «protetti». Non vorrei che si tomasse ai tempi in cui si proibiva la pubblicità dei prodotti per animali per un malinteso rispetto per i poveri. Dopo si passò a consentire la pubblicità delle scatolette per cani e gatti, ma solo se si mostrava l'animale fermo e non in movimento. Alla fine il settore è stato liberalizzato, ma mi sconcerta vedere che ora si torna a un'idea dei poveri come specie protetta.

La difesa dei deboli, semmai, compete alla società e non alla pubblicità.

Quello che vedo è lo scatenamento di una specie di moralismo antindustriale, buffo poi in un momento co-

DECALOGO DEL VATICANO

- 1 La pubblicità va regolamentata per legge
- 2 I pubblicitari sono moralmente responsabili delle strategie che incitano la gente a comportarsi in una certa maniera
- 3 Occorre regolamentare il mercato pubblicitario: bisogna stabilire quanto si può spendere, come e chi può raccogliere il denaro per la pubblicità
- 4 Va fissato un limite per gli spot in tv
- 5 Anche la pubblicità politica va regolamentata per legge
- 6 La pubblicità deve rispettare maggiormente la persona umana, le donne e l'ambiente. I minori, gli anziani e i poveri vanno protetti dai suoi abusi per legge
- 7 È moralmente sbagliato usare metodi corrotti di persuasione per manipolare e sfruttare
- 8 La pubblicità non può reclamizzare prodotti e inculare atteggiamenti e forme di comportamento contrari alla morale
- 9 È inaccettabile la pubblicità di contraccettivi, di abortivi e di prodotti che nuociono alla salute
- 10 Sono inaccettabili anche le campagne pubblicitarie sostenute dai governi per il controllo artificiale delle nascite o per il cosiddetto sesso sicuro

me questo, in cui si parla tanto dei problemi dell'economia. Sarà l'effetto della fine del secolo e del millennio...

Giusto. Sarà il moderno millenarismo. Anche la pubblicità ne risente?

Sì, anche la pubblicità sente la fine del millennio, in almeno metà della sua ispirazione. Sta arrivando dall'Inghilterra una tendenza cupa, morbosa, un po' *transpottiana*, se vogliamo.

Torniamo al documento cattolico. La categoria risponderà attraverso i suoi organi a questa offesa?

L'Assap (associazione delle maggiori agenzie, ndr) è già stata messa in ginocchio dalle dichiarazioni dell'antitrust, di Giuliano Amato, che ha giudicato indebita le sue attività in quanto a regolamentazione delle tariffe. Regole chiare, trasparenza: erano i motivi per i quali si aderiva all'associazione. Perciò ora credo che avremo reazioni sparse. Non è un momento in cui la comunità esprima maestri di pensiero. Se l'Ulivo è questo, siamo messi male.

L'Ulivo che c'entra?

Voglio dire che, se l'Ulivo si riconosce in alcune di queste cose, è la fine non tanto del nostro mestiere, ma del far bene il nostro mestiere.

Vuoi dire che sei contro ogni tipo di censura?

Sì. Prendi lo spot nel quale si mostra un ragazzo che ruba le scarpe a un morto. A me sembra di cattivo gusto, ma non muoverci un dito per ritirarlo.

Ma ci sarà qualcosa che ti infastidisce nella pubblicità.

La positività a tutti i costi. Di solito sono gli spot dei grandi utenti, quelli nei quali è tutto falso, tutto a posto. Mi viene voglia di tirare la ciabattina alla tv.

L'ARTICOLO

Caro Fausto, non è meglio spendersi per le riforme?

MARIO TRONTI

È VERO. La maggioranza scricchiola. E questa volta gli scricchioli sono strategici, rumori seri che fanno temere improvvisi guasti nel motore della macchina governativa. Non è più la contingenza che preme, non il carattere della manovra che incombe. Questo c'è, ma si è dimostrato che l'accordo alla fine si trova.

D'altra parte, il finale dalemiano del congresso Pds non ha spostato le cose più di tanto. Lì, dal dibattito, si era offerta l'occasione per esplicitare, nelle conclusioni, la linea generale di una politica già nota. L'occasione è stata colta. Semmai il difetto stava nel voler riportare, tale e quale, il gioco politico dentro la questione sociale. Il che non funziona. Perché qui si ha a che fare non con personaggi sulla scena pubblica ma con forze dentro rapporti reali, interessi, bisogni, passioni, conflitti, paure, disagi e speranze, il tutto declinato collettivamente. E comunque, non è questo discorso, o questo mancato discorso, che ha cambiato l'ordine del giorno della politica italiana. Si può solo dire, per poi passare oltre, che di un'altra svolta dell'Eur, quella del partito di D'Alema, dopo quella del sindacato di Lama, non se ne sente proprio il bisogno.

E per passare oltre, qual è il punto vero? Il punto vero è che si è chiusa una fase di governo e se ne deve aprire un'altra. Si è nominata una seconda fase, e poi si è passati subito a scrivere un'altra manovra, aggiuntiva o correttiva. Ammesso che fosse proprio necessario, come scelta innovativa, riscoprire la vecchia cara teoria dei due tempi, adesso si tratta almeno per la prima volta di praticarla veramente. In tempi certi.

Sul breve periodo. Almeno programmaticamente. Il volto riformatore, non delle singole iniziative ministeriali, ma della compagine governativa nel suo complesso, deve emergere subito di fronte al paese. Deve ancora simbolicamente esprimersi la diversità politica di questo governo. È stato facile esprimerla, questa diversità, rispetto al governo Berlusconi, facile rispetto alle coalizioni di pentapartito e ai governi del Caf, difficile è esprimerla rispetto ai governi che hanno aperto e guidato ma non concluso la transizione italiana, quelli di Ciampi, di Amato, di Dini.

Per concluderla questa transizione bisogna innescare un'altra marcia, sui grandi problemi sociali, mentre il Parlamento tenta di riformare le istituzioni. È qui che la maggioranza può ricompattarsi, non giorno per giorno sulle singole misure, ma su un programma riformatore di medio periodo.

Questo discorso vuole interloquire con la inquieta presenza di Rifondazione comunista dentro la maggioranza di centro-sinistra. Sgombra il campo dall'ombra di Banco di impossibili grandi intese, sulla stessa alternativa «questo governo o il voto» non è il caso di insistere più di tanto.

La cosa va messa tutta in positivo. In realtà si tratta ancora di comporre, nella pratica di governo, questo accordo strategico di centro-sinistra: tra un centro democratico articolato che va dai Popolari a Rinnovamento italiano e una sinistra democratica articolata che va dal Pds a Rifondazione, con un'anima ambientalista, che sempre più sembra autonomamente riconoscersi nelle ragioni di una moderna sinistra del futuro.

È sulla fase due di governo che adesso tutte queste forze vanno vigorosamente ridislocate: su un programma di legislatura che leghi, e riesca a far vedere che sono legati, risanamento e riforme, bilanci e lavoro, spesa sociale e occupazione, moneta unica europea e pace politico Italia, emergenze del Sud ed emergenze del Nord. E qui la guida politica, non ragionieristica e nemmeno manageriale, dei processi, è essenziale, è l'elemento che alla fine fa la differenza. Del capo del governo, certo, ma anche delle forze politiche, dei partiti, che compongono la coalizione. Insomma, il modo per consolidare la maggioranza è ricollocarla ambiziosamente più avanti.

CARO FAUSTO, vale la pena di tenere questo governo sulla corda a prova di strappo di una contrattazione giorno per giorno, provvedimento per provvedimento, spendendo così tutte le energie per sopravvivere e non avendone più per provare a cambiare? O non conviene invece impegnarsi a distendere l'azione di governo su un tempo medio in grado di cominciare a programmare un cambiamento riformatore? Contribuendo così attivamente a far avanzare l'intero scenario politico. Questo farebbe un gran bene al paese e nello stesso tempo e per le stesse ragioni un gran bene alla sinistra. Il paese reale non sta bene e l'ottimismo non lo fa stare meglio.

La forza politica di Rifondazione comunista e la sua sensibilità sociale è poco se è solo uno stimolo per l'azione di governo, deve essere una delle sue anime, direi una delle sue culture. E l'Ulivo non deve essere questo corpo centrale che media faticosamente tra due ali. Lì dentro il Pds stesso rischia una deriva centrista, se non riparte il processo della grande sinistra. E per questa non basta un Forum e non basta nemmeno il civile dialogo tra le due sinistre. Ridislocare più avanti il governo, su un terreno riformatore, serve anche a ricomporre, a riorganizzare, il blocco sociale che sta a fondamento della sinistra politica. Ecco perché questo passaggio è strategicamente importante ed ecco perché fare la cosa giusta è adesso spendersi in esso.

DALLA PRIMA PAGINA

La strada è il dialogo

speranza di una vita e di una società migliori, ai drammi, ai conflitti, ai dilemmi che la nostra epoca ci squaderna.

Nell'ordine del giorno contro la discriminazione delle persone omosessuali si è voluto affrontare il problema di assicurare il pieno godimento dei diritti di cittadinanza a individui che, per il loro orientamento sessuale, sono «oggetto di forti discriminazioni a livello del diritto, della società, della cultura» e di ridurre gli spazi della marginalità sociale, della devianza e della solitudine che invadono, per tanti, troppi varchi, il nostro mondo. È la preoccupazione che ha guidato l'approvazione del documento sulle tossicodipendenze è quella di contrastare nei modi più efficaci il terribile e sempre più esteso traffico di droghe dinanzi al con-

statato fallimento della strategia proibizionista. Non si è certo inteso calare la guardia e tollerare il diffondersi nel mondo giovanile di culture dell'irresponsabilità ma provare a curare e proteggere nel modo migliore chi è caduto nella trappola dell'uso di droghe e bloccare il loro diffondersi.

Disconoscere l'ispirazione etica che è sottesa ai nostri orientamenti (che, è bene ribadirlo, hanno appunto il carattere di orientamento politico e non sono né vincolanti per i singoli né impegnano la politica del governo) significa sbarrare il passo alla volontà di confronto e di dialogo che ci anima. Perché da parte della gerarchia vaticana non si è voluto cogliere il senso complesso dei nostri argomenti e li si è voluti ridurre a stanca ripetizione di moduli laicisti? Pos-

so capire la voluta chiusura di alcuni dirigenti politici che riattizzano strumentalmente il fuoco dello scontro ideologico tra laici e cattolici, pensando così di riprendersi alcune carte del gioco politico che sono sfuggite loro di mano. Ma altra è la prospettiva della Chiesa cattolica.

E per questa prospettiva sarebbe particolarmente importante intendere le ragioni che hanno portato ad approvare l'ordine del giorno sulla libertà femminile e la tutela dell'embrione. È nostro l'intento di tutelare la dignità umana dell'embrione dinanzi agli sviluppi incontrollati delle tecnologie riproduttive e della sperimentazione genetica - è di questi giorni la notizia del successo di un esperimento di clonazione di una pecora che potrebbe preludere, se non si interviene, ad analoghi tentativi sulla specie umana - Ma noi pensiamo che la tutela dell'embrione separato dalla madre debba essere affidata a una seria disciplina legislativa, che ponga limiti e

controlli all'anarchia che oggi vi-ge in questo campo in Italia.

Imboccare la via, come ha fatto il Movimento per la vita e quanti ne condividono la tesi, del riconoscimento della piena personalità giuridica dell'embrione, crediamo sia solo fonte di conflitto con coloro che sono le prime insostituibili depositarie della difesa e tutela della vita umana: le donne. Significa contrapporre due diritti, quello della donna a quello dell'embrione i cui diritti come persona possono essere fatti valere contro colei che lo custodisce. Si ritorna così all'antica concezione del corpo materno puro contenitore privo di libertà e responsabilità. Ecco il passaggio più teso e difficile del rapporto con il pensiero cattolico che continua a rifiutare all'essere femminile il dono della libertà, della scelta, e di appellarsi non all'obbligo costruttivo ma alla sua responsabilità. Per arcaica diffidenza, sfiducia nelle sue capacità di essere soggetto morale? Il maschilismo di queste radicate

concezioni che vedono nella donna istinto, passionalità, capriccio sopravvive alle coraggiose, innovative parole che papa Wojtyła ha pronunciato sul «genio femminile».

Eppure fare spazio nel mondo alla libertà femminile e riconoscerla può accendere una luce di speranza, perché la libertà femminile porta incisa nella stessa materialità corporea il limite, il vincolo della relazione con l'altro, della responsabilità verso l'altro.

Libertà e responsabilità si legano in origine in modo inscindibile. Chi teme nel mondo contemporaneo la perdita di riferimenti e di vincoli etici e sa che non possono più essere essi posti per via autoritaria e repressiva, può scorgere nella libertà femminile non un pericolo, un annuncio di morte ma la possibile promessa di più giuste relazioni etiche.

[Francesca Izzo] ***Responsabile area femminile del Pds**

l'Unità

Direttore responsabile: Giuseppe Caldarola
 Condirettore: Piero Senocetti
 Vice-direttore: Marco Damasco (vicario)
 Giancarlo Bozetti
 Redattore capo centrale: Pietro Spataro

"L'Arca Società Editrice de l'Unità S.p.a."
 Presidente: Giovanni Laterza

Consiglio d'Amministrazione:
 Elisabetta Di Primo, Marco Freda
 Giovanni Laterza, Simona Marchini
 Renato Mattia, Alfredo Medici, Genaro Mela
 Claudio Nencalido, Raffaele Petrucci, Ignazio Ravasi
 Francesco Riccio, Gianluigi Santini

Consigliere delegato e Direttore generale:
 Raffaele Petrucci

Vicedirettore generale:
 Dario Azzellino

Direttore editoriale:
 Antonio Zullo

Direzione, redazione, amministrazione:
 00187 Roma, Via dei Due Macelli 23 13
 tel. 06 698981, telex 613461, fax 06 6783555
 20124 Milano, via F. Casati 32, tel. 02 67721

Quotidiano del Pds

Iscriz. al n. 243 del registro stampa del trib. di Roma, iscriz. come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3142 del 13/12/1996