



L'Unità *due*



VENERDÌ 6 FEBBRAIO 1998

EDITORIALE

L'ondata gay nel mondo macho della pubblicità

KLAUS DAVI

LA NOTIZIA, non ancora trapelata in Italia, non può passare inosservata. Perfino il mondo «machista» del tabacco, quello che, per intenderci, celebrò il mito del cow boy tutto cavallo e sesso, punta adesso sui gay per «riversare» la propria immagine. E non si tratta di una marca qualsiasi, bensì della supercolaudata West, sponsor della McLaren in Formula Uno e considerata tra le più virili marche di tabacco in circolazione. La West per la propria pubblicità in Germania ha scelto l'immagine di due statuari fotomodelli rappresentanti una coppia di gay seminudi intenta ad amareggiare. La campagna, pianificata nella Germania del democristiano Kohl, susciterà (volutamente) un acceso dibattito fra gli operatori. È la prima volta, infatti, che una situazione erotica fra due uomini viene rappresentata con lo scopo esplicito di vendere sigarette. Problemi per le conseguenti polemiche? Niente affatto. I pubblicitari tedeschi sono strenui difensori del cosiddetto *omo marketing*. Che si tratti di stupire attraverso scene forti o di usarlo per contattare un target specifico, ne fanno ricorso a man bassa e in forma sempre più determinata.

L'ondata gay nel marketing, però, ha già illustri predecessori. La prima campagna pubblicitaria a farvi ricorso esplicitamente fu quella dell'Ikea. La multinazionale svedese, smentendo tutte le analisi di mercato e i sondaggi che scoraggiavano l'operazione, assunse quali testimonial una coppia di gay intenti a rivolgersi tenerezze, già nell'ormai lontano 1994, per pubblicizzare i propri mobili.

Infrangendo un rigido tabù, l'Ikea una fra le aziende più calviniste d'Europa (sarà un caso?), giudicò assolutamente legittimo che al supermercato due innamorati maschi si scambiassero teneramente pareri sulla gestione della casa. E soprattutto, fu la prima azienda a capire che la comunità gay andava contattata con una comunicazione ad hoc. L'Italia fu esclusa dalla pianificazione della campagna per l'eccessivo potere

della morale cattolica in quel paese». Confortati dal successo di pubblico e di critica, alla prima ondata gay seguì una seconda, ancora più forte e trasgressiva: il genere *trans*. La Levi's, forte di un reparto marketing fra i più coraggiosi e audaci nel mondo, propose uno spot con un testimonial transessuale. Ma le ultime provocazioni sono state ancora più forti e trasgressive, in quanto provenienti da settori, quello cosmetico e quello dell'abbigliamento, che non sempre avevano «brillato» per originalità creativa. La multinazionale dei cosmetici Mac, infatti, con sede a Toronto e pronta a invadere l'Italia con prodotti da trucco, ha «assoldato» il transessuale Ru Paul - visto in un recente sondaggio dagli italiani come marito o moglie del «sacerdote» del trasformismo politico Rocco Buttiglione - licenziando in tronco un'altra testimonial famosa: Pamela Anderson.

IN ITALIA, qualche tempo fa, ha fatto notizia l'Atm di Roma, che ospitò nei propri convogli l'immagine di due uomini intenti a baciarsi per pubblicizzare una marca di mentine. Una provocazione che ha suscitato vivaci proteste da parte del mondo cattolico e perbenista. L'Atm romana fu «diplomaticamente» costretta a ritirare il manifesto.

Per tornare alle campagne internazionali, non meno coraggiosa è stata la scelta dell'austera Sara Lee, produttrice del Wonderbra, che ha autorizzato un travestito inglese, Eddie Lizard, a imitare parodisticamente su Marie Claire la pubblicità della procace Eva Herzigova. «Guardami negli occhi, anche se sono un maschio», grida il claim della campagna e fra il pubblico inglese ha riscosso un successo travolgente.

Morale: il mondo del marketing, un tempo patria dei mulini bianchi, dei Caroselli in salsa democristiana e del consenso più becero verso l'istituzione patriarcale, sta rivoluzionando tutte le categorie sessuali tradizionali. Dagli Usa alla Germania, dall'In-

SEGUE A PAGINA 2



Costa-Gavras «Tv, un mostro made in Usa»

Intervista al regista sul suo film «Mad City»
Un sistema mediatico impazzito che calpesta ogni regola deontologica in nome dello scoop e dell'audience

MICHELE ANSELMINI A PAGINA 7

Per convincere i big si era anche pensato di cambiare il regolamento
Sanremo senza i super ospiti italiani
Dopo tanti rifiuti Raiuno getta la spugna

L'Espresso UTET
IL MONDO DELLE SCIENZE:
PROTONI, ELETTRONI, QUARK E CD-ROM.

Il quinto CD-Rom "L'ATOMO"
in edicola con L'Espresso a sole 16.900 lire.

Al Festival di Sanremo non ci saranno super ospiti italiani. Lo ha deciso Raiuno dopo aver constatato «l'impossibilità di allestire un cast all'altezza delle attese». Viene così a cadere l'ipotesi che sembrava destinata a caratterizzare l'edizione di quest'anno, nata con l'obiettivo di riportare al festival i protagonisti della musica italiana e i cantautori. I primi non sono arrivati a causa del regolamento, che prevedeva soltanto la partecipazione di artisti che avessero pubblicato un album che nel '97 avesse occupato le prime tre posizioni della classifica Fimi-Nielsen. Dopo i no dei grandi cantautori si era pensato a una modifica del regolamento, ma la lunga lista di rinunce - tra gli altri Ramazzotti, Dalla, Nek, Vecchioni - haspinto i dirigenti di Raiuno a gettare la spugna.

DANIELA QUARESIMA A PAGINA 7

È morto il vulcanologo francese che fu ministro e consigliere di François Mitterrand
La scomparsa di Tazieff, «poeta del fuoco»

GIANNI MARSILLI



Haroun Tazieff Utz/Ansa

APPARTENEVA alla schiatta dei Cousteau, dei Paul-Emile Victor (l'esploratore dei poli), dei Theodore Monod (che ancora oggi, quasi centenariano, va a spasso nel Sahara). Uomini per i quali la scienza è più avventura che laboratorio. Viaggiatori instancabili, attratti dalla terra, dai suoi abissi, dai suoi inferni, dai suoi minerali più che dai misteri della galassia. La passione di Haroun Tazieff, morto a Parigi a 83 anni, erano i vulcani. Ma anche la boxe (51 vittorie, una sconfitta), il rugby, l'alpinismo. E i suoi compagni della Resistenza in Belgio, e i fiumi d'Africa, e il cinema (vinse a Venezia nel '57 con «Acque sotterranee»). Cittadino del mondo, nato a Varsavia da padre russo musulmano e madre polacca, cresciuto nell'antica Tiflis in Georgia e poi a Bruxelles e Parigi, ingegnere agrario dopo aver

sognato di diventar pittore o marinaio. Una bella faccia scolpita nel legno, un fisico da lottatore, un carattere impossibile, uno spirito libero. Un avventuriero che voleva capire e far capire, in barba a percorsi e orpelli accademici. Fu persino segretario di Stato alla protezione civile con Mitterrand nell'84. Ma durò poco. Chirac, che ieri l'ha omaggiato, gli abolì il dicastero nell'86.

Per tutti resterà Tazieff il vulcanologo. Il «poeta del fuoco», come lo battezzò Jean Cocteau. Ebbe la rivelazione un giorno del 1948 nel Katanga congolese, dove lavorava in una miniera di stagno. Il Kitouro si agitava, sputava lava e lapilli. Andò a vedere, restò incantato. Volle «visitare» anche il Niragongo. Dalla cima scese per quasi quattrocento metri verso il lago incan-

SEGUE A PAGINA 5

Sport

CALCIO
Peruzzi: «Basta La Juve non è protetta»

Il portiere replica a Jugovic: «Anche io quando giocavo nella Roma pensavo che il club fosse aiutato con i calci di rigore. Sbagliavo».

FRANCESCA STASI A PAGINA 10

KLUVERT
Archiviata l'accusa di stupro

La Corte d'Appello di Amsterdam ha deciso di archiviare l'accusa di stupro contro il giocatore del Milan che aveva sempre negato la violenza.

MARCO VENTIMIGLIA A PAGINA 11



IL CASO
Boskov caccia il procuratore dagli spogliatoi

L'allenatore blucerchiato ha allontanato dal campo d'allenamento il manager di alcuni giocatori. «Le trattative di mercato sono finite. Ora lasciateci in pace».

IL SERVIZIO A PAGINA 10

CALCIO
Un quindicenne squalificato fino al 2001

Per una pedata sul sedere dell'arbitro un ragazzo fiorentino squalificato dal giudice fino al 2001. La società farà ricorso contro la decisione.

MAURIZIO FANCIULLACCI A PAGINA 11



Gli ultimi giorni di
Monsieur Verdoux

IN EDICOLA