

Williams confessa «Per correre rubai pneumatici Ferrari»

«Frank Williams, The inside story of the man behind Williams Renault» è il libro che racconta il passato «povero» della scuderia di F1 campione del mondo negli anni Settanta. Racconta un ingegnere, Dennis Ruschen, che lui stesso, su ordine del patron, si recava di nascosto al complesso della Goodyear e di frugare tra i pneumatici scartati dalla Ferrari per i piloti Clay Regazzoni e Niki Lauda».

Aletica, Europei 13 azzurri agli Indoor di Valencia

Iniziano oggi a Valencia, Spagna, i XXV campionati europei indoor (39 paesi per 541 atleti): l'Italia è presente con i suoi migliori atleti reduci dai Sei Nazioni di Genova e dai 4 primati italiani stabiliti nel '98. 23 gli azzurri iscritti (10 le donne) tra cui Paolo Dal Soglio nel getto del peso, e Fiona May nel lungo. Le rappresentative più numerose sono Francia (51), Spagna (46) e Russia (39).



Settimana velica a Miami Beach Chieffi al comando

Lo sloop italiano Breeze (49 piedi) timonato da Tommaso Chieffi e impegnato nella 57ª settimana velica di Miami, Florida, è al comando insieme agli americani di Flash Gordon e ai sudafricani di Seagoon della Cutty Sark race. Le prime regate sono state «soddisfacenti» per Chieffi e l'equipaggio che hanno rischiato lo stop a causa del singolare furto di tutte le vele da venti forti.

Ciclismo, Calabria Tappa a Bartoli e Massi il Giro

Rodolfo Massi si è aggiudicato l'ottava edizione del Giro ciclistico della Calabria giungendo nel gruppo dei primi al termine della terza e ultima tappa, Chiaravalle Centrale-Taurianova di km. 190,500 vinta dallo sprint da Michele Bartoli che ha preceduto, nell'ordine, Filippo Casagrande ed il russo Alexander Vinokourov. Prossimo obiettivo di Bartoli la prossima Milano-Sanremo.



Duro giudizio sulla campagna Pirelli con il Fenomeno visto come Gesù. Il caso al «giuri» della pubblicità?

Ronaldo messo in croce La Chiesa bocchia lo spot

ROMA. Ronaldo-Cristo Redentore, alla Chiesa proprio non va. L'immagine del giocatore nerazzurro nella posizione della celebre statua di Rio de Janeiro viene subissata dalle critiche. Si parla di «Cattivo gusto», di «mancanza di sensibilità», di «assurdità» e la reclame della Pirelli viene bocciata. Lo spot è stato presentato soltanto mercoledì. Dopo le vecchie pubblicità (Eric Cantona «inserito» in un dipinto di Piero della Francesca, Carl Lewis con i tacchi a spillo, della Perec tra le intemperie) la Pirelli ha pensato di ricorrere ad un'altra immagine «forte», quella di Ronaldo al posto della statua del Cristo Redentore davanti a Rio. Durante la presentazione lo stesso campione brasiliano aveva tenuto a precisare: «Non è un'immagine blasfema - aveva detto il giocatore - sono cattolico, credo in Dio. L'immagine è bella e poi è la stessa posizione che assumo quando faccio gol. Per me è un modo per essere vicino alla mia città».

Ma la cosa non è andata giù nemmeno al cardinale di Rio, don Eugenio Sales che ha invitato il pargolo a ripensarci. E anche il cardinal Tonini ha preso parola sullo spot bollandolo di cattivo gusto: «Gesù bisognerebbe lasciarlo stare, per fortuna è ancora un nome rispettato. In quello spot c'è una caduta di gusto e un'indecenza di fondo». E per Ersilio Tonini non è certo una giustificazione il fatto che Ronaldo si proclami cattolico e neghi qualsiasi intento blasfemo: «Che sia cattolico non vuol dire niente, anzi, è peggio ancora. Ci sono cattolici che ammazzano e si macchiano di cose miserevoli».

Nessuno, in un paese musulmano si azzarderebbe a fare una pubblicità così: «Ci sarebbero reazioni eccessive, da noi invece si fa una smorfia e si passa ad altro. Si è persa sensibilità». Un'altra bordata la spara il responsabile della Pastorale giovanile della Cei, don Domenico Sigalini, uno degli organizzatori del concerto di Bologna, dove anche Bob Dylan ha cantato per il Papa. «È assurdo - ha commentato - che, per promuovere un prodotto, si arrivi a pensare di far imitare da un calciatore una immagine religiosa che per molte persone ha grande significato e valore. Questo spot lo trovo di cattivo gusto».



Il manifesto pubblicitario della Pirelli che ritrae Ronaldo al posto della statua del Redentore. In basso Suor Paola

Parla il fotografo autore delle famose campagne provocatorie Oliviero Toscani: «Soliti, vecchi anatemi per difendere un assurdo "copyright"»

TORINO. Non si perde in preamboli Oliviero Toscani, fotografo trasgressivo, e pioniere di una trasgressione che spesso cade nella rete delle aule giudiziarie. Dalla Germania, dove si trova per lavoro, quasi implora una condizione alla chiacchierata via cellulare: no comments su Sanremo. Ma, sul «pressing» di monsignor Tonini su Ronaldo, non ha esitazioni o dubbi di sorta: segnale di verde per la pubblicità del Pallone d'oro: rosso acceso, all'opposto, per le dichiarazioni del presule, da cui traspare la ruggine mai rimossa tra il fotografo e la Chiesa cattolica. Dal Cristo di Ronaldo alla reazione del cardinale di Ravenna: facce dello stesso tormentone su ciò che è lecito e su ciò che non lo è, sulla deriva pubblicitaria e su quello che tocca le coscienze, a volte al di là delle stesse intenzioni dei suoi creatori, in una carrellata di primi piani su soluzioni sempre perfettilabili, ma mai plebiscitariamente accettate. Come nel caso di Toscani, contrario allo «j'accuse» del cardinale, in coerenza con il suo desiderio esistenziale: «Voglio vi-

vere da laico in un paese laico». Chi glielo impedirebbe, Toscani? «Nella circostanza, la logorrea di monsignor Tonini. Certo, il cardinale è una persona per bene, però diciamo senza infingimenti, manifesta tutto il suo spirito reazionario quando decide di rappresentare da solo l'onnipotenza divina della Chiesa». Che livore contro la Chiesa cattolica... «Doveroso verso chi pretende il copyright su tutto ciò che è per definizione religioso, depositario di tutto ciò che attiene alla cultura cattolica. Guardi come vanno le cose nel nostro paese: guai a parlare di sacrificio sulla croce in forma diversa, magari con un velo di ironia o pretendendo di smitizzarlo. Si corre il rischio di essere bersagliati da un anatema dietro l'altro».

«Eccome. Il che mette a fuoco il vero problema di fondo su cui, scusi il gioco di parole, si fonda la mia contestazione: perché, e mi ripeto, la Chiesa deve avere il monopolio (ideologico) sulla pubblicità in odore di cattolicesimo?». Si spieghi meglio. «La Chiesa non reclamizza forse (e con successo) da duemila anni il suo messaggio? E per secoli non lo ha forse diffuso esercitando il potere temporale, inventandosi streghe e eretici, tribunali dell'Inquisizione e roghi... I tempi cambiano, ma evidentemente per la Chiesa cattolica la sostanza rimane». E quale sarebbe la sostanza? «Gli argomenti sacrali sono tabù per gli «estranei», guai a chi ci mette il naso. In parole povere, per il Vaticano, Dio, Gesù e la croce sono a gestione controllata. E se qualcuno indebitamente invade il campo, arriva la scomunica, brutale, dura, inappellabile. Appunto, la mazzata su Ronaldo, al quale il cardinale misura anche i carati di fede».

Non le sembra di essere troppo severo con monsignor Tonini? «Perché non dovrei esserlo con chi sostiene che si sta banalizzando tutto? Non è forse la sua stessa affermazione una banalizzazione? Forse una società laica banalizza, offende una religione pubblicizzandone i simboli? E che cosa significa il riferimento all'Islam? Che Maometto e il Corano sono diventati un modello pervasivo? Proviamo a chiederlo all'autore de «I versi satanici», Salman Rushdie, condannato a morte da un tribunale islamico...». Il discorso del cardinale è più ad ampio raggio. Ad esempio, investe una particolare categoria dell'animo umano, la sensibilità, di cui secondo il sacerdote si sarebbe perduta traccia.



LA TIFOSA

Suor Paola: «Più che blasfemo lo trovo esteticamente brutto»

«Ed io affermo che è vero il contrario: se si ascolta tanta musica, non per questo si perde la sensibilità musicale; tutt'al più, si affina il senso critico».

Michele Ruggiero

ROMA. La Chiesa alza la voce contro lo spot di Ronaldo e Suor Paola si unisce al coro. Pur mantenendo sempre un tono pacato e sereno, la suora sportiva, la super-tifosa della Lazio, famosa per la trasmissione di Fazio «Quelli che il Calcio», muove le sue critiche agli ideatori della campagna pubblicitaria, anche se non li accusa di irriverenza. «Il fatto è che oggi - dice la religiosa - la pubblicità, come la televisione, non sa più che cosa inventarsi per attirare l'attenzione della gente. Io ho notato subito quella pubblicità, come l'avranno certo notata tutti, e francamente non mi pare proprio di buon gusto».

Per Suor Paola, però, non è solo la sovrapposizione di Ronaldo con il Cristo Redentore il motivo della critica, quanto piuttosto la ricerca di stupire ad ogni costo. «Al di là dell'aspetto religioso - dice - quello che mi ha colpito è la staticità dell'immagine. Ecco, io penso che questo non sia uno spot che si addica ad uno sportivo. Un campione come Ronaldo, lo si immagina mentre fa gol, mentre corre. Non mentre è fermo in una posa... statuarica. Ecco, in quella posizione mi ricorda molto una statua». Dunque, è anche una critica estetica quella di Suor Paola: la rigidità, la mancanza di plasticità e il contrasto con l'immagine di un fenomeno del pallone, abituato agli scatti, alle fughe, all'ineffabilità. Di cattivo gusto, esteticamente inadatto: forse la pubblicità della Pirelli dovrebbe essere bloccata? «Non lo so - dice Suor Paola - però, in definitiva, non so quanto la Pirelli ci guadagni da quello spot quanto ci rimetta...» [A.Q.]

SE IL PROBLEMA E'... ALLORA SI PUO' TRATTARE DI...

- Alitosi, faticoso, pesante, causa di imbarazzanti problemi nella vita sociale di relazione**
- Cattiva digestione** di un pasto pesante o speziato (aglio, cipolla, ecc.)
- Prolungato ristagno** delle scorie nell'intestino
- Consumo eccessivo** di alcolici e sigarette, specialmente durante i pasti
- Insufficiente igiene orale**

CHIEDI AL TUO FARMACISTA

SALVA-ALITO GIULIANI, compresse dal gusto fresco, a base di:

- Olio essenziale di Cardamomo
- neutralizza i cattivi odori nello stomaco, demolisce i componenti maledoranti o inattivi;
- facilita la digestione, il transito e l'eliminazione delle scorie di odore sgradevole;
- Olio essenziale di Menta e Liquirizia - sviluppano un immediato effetto rinfrescante in bocca.
- Le compresse di Salva-Alito Giuliani masticate lentamente subito dopo i pasti, combattono l'imbarazzante problema dell'alitosi: la dove nasce, nello stomaco.
- Non contiene zucchero (quindi non favorisce la carie ed è adatto anche ai diabetici o a chi segue una dieta ipocalorica).
- Non è un farmaco.



Alito più sicuro dopo i pasti