

BRUNO CAVAGNOLA

**MILANO** Lui la definisce una «congiura di palazzo», ma i consiglieri che l'hanno sfiduciato parlano di una gestione personalistica e di una insufficiente progettualità. Ormai è rottura tra il presidente della Triennale, Alfredo De Marzio, e il suo Consiglio di amministrazione, che in due riunioni successive gli ha bocciato, a maggioranza, il Bilancio preventivo per il 1999 con conseguente mozione di sfiducia. Ma lui non vuole andarsene, ha anzi convocato per il 30 dicembre una nuova riunione del Consiglio di amministrazione. Va bene, dicono i suoi oppositori, ma all'ordine del giorno non deve mettere l'approvazione dell'esercizio provvisorio, ma le sue dimissioni; altrimenti non sene fa niente.

È intanto la Triennale, e il palazzo che la ospita dal 1933 nel verde

## Milano, la Triennale nella bufera

### È rottura tra il presidente De Marzio e il consiglio di amministrazione

del centralissimo Parco Sempione, languono: finisce sui giornali più per qualche intonaco caduto dai soffitti che non per le iniziative sul design, l'architettura e il progetto che pure ne costituiscono la ragione d'essere.

Almeno i due terzi dell'area espositiva del palazzo disegnato Giovanni Muzio (8.000 metri quadrati) rimane per mesi e mesi inutilizzata e l'intero primo piano è vuoto. Certo De Marzio, nella Nota che ha allegato al suo Bilancio, ricorda i problemi di fondo della Triennale: l'assoluta mancanza di fondi, la drastica riduzione del 26% dello stanziamento dello Sta-

to, l'esaurimento degli avanzi di amministrazione, la carenza di manutenzione del palazzo, la complessità di un'area espositiva di cui solo 1.500 metri quadrati sono stati razionalizzati. Ma è proprio su come vengono affrontate queste difficoltà oggettive che la maggioranza del Consiglio ha espresso forti riserve.

La legge - si fa osservare ad esempio - impone alla Triennale di organizzare ogni tre anni una Esposizione internazionale. Ebbene nel programma 1999-2001 il riferimento all'evento che dovrebbe caratterizzare l'attività dell'Ente è quanto mai laconico: «XX Esposi-

zione Internazionale. Settembre 2000. Tradizionale appuntamento triennale per un confronto internazionale su un tema di attualità culturale».

Il presidente si giustifica: non ho i soldi e dal Consiglio non sono emerse proposte. Falso, ribadiscono gli altri. Come tema era stato proposto «Quando la natura è ostile» per verificare come l'uomo si attrezza per affrontare quelle calamità naturali (terremoti, inondazioni, frane) che in Italia di certo non mancano.

Proposta bocciata, a dispetto anche del parere favorevole di quel comitato di esperti (composto da

tre docenti universitari) creato dallo stesso presidente per pensare all'Expo 2000. Per quanto riguarda i soldi, nessun ente oramai li può chiedere a scatola chiusa: vanno fatti dei progetti e su questi poi si cercano i finanziamenti presso gli sponsor privati.

Ma - aggiungono gli oppositori del presidente - più in generale c'è una strategia dell'Ente che non riesce ad emergere: il Bilancio di previsione è ricco di progetti (Galleria del Design, dell'Architettura, del Virtuale, mostra su Aldo Rossi, ecc.) e povero di indicazioni concrete su come realizzarli. A ciò va aggiunta una gestione di tipo mo-

nocratico che lascia perplessi. Ciò ha comportato, ad esempio, il rifiuto di due «ospitalità» significative: «Automobilia», l'esposizione delle auto più belle dell'anno, e «Convivio», una raccolta di fondi per la lotta contro l'Aids promossa dagli stilisti italiani attraverso la vendita a prezzi scontati dei loro prodotti. E ciò nonostante design automobilistico e moda siano due campi propri della «missione» della Triennale.

Ma sulle mancate dimissioni di De Marzio si fa anche un'ipotesi molto concreta.

Tra poco il governo approverà la nuova legge-delega sulle privatizzazioni e anche la Triennale diventerà una Fondazione: tutto il Consiglio decadrà e il presidente diventerà il commissario per gestire la transizione. Un incarico provvisorio, ma di estrema importanza. E su questo la battaglia è chiaramente aperta.

# Scienze, la sfida viene dall'Oriente

## Il rischio che può derivare dalle sperimentazioni di paesi come l'Irak

PIETRO GRECO

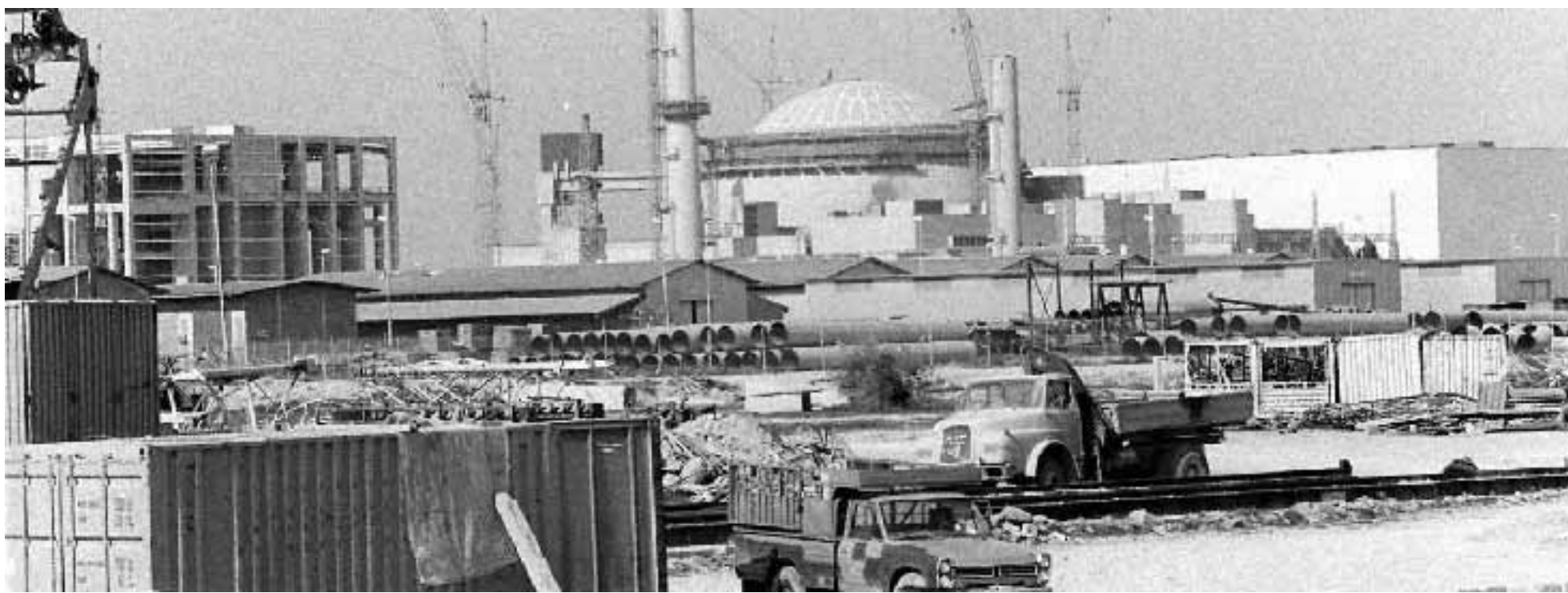
Da Seul, Corea del Sud, è giunta notizia, nei giorni scorsi, del primo, controverso, tentativo di clonare l'uomo. Da Baghdad, Irak, sono giunte notizie sugli effetti, che solo il cinismo del gergo militare può definire secondari (la morte di centinaia di civili innocenti), causati dalle azioni di guerra con cui Stati Uniti e Gran Bretagna hanno cercato di smantellare l'arsenale NBC (nucleare, biologico e chimico) allestito dagli scienziati di Saddam Hussein e considerato un pericolo per l'intera umanità. Da Johannesburg, Sud Africa, è giunta notizia nelle settimane scorse che un africano, sia pure di pelle chiara, Philip Tobias, ha scoperto il più antico ominide mai rinvenuto. Ancora: nei mesi scorsi il mondo è rimasto a lungo col fiato sospeso, mentre India e Pakistan si fronteggiavano a colpi di test nucleari. Intanto gli analisti economici confermano che il paese che ha visto aumentare di gran lunga più velocemente l'export di alta tecnologia negli ultimi dieci anni è la Cina. Nei mesi scorsi, infine, non abbiamo nascosto la nostra sorpresa nell'apprendere che un'importante compagnia aerea del Regno Unito aveva trasferito in India il proprio cervello operativo (leggi direzione informatizzata).

Cosa sta succedendo? È iniziata la sfida decisiva? Il Sud povero del Mondo sta mostrando di saper finalmente competere con il Nord opulento sul piano, fino a ieri considerato impossibile, della scienza e delle tecnologie più avanzate? No, non lasciatevi ingannare dai singoli exploit. La sfida non è ancora iniziata. E la differenza sta tutta in queste cifre: il Sud ospita l'80% della popolazione del mondo, ma solo il 2% delle riviste scientifiche del pianeta. Il Sud del

La scheda

Il fumo che uccide

**Cento milioni di giovani cinesi, uno su tre, morirà nei prossimi decenni a causa del fumo. Lo hanno annunciato due gruppi di ricercatori a Pechino. I cinesi ormai fumano molto. E le previsioni non stanno meraviglia. Sia negli Stati Uniti che in Cina, per esempio, il 12% della popolazione maschile muore a causa delle sigarette. E c'è una grande differenza sul modo in cui i cinesi reagiscono al fumo, rispetto agli occidentali. I fumatori cinesi soffriranno molto più per malattie respiratorie e per tubercolosi.**



mondo produce, ormai, quasi il 50% della ricchezza planetaria, ma mette in campo solo il 10% delle risorse destinate a finanziare la ricerca scientifica e lo sviluppo tecnologico. Il Sud del mondo importa, ormai, il 25% dell'alta tecnologia prodotta ogni anno sul pianeta, ma detiene solo l'1% dei brevetti. Insomma, come scriveva Nobel 10 anni fa l'unico premio Nobel per la fisica di religione islamica, il pakistano Abdus Salam, la scienza e la tecnologia sono ancora oggi: «ciò che distingue fondamentalmente il Sud dal Nord del pianeta». Naturalmente questa analisi a grana grossa non coglie le differenze che caratterizzano il cosiddetto Sud del mondo.

Prendete, ad esempio, le due nuove iscritte al «club nucleare»: Pakistan e India. I due paesi hanno un passato comune: si sono divisi

appena 50 anni fa. Ed entrambi fanno sfoggio di muscoli nucleari. Ma quanta differenza, per il resto! Il Pakistan, a dispetto di una crescita economica sostenuta, resta un paese semi-feudale. In cui la metà degli uomini e i tre quarti delle donne non sanno né leggere né scrivere. Al contrario l'India, che pure ospita una quantità inusitata di poveri, ha per la scienza e la tecnologia una particolare inclinazione concretamente sostenuta. In primo luogo spende l'1% del suo prodotto nazionale lordo: come l'Italia, in termini relativi. Dispone di 120 istituti universitari per lo sviluppo tecnologico e di 100 laboratori nazionali. E con questo know how che ha sviluppato una propria agricoltura avanzata e che ha sconfitto, quanto meno, la ricorrenza delle carestie. Differenze ancora più marcate si

registrano tra aree molto distanti tra loro. Le «conomie dinamiche dell'Asia» (la Corea del Sud, Taiwan, Singapore) da anni, ormai, investono in ricerca e sviluppo tecnologico una percentuale della ricchezza prodotta superiore alla media europea e doppia rispetto all'Italia. E questi investimenti cominciano a essere produttivi. Non solo nei settori più applicativi, ma anche nella scienza teorica di base. In quella medesima area c'è il Giappone. E c'è la Cina, che ha interrotto il totale isolamento del periodo di Mao e ha iniziato a coltivare una scienza che dialoga con il resto del mondo. La scienza cinese è in fase di rapido recupero. La tradizione culturale e il numero di ricercatori che la Cina può mettere in campo, insieme ai fondi liberati da una economia in fortissima crescita, lasciano prevedere

**Una centrale nucleare in Irak. Faticosa delle strutture militari si combinano nella drammatica del paese**

che l'Asia orientale diventerà, a breve, uno dei grandi attrattori dello sviluppo scientifico e tecnologico del pianeta.

Dall'altra parte del pianeta, Brasile e Argentina stanno allestendo un certo numero di centri di assoluta eccellenza in campo scientifico e tecnologico. L'esempio dell'Asia Orientale e dell'America Meridionale non è, però, universale. L'Africa, per esempio, resta tagliata fuori. Nel continente subsahariano gli investimenti pubblici nella ricerca scientifica languono e quelli privati sono addirittura in diminuzione. Anche la speranza informatica, per ora, resta, appunto, una speranza: se nei paesi del Terzo Mondo, in media, solo una biblioteca universitaria su 10 ha un computer, nell'Africa subsahariana il rapporto diminuisce quasi di un ordine di grandezza. I

paesi islamici del Nord Africa e del Medio Oriente sono in condizioni certamente migliori. Vantano una antica e nobile tradizione scientifica e una cultura di massa piuttosto diffusa. Tuttavia oggi non sono, come dire, paesi fortemente orientati verso la scienza e soprattutto verso la tecnologia. Per i tre motivi che, già dieci anni fa, individuava Abdus Salam: la scienza non è considerata un motore dello sviluppo umano e civile; l'innovazione tecnologica non rappresenta una priorità strategica; le strutture istituzionali e persino le leggi sono inadeguate. La sfida alla scienza e alla tecnologia dei paesi ricchi dell'Occidente viene, in questo momento, solo dall'Estremo Oriente. E non è neppure imminente. Ma questo più che un vantaggio, per noi, e per il mondo intero, è un tremendo handicap.

MARIA NOVELLA OPPO

Se la pubblicità è l'anima del commercio, potrebbe anche essere l'anima di questo secolo commerciale. Di certo, se si tratta di spot, si tratta di cinema, nato dal cinema e che di cinema si alimenta continuamente. Il fenomeno non è nuovo. Ai tempi di «Carosello» i protagonisti della commedia all'italiana erano anche gli eroi dell'avventura commerciale. Oggi però non si tratta soltanto di usare gli stessi testimonial: la citazione dei film è precisa e spesso addirittura fatta manipolandone le immagini. La Peugeot 106 ha ricreato il clima e le tensioni di «Thelma e Louise», scaraventando le due protagoniste femminili al di là di un finto baratro. L'orologio Philip Watch ha usato un breve spezzone di «Hollywood Party» nel quale Peter Sellers (già defunto) riviveva in una delle sue più distruttive gags. Il fatto che i testimonial

## Chi è la bionda vicino a Giovanni Rana?

### Intervista con Gavino Sanna, autore degli spot del produttore di tortellini

siano defunti non disturba i creativi, ai quali interessa principalmente l'idea. Un'idea che si caricherà tanto più di senso quanto più il gioco si carica di associazioni.

Uno spot ingiustamente censurato dai giuristi della pubblicità proponeva un cadavere sconosciuto, elegantissimo nel suo rigor mortis, al quale una donna in gramaglia

toglieva le scarpe perché chiamamente troppo belle per essere sepolte. È stato considerato un messaggio troppo cinico. In realtà il filmato, che si rifaceva all'inizio del «Il grande freddo», osava affrontare quello che per la pubblicità è forse l'unico vero tabù e cioè la morte. La fine di ogni promozione e di ogni acquisto, la scandalosa interruzione

«I divi sono dei miti e non muoiono. Per questo sono sempre accanto a noi»

**Come giustifica questo singolare percorso.**

«Le cose sono più semplici di quel che si potrebbe pensare. Il problema che dovevo risolvere era questo: il signor Giovanni Rana voleva fare il testimonial delle sue campagne, non per



smania di apparire, ma perché voleva orgogliosamente testimoniare della genuinità dei suoi prodotti. Per la campagna precedente si era affidato a Emanuele Pirella, ma era risultato che la gente lo aveva preso per un attore, non credeva che fosse proprio lui. Così ho conosciuto il signor Giovanni Rana, che mi ha raccontato la sua storia straordinaria. Lui è esatta-

mente quello degli spot. Forse più simile a come appare accanto a Stalin che accanto a Marilyn. Un grande gigante che saluta la folla dalla Piazza Rossa, con grande fierezza. Ho pensato che per raccontare un personaggio, ci vogliono i suoi amici e i suoi miti, che sono anche i nostri. I vivi non potevo adoperarli perché sarebbe costato una fortuna. Così ho fatto comprare i diritti dei filmati dalle major, epagato gli eredi».

**E che tecnica avete usato per lavorare sui filmati?**

«Per risolvere il problema tecnico, che era complicatissimo, ho chiamato i produttori di «Forrest Gump», i quali mi hanno risposto che ci volevano due miliardi e sei mesi di tempo. Non avevo né gli uni né gli altri e ho provato a rivolgermi alle forze nostre, agli italiani. Mi sono affidato alla Green Cube, cioè a due ragazzi che stanno in via Procaccini a Milano. È stato un lavoro delicatissimo perché abbiamo dovuto «rovinare» i filmati.

Il più difficile è stato quello di Stalin, che era già molto rovinato di suo. Giovanni Rana è venuto fuori alla grande. Ormai è diventato una star. Abbiamo fatto una ricerca sulla sua notorietà e abbiamo scoperto che ha una percentuale del 94%, come il Papa. E pensare che è un signore che si interessa solo di tortellini e le donne».

**Due tematiche infinite. E ora ci sono altri personaggi in vista?**

«No. Adesso stiamo pensando allo sbarco in Europa. L'arrivo del tortellino in Francia pone un sacco di problemi culturali».

**Insomma, avete fatto lavorare anche i morti.**

«No, non sono morti: sono miti e in quanto miti sono vivi».

**Diciamo che sono cloni. E pensi agli interrogativi etici che pone la clonazione...**

«Non vi sono limiti per la fantasia. Che avrei dovuto fare? Prendere il primo scemo che lavora oggi in televisione e pagarlo l'ira di Dio per mettere a disposizione la sua faccia, non è una cosa che mi interessi».

**Certo l'operazione che ha fatto lei è molto più efficace e anche divertente.**

«Il problema che ho io è questo: ormai si fa pubblicità senza quasi più tener conto che c'è gente alla quale si deve far comprare quel dato prodotto. Molti spot attualmente in circolazione non si capiscono neanche, mentre io voglio parlare alla gente. Voglio che la gente si diverta, ma abbia anche informazioni corrette sul prodotto».

**E non è anche una campagna un po' millenaristica, con tutti quei miti del Novecento?**

«Millenaristica? Veramente non so. Con Barilla sono andato avanti per dieci anni. Con Giovanni Rana ho appena iniziato».

«Il problema era far capire alla gente che il mio personaggio era reale»

