

«Indipendente» in edicola con 96 pagine Mentre la cucina di Vissani fa il pieno

CIARNELLI & GARAMBOIS

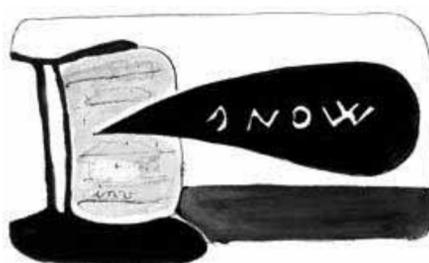
Ritorni. Direttore Vanni Nisticò, giornalista dell'Avanti! e quindi addetto stampa di Bettino Craxi; tra i numerosi collaboratori il vicepresidente della Bnl, Franco Desideri e l'ex Capo di stato maggiore Umberto Capuzzo. È la carta di identità del nuovo *Indipendente*, che torna in edicola dal 10 aprile, ricco della bellezza di 96 pagine semi-tabloid oltre a un inserto di 32 pagine in sei regioni: Marche, Lombardia, Lazio, Piemonte, Abruzzo e Molise. La redazione centrale avrà sede ad Ancona e l'organico è fissato a «soli» 15

giornalisti. Ad acquisire la testata è stato Eugenio Mion (di Pescara) già socio di Edoardo Longarini ed editore di *Momento sera* e del *Giornale d'Italia*. L'ex editore, Gianstefano Milani, resta nella società come vicepresidente.

Esageriamo... Chiuso, misura 60 centimetri per 80. Non va bene per la lettura in metropolitana. La filosofia è: «Si restringono i confini, si restringono le idee, il piccolo schermo impera, il tabloid è obbligatorio. Finalmente un gigante, XL, giornale di satira forte per tagli forti». Così l'editoriale del nuovo «quattordicennale» di satira (ne parla più diffusamente un articolo qui in basso), firmato dal direttore Vauro, che condivide

la poltronissima con Vincino e che vanta tra i collaboratori Michele Serra, David Riondino, Claudio Bisio, Sergio Saviane, Staino e Perini. In edicola da oggi, a 4.000 lire. Dopo *Cuore*, dunque, un'altra rentrée, quella del gruppo di *Boxer*: grandi auguri, dunque, alla satira, data sempre in crisi ma alla fine sempre pronta a tornare...

Cultura in gadget. Il successo (inatteso) dell'«Enciclopedia» in cd diffusa da *Panorama*, ha aperto la nuova via «colta» del gadget: esce infatti oggi il secondo numero della «Letteratura italiana in cd rom» di *Repubblica*, forte di un numero di lancio che ha centrato il traguardo del tutto



esaurito. La prima uscita, dedicata alla letteratura del Medioevo, con il cut-price (ovvero prezzo tagliato) di 5.000 lire, era stato diffuso in 120.000 copie; oggi a 19.900 lire arriva invece il cd su «Umanesimo e Rinascimento», diffuso in 85.000 copie.

All'ufficio marketing di piazza Indipendenza, però, esultano per

il lancio dei fascicoli di cucina firmati Gianfranco Vissani: venerdì scorso, infatti, *Repubblica* ha tirato ufficialmente un milione e 500mila copie, di cui 450mila con l'inserto culinario allegato al Venerdì, che secondo i rilevamenti nelle edicole campione sarebbe andato «a ruba».

Aspettando Roberto. L'attesa è

quella per l'Oscar a Benigni; i più frementi i critici cinematografici. Ma è Laura Delli Colli, appena nominata alla direzione di *Cinemagazine*, il mensile di attualità e informazione cinematografica dei giornalisti del settore, a poter considerare «un privilegio e un auspicio» iniziare il suo lavoro trattando un evento straordinario per il nostro cinema, quale è appunto quello delle sette nomination del comico toscano. La Delli Colli - inviata di *Panorama* - è stata nominata direttrice (e confermata amministratrice del sindacato) durante l'ultima assemblea del Sngci, che ha anche riconfermato Mario Di Francesco come presidente.

Magazine

«Cuore» è sempre verde Attenti alla satira, è tornata a graffiare

ALBERTO CRESPI

Rieccoci fra noi, festante popolo della satira: per chi vuole andare in edicola e farsi due risate alla faccia dei potenti, c'è un grande ritorno e una grande novità. Il grande ritorno è «Cuore»: sì, proprio il giornale «di resistenza umana» a suo tempo diretto da Michele Serra, che è già al numero 2 di una nuova serie (il direttore è Stefano Disegni, la carta è quella gloriosa, verdolina; costa 3.500 lire). La grande novità è «XL», sottotitolo «la grande satira sul grande schermo»: il diluvio di «grande» è dovuto al formato, gigantesco e pieghevole, perfetto (?) per l'autobus (qui il direttore è Vauro e il «ridirettore» - sic - è Vincino, il gruppo è quello di «Boxer», la scadenza è quindicinale e il prezzo è di 4.000 lire).

Si ride? Ma certo che si ride. Si parla di politica? Ovviamente, e su entrambe le testate. «XL» ha deciso di partire, in copertina, con un enorme D'Alema fatto da Vincino (e già questo è garanzia di ripugnanza) e con una vignetta feroce e triste di Vauro: la finestra di una prigione con le sbarre segate e il canonico drappo da evasione, con le parole «XL il giornale grande come un lenzuolo, la prima copia la mandiamo a Sofri». «Cuore» contiene il truculento inserto «Forza Gnocca» dedicato a Berlusconi; e in ultima pagina ha un esilarante articolo di Fabio Capocellato sull'agghiacciante giro di scommesse sugli scontri a morsi e pugni fra i giovani diessini, con Mussi che organizza i duelli e raccoglie le giocate (titolo: «Li fanno scannare come cani»; sottotitolo: «Coprono i latrati con De Gregori»). Però Disegni ha scelto un'apertura, diciamo così, mediatica: se l'è presa (ed era ora!) con Fazio, dedicandogli il titolo «Io Pippo», dove Pippo sta per Baudo ma anche per voce del verbo «pippare», immaginatevi voi cosa...

La sensazione è piacevole ma è anche quella, come si diceva, del «rieccoci»: molte rubriche sono le stesse del vecchio «Cuore», molti disegnatori di «XL» sono quelli storici, Altan in primis (ma c'è l'esordio di Paolo Virzi che si rivela, oltre che bravo regista, ottimo disegnatore, come Scola e Fellini prima di lui: che suoni come augurio). La prima sensazione è che «Cuore» sia più hard di un tempo, mentre «XL» riesce ad essere più lieve (e comunque, se non altro, parte da un'idea forte, provocatoria: il formato). Da entrambi ci aspettiamo qualche scoperta, qualche nuovosatirico per il 2000. Chiediamo troppo?

Réclame

di Maria Novella Oppo



La campagna «Infostrada»

Fiorello telefonista per il piacere di un cane

Al cane, si sa, non manca che la parola. Resta quindi apparentemente imperscrutabile la scelta dei creativi dell'agenzia Azzurra IMP/ Gruppo BGS/Dmb & B (imperscrutabile giusto come la loro sigla), che hanno voluto come testimonial della nuova compagnia telefonica Infostrada, Sun Shonik, un border collie di grande espressività, ma non dotato del dono della parola. Anche se «è il cane più bravo d'Europa», come dice con entusiasmo Pasquale Barbella, responsabile creativo e titolare della prima B maiuscola del nome dell'agenzia. Ed è lui che ci racconta l'evoluzione di tutta la faccenda. Come nella storia dell'Uomo, tutto nasce da un'idea semplice: quella della cabina telefonica ros-

sa irrorata dalla pisciatina preferenziale del bravo Shonik. Per dire che, là dove prima non c'era che monopolio, ora c'è una opzione possibile. «Si immagina il mondo dei servizi come una astrazione e la cabina è stata perciò la forma concreta che abbiamo scelto per comunicare. Il messaggio era la libertà di scelta - spiega Barbella - ma non volevamo che fosse conflittuale. Così il cane fa la pipì su di noi e non sulla concorrenza. E la cosa ha avuto tanto successo (300.000 chiamate al giorno) che abbiamo continuato con la telefonata di Shonik al Babbo Natale rosso. Ci siamo affezionati e siamo andati avanti. Il cane è diventato a mano a mano prima la nostra mascotte e poi il nostro portafortuna. Volevamo comunicare un po' di

simpatia e sembra davvero che ci siamo riusciti».

Ovviamente lo spot più complesso da girare è stato quello chiamato Semaforo, nel quale sono schierate decine di cani, sempre sotto la guida di Shonik, in attesa del verde (Infostrada) per partire. Mentre un gatto, dalla sua anarchica postazione isolata, li osserva incuriosito. Presenza «straniata» e quasi antagonista, voluta da Barbella che, come tanti di noi, appartiene al partito gattofilo. Per girare il film è stato necessario mobilitare per ogni cane un addettore in grado di farlo scattare in avanti al segnale stabilito. Una bella impresa, che comunque non sarebbe mai riuscita coi gatti, affettuosi abitatori della nostra vita domestica, ma sempre indomiti. E

soprattutto testimonial soltanto di se stessi.

Da qualche settimana la campagna si è imbattuta nel suo primo umano e quindi nella prima voce parlante e telefonante. È apparso al fianco di Shonik, diciamo pure come simpatica spalla, Fiorello, che gli fa un po' da centralista. Anche se abbiamo visto che coi telefoni il border collie se la cava benissimo. Sono andati in onda finora 3 diversi soggetti girati sotto la regia di Bosi & Sironi per la casa di produzione BRW & Partners. Tre nuovi film sono attualmente in via di realizzazione, sempre con gli stessi protagonisti e, diciamo pure la stessa «filosofia» canina che ha portato agli attuali risultati: oltre 1 milione di abbonati entro gennaio del '99.

Le fasi future della comunicazione (nella quale sembra che Infostrada abbia investito complessivamente 40 miliardi) prevedono nuovi prodotti per i quali è prevista una gara tra diverse agenzie. È quindi probabile che Shonik passerà il testimone a qualcun altro, magari meno espressivo. E così pure Fiorello, che tra le presenze antropomorfe risulta forse il più adatto ad aderire alla psicologia del border collie. Un cane pastore che ha bisogno più di un compagno di viaggio che di un padrone e che non vediamo bene come testimonial degli odiosi telefonisti, capaci di turbare la inaspettata quiete metropolitana, figurarsi quella dei pascoli. Shonik intanto non rimarrà certo senza lavoro: non sarà il cane più bravo d'Europa, ma è certamente il più occupato d'Italia. È già pronto a rientrare nella parte accanto al maresciallo Rocca.

Mappamondo

Traduzioni e rivelazioni Guerra negli Usa pro e contro Montale

ALBERTO NERAZZINI

Gli Stati Uniti hanno riscoperto Eugenio Montale. La pubblicazione dei «Collected Poems, 1920-1954», tradotti da Jonathan Galassi, direttore della casa editrice Farrar Straus & Giroux, ha entusiasmato sia la critica sia i salotti intellettuali. La raccolta di Montale ha conquistato pagine e pagine di recensioni positive su tutti i maggiori quotidiani e periodici e la copertina dell'inserto letterario del «New York Times». La traduzione di Galassi è stata definita «superba», perché capace di «concentrare il potere del difficile linguaggio dell'autore italiano», quasi intraducibile, dal critico del quotidiano newyorkese Nicholas Jenkins, docente di letteratura a Stanford. E il poeta, premio Nobel nel 1975, viene celebrato come «il più grande dopo Leopardi». La raccolta di Montale è inoltre un omaggio alla cultura italiana, che in questo periodo negli Usa sembra godere rinnovati favori.

Anche «The Nation», settimanale indipendente e progressista, dedica le pagine culturali all'«arrivo di Montale», ma sorprende un po' tutti: poche righe per fare i complimenti al curatore Galassi, poi ampio spazio per «rinfrescare» l'antica polemica sul rapporto tra il poeta e Henry Furst (polemica che era già stata all'origine del libro di Mario Soldati «Rami secchi», pubblicato nel 1989). Montale conobbe l'americano Furst sulla riviera ligure nel 1948. Furst era arrivato in Italia anni prima, seguendo un lungo tragitto accademico, dalla Columbia University all'ateneo di Padova, passando da Oxford. Era un uomo brillante, con buone doti di scrittore e traduttore, che in passato aveva fatto il pugile, ma soprattutto era stato il segretario privato di D'Annunzio. Con il Vate aveva condiviso anche la passione per Mussolini, che Furst seguì fino a Salò. Secondo «The Nation», Furst fu per anni il ghostwriter dell'amico Montale: in cambio di qualche soldo scrisse centinaia di articoli e interventi per il «Corriere della Sera», che il poeta si limitò a firmare. Un'antica polemica, dicevamo. Ma il settimanale americano conclude sospettoso: quanti versi di Montale appartengono in realtà alla penna del «fascista» Furst?



l'Unità

Un quotidiano utile di Politica, Economia e Cultura

ABBONARSI ...È COMODO

...E CONVIENE

Perché ogni giorno ti sarà consegnato il giornale a domicilio
e se vorrai anche in vacanza.

...È FACILE

Perché basta telefonare al numero verde 167.254188
o spedire la scheda di adesione pubblicata tutti i giorni sul giornale.

ABBONAMENTO ANNUALE

7 numeri	510.000	(Euro 263,4)
6 numeri	460.000	(Euro 237,6)
5 numeri	410.000	(Euro 211,7)
1 numero	85.000	(Euro 43,9)

ABBONAMENTO SEMESTRALE

7 numeri	280.000	(Euro 144,6)
6 numeri	260.000	(Euro 134,3)
5 numeri	240.000	(Euro 123,9)
1 numero	45.000	(Euro 23,2)

