

Réclame ♦ Seriale e famiglie

## I testimonial e i loro parenti



MARIA NOVELLA OPPO

Aiuto! Siamo posseduti. Mentre la par condicio ha ottenuto il risultato di contingere un po' l'esuberanza televisiva di Berlusconi (almeno non ci appare più a tradimento anche durante le previsioni del tempo), le creature della pubblicità continuano a imperversare senza freno. È vero che ci sono le leggi che ne regolano la frequenza, ma nessuno ha pensato, ancora, a porre argini alla consuetudine, che è un concetto molto più estensivo. I personaggi della pubblicità ci sono diventati così sfrontatamente familiari, che ci abitano in casa, ci usano lo spazzolino da denti, dormono nel nostro letto e hanno perfino il nostro codice genetico. Forse si

servono pure del nostro Bancomat. Inoltre si fidanzano, si sposano e figliano tra loro, riempiendo il nostro spazio mentale con le loro vicende più intime.

Ornella Muti con la figlia Naïke Rivelli, per esempio, si sono prese l'abitudine indiscreta di venire a casa nostra in regiseno, per ostentare forme e modelli Belseno Lepel 2000. Si vestono, si spogliano, si tuffano in acqua, pensano di stupirci con gli effetti speciali delle loro curve blindate, ma ormai non ci meravigliamo più di niente. C'è addirittura un esercito di bellezze sconosciute che si aprono la camicetta per strada per ostentare le bianche coppe di Infiore. C'è una signorina che si fa spogliare in macchina, ma quando lui cerca di toglierle anche il «suo Breil», lo spinge fuori dalla macchina. Una serie inesauribile di mo-

delle iperuraniche ci hanno abituati a vedere di tutto. Tanto, prima o poi, le vedremo (non più vestite) in qualche programma televisivo, impegnate a parlare un italiano sempre più preciso, quasi perfetto nel giro di pochi mesi. Mica sono americane, per potersi permettere di storpiare le orecchie per decenni! Tra i familisti nostrani si segnalano anche mamma Milly Carlucci con la figlia, che si contendono le Pizzottelle, i fratelli Pippo e Simone Inzaghi che si rubano dal frigorifero le Danette, mentre Aldo Giovanni e Giacomo (anche se non sono parenti) si litigano lo Yomo. Più cattivo ancora Gianrico Tedeschi, che insegna al nipotino la virtù consumistica dell'egoismo, pappandosi tutto il Philadelphia.

Il senso di tutti questi furti pubblicitari è che il prodotto è così bello o buono



che va a ruba. Una considerazione del tutto priva di valore economico, perché la pubblicità è quanto mai disinteressata: non ci dice mai il prezzo. Via il cartellino, perché il prodotto è alieno da ogni meschino interesse: vuole solo essere desiderato. Il fatto che lo compriamo o no sembra irrilevante, almeno per i creativi, che lavorano per passare alla storia, mica alla cassa. Il prodotto è puro spirito,

ha un'anima. Tanto è vero che va in Paradiso come Lavazza, o scende all'Inferno come Segafredo. Non basta: c'è anche un caffè che si è montato la testa e ha preso un transatlantico come Berlusconi: è il Kimbo di capitano Dapporto.

Alla stazione degli spot c'è un ingorgo continuo: testimonial che va, testimonial che viene, testimonial che torna. È andata, non si sa perché, il bravo Tullio So-

Tutti i disegni originali di questo numero di «Media» sono di Gianni Allegra

lenghi, che è stato sostituito nel cielo di Lavazza dalla coppia imperversante di Paolo Bonolis e Luca Laurenti. Mentre il testimonial che viene è la nonnetta italiana multimediale di Ibm che stupisce i turisti americani dicendo loro che i suoi prodotti vanno in Ohio. Mentre tra i tanti testimonial che tornano ci sono Guido e Cristina, la coppia di Ferrarelle, che è sempre allo stesso punto a cui l'avevamo lasciata qualche anno fa. Che noia. I fidanzatini infestano gli spot e il nostro mondo virtuale. Dopo quelli del treno, ci hanno propinato anche quelli quasi incestuosi di Tim, con padre e figlia al ristorante guardati con sospetto dai vicini di tavolo. Un equivoco che viene subito chiarito da Sergio Castellitto, perché Tim è un cellulare perbene e ci tiene a farlo sapere.

## Mediamente

di Roberto Barzanti

Non è affatto vero che la libertà promessa dalla new economy sarà tanto maggiore quanto più sarà privo di regole il modo della comunicazione. Non è questa, almeno, un'idea accettabile da chi si batte perché la società dell'informazione favorisca una fase formidabile di sviluppo economico, perché sia davvero un mezzo di coesione sociale ed insieme un potente strumento per l'affermazione di nuovi diritti. Libertà e regole sono due aspetti di una stessa realtà. Semmai la velocità estrema dell'innovazione tecnologica e la tendenziale globalità di un fenomeno non governabile secondo una decrepita e pigra geografia del potere chiedono regole flessibili, temporanee, comprensibili, trasparenti. Regole che garantiscano l'affermazione di fondamentali diritti individuali e servano a dirimere i conflitti provocati dagli enormi interessi in gioco. Al convegno fiorentino su «Libertà e regole nella società dell'informazione» - promosso dai Ds - si è ascoltato un espositivo controcorrente alla dilagante ed ingannevole ideologia delle deregulation. Sì, perché, chi identifica la libertà dell'era Internet + digitale con l'assenza di nuove e tempestive leggi e demonizza ogni controllo come bieca operazione censoria, è disposto a tollerare un universo dominato dai più forti ed è pronto a sacrificare sull'altare delle telecomunicazioni diritti essenziali: la tutela della dignità personale, una sana concorrenza tra imprese, un autentico pluralismo delle culture. Semmai bisogna chiedersi quale sia la dimensione più corretta ed efficace per darsi un quadro di regole all'altezza dei problemi e quali riforme è necessario introdurre in un intricato di norme che appare in buona misura già desueto e spiazzato da vertiginose e continue novità.

E la risposta, non di oggi e ricca di implicazioni, è che la dimensione minima da tener presente è quella europea. Nessuno può pretendere di orientare un fenomeno tanto pervasivo rimanendo chiuso entro vecchi confini o nazionali orticelli. Il Consiglio europeo di Lisbona ha delineato un'agenda densissima di impegni ed in essa non sono mancati i richiami a quelli propriamente di carattere normativo. Non era scontato che questo

Società dell'informazione  
Una «New» Europa  
per le nuove tecnologie

avvenisse, perché da quando fu varato, nel 1994, il rapporto Bangemann l'Unione si è presentata come assertrice esigente di un approccio iperliberista e destrutturato. Era evidente fin d'allora che sarebbe stata necessaria un'Autorità europea in grado di intervenire in maniera omogenea per giovare di un elevato grado di armonizzazione.

Non se n'è fatto di nulla, ma, com'era inevitabile, direttive e raccomandazioni si sono accumulate: una ventina di atti per stare solo allo stret-

to - per dire - campo delle telecomunicazioni. Ancora una volta si è ripetuto un vizio ben noto: un perverso intreccio tra la predicazione del mercato aperto e unificato ed una selva di parametri e criteri da tradurre in contesti nazionali ciascuno geloso della sua peculiarità. È venuto il momento, anche a parere della Commissione esecutiva di Bruxelles, di imboccare una strada diversa per disporre, al termine di una robusta revisione, di una direttiva quadro di principi e di quattro direttive settoriali: su autoriz-

zazioni e licenze, sul servizio universale, su accesso ed interconnessione, sulla tutela della privacy. Enunciata così, l'impresa pare più che razionale, ma per condurla in porto le difficoltà sono parecchie e talvolta disperanti. Dalla fase della (sacrosanta) destrutturazione di posizioni protette occorre passare alla fase positiva che metterà capo ad un vero e proprio sistema europeo. È l'Europa infatti la dimensione minima entro la quale cali-

brare politiche e norme. Rifiutando di cedere all'argomentazione tutta ideologica in base alla quale alla convergenza dei supporti tecnologici (telecomunicazioni, informatica, telefonia, emittenza televisiva) dovrebbe corrispondere l'annullamento di ogni distinzione tra leggi che reggono attività assai diverse l'una dall'altra. Una telefonata privata è come mettere in rete un concerto in diretta? Un'immagine d'autore può avere lo stesso trat-

tamento di un messaggio confidenziale affidato all'e-mail? Le conclusioni su questo punto della riunione portoghese del 23-24 marzo non sono del tutto soddisfacenti, ma non possono tacere l'urgenza di dotare l'Europa di un quadro legislativo coerente.

Stando alle questioni che hanno un rilievo di norma giuridica ed allungando un po' l'elenco messo a punto si possono ricordare gli impegni più importanti. Anzitutto si tratta di favorire l'accesso con una drastica riduzione delle tariffe ed una modulazione mirata della fiscalità. Inoltre, e basterà declinare i titoli di una vasta azione programmatica: a che punto siamo con l'ottemperanza agli obblighi previsti a carico delle imprese in materia di servizio universale? Le linee guida stabilite sono tuttora valide? L'autoregolamentazione e la sicurezza di Internet che risultati hanno dato fino ad oggi? La tutela della privacy, malgrado le ottime intenzioni delle Autorità di settore e l'annuncio confortante della predisposizione di una Carta europea dei diritti del cittadino è abbastanza fragile.

Le due direttive cruciali, quella sul commercio elettronico e quella sul diritto d'autore ed i diritti affini, non sono state ancora varate e tutti sanno quanto da esse dipenda sia una corretta e affidabile espansione delle transazioni on line sia l'indispensabile protezione della creatività e delle industrie culturali. L'organizzazione del lavoro e sconvolta: il confronto tra le parti sociali dovrà tener conto di questa nuova realtà. E i sistemi di istruzione, la formazione professionale e quella continua? Infine il controverso capitolo sulla valorizzazione delle identità, delle culture e dei linguaggi. Se è vero che il governo - leggero, al minimo - delle infrastrutture non investe quello dei contenuti che le reti veicolano, è pur vero che i messi sono sempre più fitti. Se la new information dimentica o marginalizza la old information i suggestivi scenari che prendono corpo non produrranno più conoscenza, non favoriranno un più rigoglioso e percepibile pluralismo di idee. Dunque anche le regole pensate per la televisione sono da aggiornare, da sottoporre a registro. Sempre a Lisbona, il 10-11 aprile, è in calendario un Consiglio europeo tra i ministri competenti che dovranno approfondire analiticamente i capitoli del programma sulla società dell'informazione elaborato nella sua architettura. Affidarsi alle azioni esemplari messe in cantiere non basta.

Nel dibattito di Firenze si è ribadito che occorre una parallela e comune volontà, e quindi politiche, indirizzi, direttive, leggi, condivisi standard. Guardando oltre le scadenze impellenti ci si è tornati a interrogare su chi e come potrà controllare con efficacia le disposizioni o imporre il puntuale rispetto. Ed è apparso naturale rilanciare un'idea che è stata colpevolmente abbandonata. Un'Autorità europea sarebbe senz'altro la sede ottimale per imprimere più armonia non solo al quadro legislativo, ma anche ai comportamenti e alle valutazioni? Ciò non significherebbe, ovviamente, cancellare o ridurre il ruolo delle Autorità nazionali.

Per raccomandare con tempestiva uniformità gli interventi di regolamentazione, per garantire i prerogativi essenziali del pluralismo informativo ed anche per gestire le decisioni anti-trust modellandole sui problemi di un mondo che deve avere una «sua» economia, la costruzione di un'Autorità indipendente è lo strumento più coraggioso e perfino il più funzionale e semplificante di un'Europa che voglia rispondere con «una» voce alle sfide della rapidità tecnologica e della competizione mondiale.

Home video

Il cinema omaggia  
l'amore, anche quando  
arriva troppo tardi

BRUNO VECCHI

La parola amore esiste (regia di Mimmo Calopresti, Medusa). Come desiderio, necessità, aspirazione, bisogno. Spesso come sogno. Esiste perché altrimenti cosa saremmo qui fare, in questa laica valle di lacrime con pochi sorrisi. Ma se l'amore fa rima con cuore nelle canzoni, il più delle volte nella realtà si coniuga con qualcosa d'altro. Un ricordo, nel migliore delle ipotesi. Il niente che segue il tutto, nella stragrande maggioranza dei casi. E il cinema? Sta lì a ricordarcelo. Come accade in «Una relazione privata» di Frederic Fonteyne (Lucky Red distribuito Dnc).

Poteva, meritava, doveva (per chi scrive), il film del regista francese (molto meglio il titolo originale, più logico e meno ovvio), essere il film europeo dell'anno nei premi assegnati da questa rubrica la scorsa settimana. Ma esce in videoteca troppo tardi per concorrere alle nomination. Un peccato, che lascia l'amaro in bocca. Esattamente

come la storia che mette in scena, di un lui e una lei, senza nomi, senza passato, senza inizialmente implicazioni affettive. Un po' come succedeva in «John and Mary» di Peter Yates, con Dustin Hoffman e Mia Farrow, purtroppo non è mai uscito in versione home video. Una semplice storia di sesso, che i corpi e gli sguardi di Nathalie Bay e Sergi Lopez raccontano e che tale doveva restare. Ma in questo mondo di certezze indolori, di convinzioni di ferro, di virgole che non spostano il senso dei pensieri (quando ci sono e non sempre ci sono), restiamo per fortuna essere fragili. Barche alla deriva in cerca di un riparo. La parola amore che esiste potrebbe anche portarci lontano. Fossimo capaci di pronunciarla, insieme ai nostri più nascosti pensieri, andremmo lontano. Visto che ne siamo incapaci restiamo al largo, nel mare sconfinato della nostalgia. Che spesso chiamiamo ricordo. Ma che fa male come un dolore.

Di molte storie d'amore, però, è pieno il cinema. E ogni spettatore ha la sua. Indelebile e nella quale riconoscersi. Storie di tutti i giorni, fantasiose e astratte, reali e crudelmente irrisolte. Storie anche folli e bizzarre, che Woody Allen (tanto per citare un regista), ha narrato cantando in «Tutti dicono I Love You» (Cecchi Gori Home Video). Oppure di amori che non immagineresti neanche.

Come quello raccontato da Marco Bechis nell'Argentina dei desaparecidos in «Garage Olimpo» (Elle U). Un altro film che doveva entrare nella lista dei premiati, ma che è arrivato troppo tardi all'appuntamento. Come di tanto in tanto capita anche all'amore.

Rivista Trimestrale  
di informazione e cultura matematica

**Lettera  
matematica  
pristem** 33-34

2000  
W.M.Y. 2000

**6 Aprile:  
una giornata nazionale  
per l'anno della matematica**

**CENTRO ELEUSI  
Università Bocconi** Springer

www.pristem.uni-bocconi.it E-mail: pristem@uni-bocconi.it  
Per informazioni e abbonamenti tel. 02-5836.5618 - fax 02-5836.5617

