

che, per la buona riuscita del Gran Premio bisogna fare molta propaganda per far pubblicità alla manifestazione, ricordarla, richiamar gente. Ecco l'utilità del manifesto.

Ora, i manifesti si possono fare in tanti modi. San Siro, per esempio, si ostina ad illustrarli con cavalli in corsa, ciò che li fa riconoscere di colpo. Bello sforzo! Sarebbero molto più interessanti se i programmi fossero sormontati da pizze alla napoletana. E così la Scala, i cui manifesti, senza bisogno di figure, si riconoscono immediatamente fra mille. Errore! Cos'è questo snobismo, questa pretesa di voler fare dei manifesti sobri, pieni di nobiltà e nello stesso tempo con una caratteristica inconfondibile? Lo stesso può dirsi per altre famose pubblicità che richiamano immediatamente alla immaginazione ciò che vogliono ricordare: il famoso Bibendum della Michelin, la panciuta iniziale della Pirelli, il globo e l'aquila del Fernet Branca.

Concetti superati. Gli amuffiti principi della tecnica pubblicitaria pretendono che il manifesto tutti debbano capirlo, vecchi giovani e bambini, dotti e analfabeti. Pretenderebbero che colpisca l'occhio e la mente, faccia opera di persuasione, induca ad un acquisto, attiri in un dato luogo. E tutto ciò in pochi istanti, nel tempo cioè in cui esso resta sotto lo sguardo del passante frettoloso. La pubblicità dovrebbe essere facilmente comprensibile, immediatamente intelligibile per tutte le menti, cioè semplicissima. Dovrebbe attirare l'attenzione, parlare all'immaginazione, parlare al sentimento. Un povero cartellonista dovrebbe risolvere tutti i problemi relativi al soggetto, alla questione cromatica, alla genialità della trovata, alla chiarezza dell'idea, all'indovinata disposizione dei caratteri. Dovrebbe conoscere le leggi psicologiche e psico-fisiologiche relative all'attenzione, alla rapidità di percezione e di comprensione, alla ricettività degli organi di senso dell'individuo medio. Ora ci si è messa anche la psicanalisi che ammonisce sulla necessità che il disegno non possa mettere in movimento la dinamica psichica nel senso di fare affiorare dall'inconscio immagini o sentimenti che agiscano in senso controproducente...

Ma vè! Che storie son queste? Tutti i manifesti delle maggiori corse automobilistiche del mondo raffigurano delle automobili in corsa e si capisce subito, senza bisogno del minimo sforzo mentale, a cosa si riferiscono. Che cosa banale, che povertà d'immaginazione, che pigrizia intellettuale! A far questo tutti son buoni. Invece, in quest'epoca del « Quiz » bisogna obbligare il pubblico a sforzare le meningi. Se si prende un vero artista, che sappia sposare l'arte all'imperativo categorico della finalità pubblicitaria, quello è capace di fare un manifesto davvero, comprensibile e perfino bello da vedersi. Così si regolarono i Cappiello, i Nomellini, i Dalbono; così si regolano Boccasile e pochissimi altri.

No, no, bisogna uscire da questa frusta consuetudine, bisogna superare le forme attuali. Perciò fa benissimo l'A.C.M. che, unico in Europa, ha ripudiato le automobili e le tiene lontane dai suoi manifesti pubblicitari. Ce ne sono

tante in giro, di automobili, e il pubblico se vuole, può vederle a Monza, che bisogno c'è di metterle anche sui manifesti?

Vuoi mettere l'efficacia dell'estrusione digestiva di un astrattista, surrealista, cubista, metafisico o cosa vi pare, insomma di uno che, più o meno spaziale e tonale, a forza di scomposizioni prismatiche e di elucubrazioni schizofreniche, ti fa una bella peciata che nessuno ci capisce un cavolo? Vuoi mettere la freschezza, l'ingenuità, il verbo nuovo delle masturbazioni dei principianti e dei dilettanti?

Ma, ora che ci pensiamo, l'A.C.M. è responsabile fino a un certo punto perché la scelta e la premiazione è stata fatta dalla Giuria. Allora bisognerebbe dire qualcosa alla Giuria, ma chi si azzarda? Tutti pezzi grossi. Quelle sei personalità dell'arte ecc. c'incutono timore. Allora diremo: Eccellenze grandissime! Voi... (il resto potranno ascoltarlo alla radio la domenica mattina, nella trasmissione per le Forze Armate). Voi non ci negherete il microscopico favore di lasciarvi dire il nostro pensiero!

Sappiamo benissimo che anche la Giuria non ha colpa se il materiale presentato è scadente. Ma allora in questi casi i premi non si assegnano, i concorrenti si rimandano a scuola con tanti sculaccioni e buona notte. Non sarebbe la prima volta che succede.

E' forse prevalso il principio dei beati monocoli? Neppure, perché, a guardar bene, c'erano due bozzetti, il n. 189 e il n. 31 che, senza esser nulla di straordinario, per lo meno avrebbero risposto discretamente allo scopo: quello tradizionale di scegliere un bozzetto per un manifesto ragionevole. Comprendiamo anche come abbia potuto mettervi in imbarazzo lo strano concetto dell'Ente organizzatore di bandire un concorso per un bozzetto senza perseguire lo scopo pratico di ottenere un bozzetto. Ma siccome sappiamo benissimo che gira e rigira il bozzetto premiato ce lo ritroveremo poi attaccato sui muri, come quello dell'anno scorso, allora tanto valeva scegliere il più adatto.

A meno che la Giuria abbia trascurato di proposito quello che potrà essere il rendimento pratico del manifesto per « premiare i giovani in cerca di un riconoscimento ecc. ». Ma con questo gesto da mecenati, voi, illustri signori generali, lo roviniate, quel giovane!

Il vincitore, proprio perché ha avuto il riconoscimento, non si renderà mai conto della differenza che corre fra un pittore che si rivolge ad un pubblico limitato ed il cartellonista che invece si rivolge a tutti: alla folla che circola per le vie. Non si convincerà mai che quei modi espressivi di avanguardia che lo hanno entusiasmato non possono adattarsi al manifesto. Tutti i nuovi movimenti estetici vengono assorbiti molto lentamente dalla massa e, ammesso che riescano ad affermarsi, soltanto con estrema lentezza riescono appena ad influenzare col tempo l'arte applicata ad una attività eminentemente pratica qual'è la pubblicità. Voi regalate al vincitore un mucchietto di biglietti da mille e mol-

te illusioni, ma in tal modo il povero ragazzo non imparerà mai a fare un cartellone!

Colonnelli esimi! Voi non siete responsabili né degli eccessi di cattivo gusto, né della scarsa sensibilità morale dimostrata da molti concorrenti con tutta quella ostentazione di carte da giuoco, di roulettes e tavoli verdi. Un nobile sport, che richiede audacia, forza abilità, sprezzo del pericolo; che fa dell'uomo un campione, un vincitore della materia, del tempo e dello spazio, quasi un eroe, messo sullo stesso piano di uno dei più deleteri vizi che affliggono l'umanità: il giuoco. Il giuoco, che l'uomo riduce un ignobile schiavo. Tutto ciò è bello ed istruttivo, ma voi, signori della Giuria, non ne avete colpa. Ma allora, signori capitani egregi, perché avete premiato il n. 69?

(Per chi non ha visitato la mostra: trattasi delle teste di un uomo e di una donna, nell'atto di baciarsi. L'uomo, una faccia da invertito deficiente, a giudicare dal casco dovrebbe raffigurare un corridore; la donna, bendata, probabilmente simboleggia la fortuna, se non è un caso di congiuntivite, tracoma o cateratta. Roba da cartolina illustrata da quattro soldi, da foto-romanzo per servette semi-analfabete. Premiato con lire italiane 50.000!).

Comunque il bozzetto è sbagliato perché non il pilota riceve il bacio della fortuna, ma un signore qualsiasi che ha comprato il biglietto vincente. Per il corridore la cosa è ben diversa. Fortuna? Muscoli e nervi, cervello e cuore occorrono al corridore per vincere la corsa, non baci! Il corridore arrischia la vita e qualche volta, purtroppo, la perde nel generoso tentativo di condurre il suo mezzo alla vittoria. Proprio l'Autodromo di Monza porta ancora le tracce del sangue di tanti nostri valorosi campioni.

Non si sono accorti, i signori della Giuria, che quel bozzetto oltre ad essere idiota e di pessimo gusto nella concezione, banale nell'esecuzione, è offensivo per i corridori e per lo sport?

C'è un'altra cosa. Il tema proposto dal bando del concorso era molto chiaro: Corsa d'automobili e lotteria abbinata. Dov'è la corsa d'automobili e dov'è la lotteria abbinata nei cinque bozzetti premiati? Allora non è uno scherzo, è proprio vero che si poteva partecipare anche con un paio di pedalini usati?

Nelle cronache musicali è rimasta celebre la frase relativa alla musica wagneriana attribuita a Maillart, il compositore che aveva assistito ad una rappresentazione del Vascello Fantasma: « Quello che vi ho trovato di cattivo è che fa venir sonno ma non lascia dormire a causa del rumore... ».

Qualcosa di simile si può dire a proposito di questo concorso e di questa mostra che farebbero ridere se non vi fossero in ballo troppe cose serie. Poiché ne va di mezzo una grande e nobile corsa automobilistica d'importanza mondiale per la quale entrano in giuoco notevoli interessi morali e materiali di varia natura. Poiché certe originalità diminuiscono il prestigio sportivo, industriale, intellettuale del Paese.

M. P.

Nozze d'argento della Mille Miglia - corsa del secolo

Si potrà esaltarla e criticarla, ammirarla e nel tempo stesso andar cercando il pelo nell'uovo del suo Regolamento (e noi siamo fra questi!...) ma non si potrà mai fare a meno di riconoscere che la « 1000 Miglia » giunta alla sua XIX edizione, proprio quest'anno sarà di gran lunga più importante di tutte le sue già famose edizioni precedenti e rivestirà un interesse industriale e tecnico oltre che sportivo, molto superiore a quello di tutte le volte in cui da Brescia sia squillata la diana all'insegna della rossa freccia.

Sportiva la « 1000 Miglia » è sempre stata, anzi, proprio noi su queste colonne, abbiamo più volte proclamato lo sfondo squisitamente sportivo della grande corsa che non si può più chiamare bresciana poiché ormai rappresenta un prezioso patrimonio nazionale. Sportiva lo è tuttora, poiché i valori umani continuano a prevalere intatti nella gara inimitabile. Ma accanto a questa caratteristica di gusto e stile prettamente italiano, l'importanza che la gara assumerà quest'anno nei confronti industriali e commerciali, supererà senza dubbio ogni risultato precedente ed avrà conseguenze di vastissima portata.

Forse e solamente con quella della primissima edizione di 5 lustri or sono (si festeggiano appunto quest'anno le nozze d'argento della Mille Miglia colla classicità) la partecipazione ufficiale ed ufficiosa delle case italiane e straniere, risulta comparabile. Nel 1927, Alfa Romeo, Itala, Lancia, O.M., Bianchi erano scese in lizza con squadre ufficiali o quasi. In quest'anno di grazia (almeno per le corse di vetture Sport e Gran Turismo) 1952, vedremo in competizione in forma francamente ufficiale o quanto meno ufficiosa con tenue mimetizzazione, Lancia, Alfa Romeo, Fiat, Ferrari, Siata, Osca, Cisitalia fra le Case italiane riconoscibili come tali, e con poderosi squadroni accuratamente preparati e dotati di mezzi modernissimi e spesso inediti. Che dire poi della partecipazione straniera?

Basterebbe il fatto saliente costituito dalla calata delle case germaniche di cui Mercedes è titolata rappresentante che ha compiuto un lavoro di preparazione che nessuno ha mai sognato di poter fare, per dare il tono alla corsa! Mercedes e Porsche: ritorno in forze e con pretese non indifferenti di un'industria che è stata la sola a scalfire il predominio italiano nella « 1000 Miglia »!... E poi Panhard e Renault per la Francia e finalmente la fortissima Jaguar, la Aston Martin, la Healey per l'Inghilterra!...

Proviamo a contare: 7 case italiane, 7 case straniere! 14 squadre ufficiali od ufficiose rappresentanti l'industria delle 4 nazioni costruttrici d'Europa con i più tipici prodotti delle loro fabbriche!...

« 1000 Miglia » 1952, vera « corsa del Secolo » come si potrebbe chiamare con uno slogan meritatissimo. E pensate che in questa breve rassegna delle forze veramente rappresentative, abbiamo di proposito dimenticato le Stanguellini, Ermini, Giaur, Giannini, Zagato,

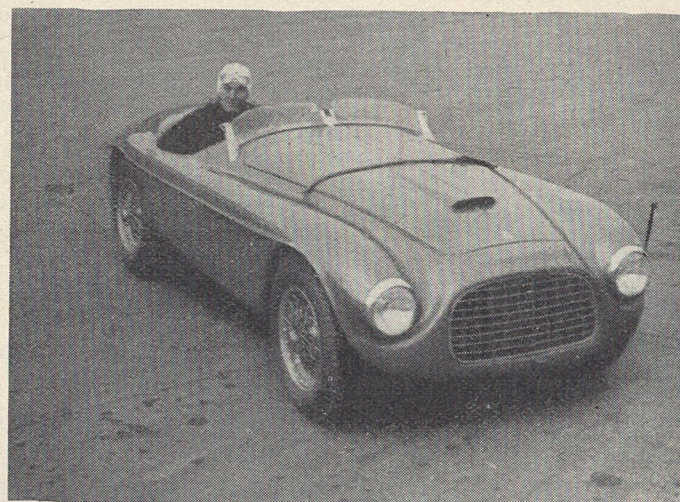
italiane e tutte le minori costruzioni artigiane di casa nostra, le possibili Delahaye e Talbot francesi, le H.W.M. o Frazer Nash inglese, le centinaia di macchine da turismo, la folla degli entusiasti e dei più oscuri!

I protagonisti?... I comprimari?... I favoriti?... I campioni?... Sarà più facile parlare dei pochi assenti che dei presenti poiché tutti gli « oi polloi » saranno della partita. Taruffi, Cortese, Bracco, Scotti, Biondetti, Marzotto, Valenzano, Amendola, Sanesi, Castellotti, Capelli, Rol, per non citare che alcuni fra i nomi italiani più noti e sicuri, Stirling Moss a capo degli inglesi, fra cui tutti i più forti, Caracciola e Lang, Kling e Hanstein nella forte compagine tedesca, gli specialisti francesi delle minime cilindrate e poi ancora molte e molte stelle nella « via lattea » costituita dalle centinaia dei partecipanti.

Soli assenti e giustificati, Farina ed Ascari e purtroppo Villorosi. Tre nomi italiani grandissimi ma proprio tre soli e per questo vale la pena di indicarli. Tutto l'automobilismo europeo che conta, meno tre!... Quindi nessuna reticenza, nessun « se », nessun « ma » preventivo o consuntivo!...

Prendiamola dunque così com'è questa « Mille Miglia » che da mesi rende ognora più tesi i nervi di tutto il nostro popolo! Critichiamola tenacemente e costruttivamente poiché essa è gemma troppo preziosa per essere offuscata da errori d'impostazione, ma continuiamo ad amarla di quell'amore che 20 anni fa ci ha permesso di accostarla colla timidezza dei ventenni e che oggi ci lega ad essa col rimpianto degli anni che sfuggono!

GIOVANNI LURANI



Johnny Parsons nella sua visita in Italia ha voluto prendere contatto con la famosa pista di Monza di cui tanto ha sentito parlare anche in America. La Scuderia Guastalla è stata ben lieta di mettergli a disposizione una barchetta Ferrari-Touring e con questa il pilota americano ha compiuto diversi giri dimostrandosi in breve padrone e della pista e dell'eccellente mezzo meccanico messogli a disposizione.