

GUARDARE, BERE, UOMO, DONNA. INCROCI DI SGUARDI E DI VOCI ¹

di Elena Giliberti
elegi13@hotmail.com

Tra narrato e narrazione

1. (dettaglio) Una porta chiusa. Una mano bussava. La porta scorrevole si apre e tra i pannelli mobili si affaccia un volto di donna.

2. (totale) Dopo aver accertato l'identità del personaggio, la donna di guardia ci mostra, volgendoci le spalle, il suo corpo androgino e, senza mai staccare le mani dai pannelli, lascia che il personaggio protagonista della storia, che ora scopriamo essere una giovane donna, entri passando sotto il suo braccio sinistro. Entrando la protagonista lancia uno sguardo veloce verso la Macchina da presa (Mdp).

*Ermes, ancora lui, vigila sulla cortina
le cui fitte pieghe celano la porta il cui
battente sigilla la bocca d'ombra priva
di parola.
M. Serres*

¹ ***Il nuovo spot della campagna Ready to Drink di Campari***

Milano, 19 settembre 2002 – **Campari Mixx**, questi gli ingredienti: una ragazza dalla bellezza angelica, un party decisamente particolare, un'atmosfera urbana ma al tempo stesso avveniristica. Un pugno di personaggi stravaganti, ottenuti mixxando elementi di persone diverse, e un giovane barman insolitamente affascinante.

Basta *shakerare* il tutto per ottenere l'ultima campagna pubblicitaria del Gruppo Campari, firmata **D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO** e prodotta da **BRW & Partners** per presentare al pubblico **Campari Mixx**, il nuovo *Ready to Drink* che detterà la moda del bere *trendy*.

Autrice dello spot, Alessandra Pescetta, giovane e affermata regista di videoclip, dedita, da qualche anno alla realizzazione di campagne pubblicitarie. Protagonista dello spot è la splendida Susan Eldridge, astro nascente delle passerelle dell'alta moda. (www.lamescolanza.com 14/11/2002)

La narrazione si apre su di una porta chiusa. Il dettaglio di una mano che sta bussando, poi la porta si apre: sguardo di un volto femminile, mezzobusto che sbuca dai pannelli scorrevoli. Controsguardo di un profilo, femminile anche questo, il cui volto è tagliato dalla cornice dello schermo. Un campo totale a svelare i corpi dei due personaggi e finalmente ha inizio l'azione: la donna che sta per entrare, si tiene, fino all'ultimo, fino alla linea di confine, marcata dalla soglia, con una mano aggrappata alla parete esterna e si volta all'indietro, a guardare la macchina da presa. Ovvero uno spazio immaginario (Noel Burch, 1970), fuori testo, che si sottrae alla misura ed al controllo stesso di chi guarda dall'esterno. La cornice dovrebbe favorire una messa a fuoco dello spazio narrativo, invitando il pubblico ad osservare quel che rappresenta l'immagine come un enunciato su questo mondo, che egli percepisce dall'esterno. In questo caso apre un varco fra due spazi: quello in cui il pubblico, guidato dal personaggio, sta per assistere alla narrazione, non ancora definito; ed uno indefinito, evocato da uno sguardo di strafuoco, un dettaglio, che realizza la sfocatura. Testa reclinata all'indietro; testo ripiegato su se stesso, sgualcito: sulla soglia, che separa l'esterno dall'interno, lo sguardo indugia in macchina, assommando il testo al contesto; ciò che viene enunciato all'operazione stessa dell'enunciazione. Lo sguardo interpella direttamente lo spettatore e trasforma il personaggio in narratore. Da questo momento si stipula uno strano contratto di lettura che lascia il pubblico a metà strada fra un retroscena, indicato dalla quinta-porta scorrevole, e la ribalta in cui la *pièce* sta per essere attuata. Non siamo in platea; spiatio la messinscena, posizionati alle spalle del narratore. Il fatto di venire infilati dentro al racconto, e addirittura alle spalle di un narratore intradiegetico, non è una novità. Interessante è capire il modo in cui si compie l'operazione. Tant'è che, quando Michel Serres rilegge *Sarrasine*², si sofferma a lungo sull'esordio: " ...a mezzo entrato nel ballo, a mezzo uscito dalla narrazione...", un personaggio, al ricevimento della ricca famiglia *Lanty*, racconta alla dama che lo accompagna, la travagliata storia d'amore tra lo scultore *Sarrasine* e *Zambinella*, l'ermafrodito. Il personaggio, di cui l'autore non dice il nome, diventa così narratore intradiegetico del racconto: *a mezzo entrato nel ballo, uscito a mezzo dalla narrazione* perché se ne sta seduto nel vano di una finestra della sala dove si svolgono le danze, con la gamba sinistra che batte il tempo (la metà entrata nel ballo) e quella destra immobile, ghiacciata dalla corrente fredda che arriva da fuori. Un piede segna il ritmo; l'altro, il confine fra

² Michel Serres, *L'ermafrodito. Sarrasine scultore*, Bollati-Boringhieri, Torino, 1989. Ved. anche Barthes, 1970, il quale sottolinea come la soglia sia il luogo deputato dell'enunciazione narrativa.

narrato e narrazione. Anche in questo caso un testo si apre su di un'anomalia: un corpo s'incastra a metà strada fra il dentro ed il fuori. Si divide, come stavano divisi Hermes ed Afrodite, prima di riunirsi e generare Ermafrodito. Nel testo pubblicitario non è una parte del corpo che fuoriesce. E' lo sguardo che retrocede. Il corpo avanza, addentrandosi nella narrazione: la protagonista passa sotto il braccio del personaggio che sta di guardia. E' una donna, ma quando si volta mostra un corpo esageratamente muscoloso: corpo miscelato, davanti femminile, dietro maschile. Tiene con le due braccia i pannelli scorrevoli della porta e pare formare con gli arti una X, mostrando la sua parte da uomo: uomo vitruviano di spalle.

Dentro la narrazione

Il luogo

3. (primo piano) La protagonista è entrata e si guarda attorno. Dietro di lei, a destra una candela accesa illumina una parete grigia e scrostata. La luce artificiale batte sulla sua spalla sinistra.

4.(campo totale) Il campo si allarga e rende visibile il locale: in primo piano, la protagonista continua a camminare; sul fondo, alla parete, la foto di un volto ottenuto con collages di immagini; in mezzo un tavolino illuminato dalla fiamma di una candela, un uomo passa davanti alla foto, bevendo da una bottiglietta, una donna, seduta sul tavolino, guarda la ragazza.

*Noi entriamo nella scatola: cosa c'è in
questa scatola? Una lunga infilata di
saloni illuminati da mille luci...*
Michel Serres

Preambolo all'esplorazione del luogo. La protagonista, appena entrata, è ancora nell'androne, che, anche se per noi oggi è solo l'ingresso, per gli antichi greci era l'appartamento degli uomini (*aner- andros*) cosicché l'esordio, pone già la donna fuori luogo. L'inizio della storia è sottolineato anche dal fatto che, con l'ingresso della narratrice, parte anche la musica (*Last tango in Paris* dei *Gotan Project*, versione remixata dall'originale). L'ambiente, illuminato da una candela, si vede ancora solo in dettaglio (3).

Passando all'inquadratura successiva (4), il campo totale svela il luogo, all'interno del quale tre livelli di profondità articolano la storia su tre diversi piani (da questo momento in avanti i tre piani verranno mantenuti in quasi tutte le inquadrature, tranne quelle 'in soggettiva'-5, 7, 8, 9, 11- e quelle conclusive - da 12 a 15-).

In primo piano: noi accompagniamo il cammino della protagonista che continua a scrutare fuori campo, incuriosendoci su quello spazio che ancora non ci viene svelato. La curiosità cresce al pensiero che davanti a questo sguardo che insiste sulla macchina da presa, possa esserci qualcosa di così interessante, da rendere alla donna totalmente indifferente quel che si trova alle sue spalle: sulla parete di fondo infatti campeggia la fotografia di un volto ottenuta con un *collage*. Citazione? Oliviero Toscani, per un'altra campagna pubblicitaria, era riuscito sicuramente meglio a fondere tratti somatici contrastanti in un unico volto. Levigati e dai contorni regolari i mezzibusti di Toscani; qua invece le parti non paiono combaciare. Il primo volto, ad esempio è un assemblaggio fra la calotta dei capelli nera e le basette di un colore biondo platino. Il ritaglio degli occhi appare come in rilievo e stacca su tutto il resto, perché i contorni non coincidono: ancora lo sguardo; spicca su tutto il resto, a causa di un'incongruenza, un dettaglio. E così si colloca in un rapporto metatestuale rispetto al racconto principale: occhi della narratrice a creare *suspence* nello spettatore, sguardo del volto-collage, che si stacca dalla pellicola e che porta impresse alcune indicazioni di diversa natura, concernenti la produzione e non il prodotto (Metz, 1988). Forse, in assenza del sottotesto di Toscani, questi volti non avrebbero provocato lo stesso effetto. Proprio la scollatura tra le parti, l'imprecisione dei contorni, genera lo scarto fra i due testi e produce il senso: volti miscelati, un mixx e pure un remix, riveduto e (s)corretto. In modo sottile e discreto, il testo fotografico gioca d'anticipo sul racconto, oppure, più avanti, lo commenta, fungendo, per noi che guardiamo, da spia discorsiva che realizza un distacco rispetto al testo principale.

A metà strada fra sfondo e primo piano si muovono altri personaggi: c'è un gioco d'inquadrature che, laddove i soggetti sono tre, permette di vederne solo due alla volta. Il personaggio principale si muove e copre la donna che stava bevendo alle sue spalle. Appena questo accade, compare, all'angolo opposto della sala, un uomo che prima era nascosto da un'altra figura femminile, seduta e con una folta chioma nera, a richiamare la calotta del volto fotografato alla parete. Anticipazione sull'ambiguità dei generi: donna copre donna e compare uomo alle spalle di un'altra donna. Incroci, che ruotano attorno al fulcro del volto-collage. Invitati a questa ipotetica festa e pubblico allo stesso tempo, schiacciati sul davanti dal racconto *in fieri* e alle spalle dal suo scioglimento metatestuale, i due

testimoni, quasi impercettibili ad un primo sguardo, sembrano occupare una posizione affine a quella dello spettatore. E se è lecito questo parallelismo, è curioso anche accorgersi che, per la prima volta all'interno della storia, compare il prodotto proprio tra le mani di uno di loro: in questo modo il discorso pubblicitario penetra nel testo, attraverso la spia della bottiglietta che passa quasi inosservata, forse ammiccando ironicamente a quelle accuse di strategia subliminale che individuano il pubblicitario come un esoterico creatore di stimoli al di sotto della soglia cosciente e lo spettatore come una carta assorbente che, passivamente ingloba lo stimolo. Qui al contrario chi guarda è certamente entrato dalla soglia e sta partecipando al racconto.

Un'ultima osservazione sul luogo contribuisce a rendere ancor più evidenti i tre piani attraverso cui si può leggere il racconto. Nei due fotogrammi qui descritti, tre sono le sorgenti di luce: illuminazione artificiale che, provenendo dall'alto, rischiarava le foto-collages; luce delle candele, che illumina il livello intermedio della narrazione, fari che, dal fuori campo, seguono il cammino, battendo sul volto e sulla spalla della ragazza.

Una volta individuato l'ambiente, ha inizio l'osservazione dei personaggi, accentuata dalle riprese in soggettiva (identità tra l'occhio della Mdp e l'occhio del personaggio), spesso usate per fornire allo spettatore una totale coincidenza di sguardo con lo sguardo del personaggio e permettergli un'immedesimazione nel ruolo di *voyeur*.

Il bianco e il nero

5. (soggettiva della protagonista) Vediamo due personaggi: un uomo bianco ed una donna nera, intenti ad ammirare abbracciati una delle foto (è una mostra?) che ricambiano lo sguardo.

I centauri

6. (Mdp a precedere (carrellata all'indietro)-piano americano) La ragazza continua ad andare verso la sua meta finale, dietro di lei una donna seduta e di profilo beve, nella penombra, da una bottiglia. Sulla parete di sfondo, un manifesto-collage.

7.(soggettiva) Una delle presenti lancia uno sguardo intrigante e con fare complice beve alla sua bottiglia.

8. (soggettiva) Anche un ragazzo che beveva ad un bottiglia simile si ferma a guardare la protagonista.

9.(campo medio) Sullo sfondo due delle grandi foto che arredano le pareti del locale, due centauri zebrati con i corpi dei

personaggi della 7/8 si vanno incontro e si fermano al centro dell'immagine.

I gemelli

10.(Mdp a precedere) La protagonista continua a camminare mentre si volta a destra per vedere qualcosa.

11. (soggettiva) Due gemelli di cui non riusciamo a distinguere l'identità sessuale, androgini o efebici, la guardano e si dicono qualcosa.

Qual è il *trait d'union* che permette di fare di questa carrellata di 'mostri' i personaggi di un racconto? Senza dubbio è lo sguardo della protagonista che dà unità al testo. Transita, alla maniera in cui questo transitare è inteso da Perniola (1985, pp. 170-172): processo che va da una presenza ad un'altra presenza, generando così la coesistenza di molti presenti. Un *nunc* che si dilata, spazializzando il tempo. Non è una staticità; semplicemente un cammino nello spazio, a seguito di un abbandono (o di una perdita) di passato e di futuro: la narrazione qui si articola su di un'isotopia temporale semplice e lineare, mentre presenta una gran ricchezza a livello spaziale (per la narrazione scritta è esattamente il contrario: *Figures III*, Genette). Perciò provoca una sensazione di presente in quanto il tempo della narrazione coincide con quello del narrato; si ha la percezione che gli avvenimenti si stiano sviluppando e realizzando mano a mano che si dispiegano allo sguardo dello spettatore: spazializzazione del tempo.

Nell'arco di questo tempo spazializzato, presenze 'anomale' si danno allo sguardo della narratrice(e quindi al nostro): il corpo androgino; la categoria oppositiva bianco/nero; l'archetipo dei centauri; due gemelli e la loro efebica ambiguità.

Spie evocative, la cui efficacia si diluisce, miscelandosi nell'organicità del racconto: i primi personaggi che scrutiamo da dietro una colonna (5) sono una donna nera che abbraccia un uomo bianco. Poco prima che la camera renda visibili i due, la colonna, ostacolo architettonico che provoca lo sguardo di sbieco, da *voyeur*, giocava da confine tra due poster: un volto con i capelli bianchi e, subito, all'altro lato, un volto con la chioma nera. Il cromatismo acceso di tutta la scena riproduce il più semplice degli ossimori: il bianco ed il nero. Anche nel volto-collage che i due stavano guardando prima di focalizzarsi sulla narratrice, il colore gioca un ruolo importante: nella foto infatti spicca il ritaglio degli occhi, più chiaro rispetto a tutto l'ovale del volto, e quello della bocca, più scuro. La figura nera e quella bianca si voltano, contemporaneamente. Eco e Narciso, la

voce e l'occhio nelle *Metamorfosi* di Ovidio, qui vengono scambiati di sesso: lei guarda, dall'alto verso il basso, lui apre la bocca e sorride. Il gioco continua nelle due inquadrature successive (7 e 8): primo piano sullo sguardo di lei e, immediatamente dopo, inquadratura su di lui, che ha appena bevuto. Di nuovo occhi e bocca in rilievo. In più qui è visibile il prodotto: il primo piano focalizza bene solo il collo delle due bottigliette, sul quale, in bianco, è disegnata una "x". Ecco, finalmente, il logo.

L'inquadratura seguente (9) allarga il campo. I due personaggi di prima sono centauri. La parte inferiore del loro corpo non è quella di un cavallo, ma di una zebra. Ancora bianco e nero quindi, che stavolta però si incrociano sullo stesso corpo (ma ancora non si mescolano). Oltre che attraverso lo sguardo della protagonista, il piano narrativo comincia ora a delinearsi attraverso un procedere di mescolanze fisiche, suggerite dal cromatismo e dall'ibridazione corporea. I sessi però restano tra loro distinti: maschile e femminile che, ritratti in quest'ultima inquadratura, si posizionano al centro della scena, uno di fronte all'altro, enantiomorfi come la lettera "s" e la lettera "z".

Esse e zeta allo specchio. Dal loro incrocio scaturisce il *chi*, lettera greca, la cui traslitterazione nell'originale ricorda graficamente questa x leggermente asimmetrica. Solitamente enantiomorfa, perché la sua parte sinistra è speculare alla destra e l'alta a quella bassa, qui perde la simmetria. Un dettaglio, ancora una volta (l'inquadratura lo rimarca), che ancora una volta genera senso. Incongruenza tra gli incastri: in questo cocktail i sapori si mescolano, ma non si annullano tra loro. X, l'incognita, il valore neutro dell'algebra si modifica in *chi*: l'iniziale della parola chimera (*chimaira*), figura fantastica con testa di donna e corpo le cui parti animali si intersecano tra loro a *chi*. Chimera è anche il sogno, la vertigine (Caillois) che dissolve le identità e trasloca ovunque la differenza. Logo e lettera matrice da cui si genera l'allegoria, questa x si riverbera pure nell'impostazione coreografica della scena: al centro due doppi (i centauri). Due doppi alle pareti (i collages di volti) a fare da sfondo e a creare un amalgama tra maschile e femminile. A complicare l'incastro, contribuiscono, anche in questo caso, i ritagli di parti appiccicate sulle foto. Sul viso maschile spicca, più scura, la bocca, esattamente dietro la donna-centauro che ci aveva osservati. Sul viso femminile il ritaglio degli occhi è più chiaro di tutto il resto e rompe il contorno ovale. La sua posizione, alle spalle del centauro, la fa figurare come commento contrastivo alla bocca dell'uomo che prima avevamo visto aperta, nell'atto di bere. Corpi incrociati al centro della scena, volti incrociati alle pareti: "x" e "x", "x" al quadrato; mixx. Parola d'uso sul piano del contenuto, neologismo e anomalia sul piano dell'espressione.

Il viaggio prosegue(10). Alice underground, transita in questo luogo sotterraneo, completamente artificiale e gioca a rifletter(si), campo-controcampo, in figure illusorie, dove il significante ha la meglio sul significato. Alle sue spalle due uomini complementari: uno basso e grasso, l'altro alto e magro, posizionati l'uno sotto l'occhio destro, l'altro sotto l'occhio sinistro di un personaggio- *collage* appeso alla parete, portano contemporaneamente alla bocca la bottiglia. Subito dopo(11), a specchio, compaiono sulla scena due gemelli, intenti ad osservarla. Ancora un doppio, ma stavolta manca la distinzione tra maschile e femminile. Disorientamento sul sesso. Gemelli, doppi, doppia x che incrocia sul sesso, giocando col suo attributo d'incognita. La somiglianza tra i due non è però totale: x è, anche ora, *chi*. Non c'è uguaglianza, ma specularità: il sinistro freudiano (*unheimlich*) entra nel testo come qualcosa che si ripropone sotto una forma leggermente modificata e produce straniamento. C'è un *mixer* che, con un'energica *shakerata*, ha miscelato i sessi, originando queste due figure effeminate ed ambigue. Alla parete stavolta mancano i collages: lo spazio metatestuale entra nel *cocktail*. Miscelati sono anche il bianco e il nero: le camicie portate dai due sono di un grigio che si confonde con il colore della parete. Si ripete, anche qui, la relazione occhi-bocca: lo sguardo in macchina dei due si percepisce, ancora una volta, come rivolto alla ragazza, in più le labbra di uno dei gemelli si schiudono a dire qualcosa o forse a lanciare un bacio. Non si sa. Per il momento la voce rimane coperta dalla colonna sonora. Allegoria di come si prepara un *cocktail*: i corpi, come ingredienti per una bevanda, si amalgamano progressivamente, ma non si fondono. Compaiono, nei vari fotogrammi, sempre accoppiati: l'ebbrezza che ti fa vedere doppio.

Tra narrazione e narrato

12. (piano americano) La protagonista si avvia verso il bancone del bar.
- 13.(soggettiva) un barman con occhi di colori differenti attende.
- 14.(dettaglio delle labbra della protagonista) Con voce fortemente maschile ordina un Campari Mixx ('Give me a Mixx')
- 15.(piano americano) Il barista ripone sul bancone una bottiglia di Campari Mixx.

La voce è sempre unica e l'orecchio la riconosce come tale. Anzi, la conosce

*come unica anche quando, non avendola
prima conosciuta, non può riconoscerla.*
A Cavarero.

Dall'inquadratura 12 alla 15 il racconto si posiziona a cavallo tra narrazione e narrato. La trama prosegue, ma è giunto il momento di citare in maniera esplicita il prodotto. Quali sono gli espedienti tecnici attraverso cui si ottiene questa virata prospettica? Innanzitutto tramite le inquadrature. Di solito, nei momenti di passaggio della protagonista da un punto all'altro della sala, la macchina da presa la precedeva con una carrellata all'indietro, nella 12 invece, dove la donna si avvia verso un nuovo incontro, la telecamera inquadra la scena da dietro, a seguire e ci mostra lei, il bancone verso il quale è diretta ed il barman. Il gioco precedente, dove i nuovi approcci erano ripresi solamente in soggettiva è spezzato. Dal retroscena ci siamo trasferiti in platea: il nostro sguardo non è più quello di un *voyeur*, che osserva di sbieco, da dietro un pilastro. A spezzare la narrazione contribuisce anche la colonna sonora: i fiati, che davano il ritmo a tutto il tragitto, si interrompono. In sottofondo sentiamo solo le percussioni e la modella, finalmente, rivela la sua natura: si rivolge alla telecamera, quindi a noi spettatori. Prima eravamo dei *voyeurs*, che scrutavano la situazione filtrata dai suoi occhi. Ora è lei che ci osserva: con uno sguardo ci aveva invitati ad entrare, con uno sguardo ci butta fuori dalla scena, e, con voce maschile, dice: *give me a mixx*. Gioco di sguardi che chiude il cerchio, ma rimane un'incongruenza, definita ancora una volta da un dettaglio, generatore di nuovo senso: lo spazio iniziale, quello puntato dall'occhiata che ci aveva proposto di entrare, appariva indefinito, immaginario; offuscamento del campo visivo, che opacizza la comunicazione. Subito dopo, le soggettive, che non prevedono un faccia a faccia, un dia-logo. Quest'ultima inquadratura invece, individua, attraverso gli occhi della protagonista, lo spazio precedente, quello del barman, anche se, di fatto, il primo piano, interpella direttamente noi. Ancora una volta a metà strada, stavolta fra opacità del discorso ed immediatezza della comunicazione, ci sentiamo straniati. E questo "buttar fuori" è il risultato di un effetto preso a prestito dalla letteratura e dal teatro brechtiano. In pubblicità si definisce *straniamento* "una procedura formale, volta a creare immagini non banali, non automatiche, diverse dalla percezione consueta. E' una tecnica che, opportunamente applicata, consente di dare il necessario rilievo emozionale ad una comunicazione pubblicitaria altrimenti fredda. L'operazione di straniamento si verifica nel momento in cui parole e immagini si scontrano. In questo caso l'immagine 'apre' emotivamente e la parola 'chiude' razionalmente il discorso" (Volli, pp. 252-253). Orifizi da cui

fuoriescono sguardo e voce, gli occhi e la bocca rivestono qui un ruolo di primo piano. Come scrive Adriana Cavarero: " Al contrario dello sguardo, la voce è sempre e irrimediabilmente relazionale. Non permette un orientamento distaccato sull'oggetto perché, in senso proprio, non ha oggetto" (Cavarero, *A più voci*, 2003, p. 194). Mentre lo sguardo ci catturava dal retroscena, la voce c'interpella sulla ribalta, riposizionandoci in platea. Apertura emotiva e chiusura razionale sono, nella situazione specifica, i due 'movimenti' che, usati in contemporanea, spiazzano lo spettatore, ma non interrompono del tutto il racconto. La trama infatti prosegue: il barman mostra la sua anomalia, che si rivela unicamente nello sguardo: un occhio è azzurro, l'altro marrone. Controcampo e dalla bocca della donna scaturisce una voce da uomo: il mix meglio riuscito, amalgamazione di maschile e femminile. L'inquadratura in dettaglio sulle labbra della ragazza che parla, ne accentua il colore rosso, richiamato, due fotogrammi dopo, dal rosso acceso della bottiglia, che per la prima volta, campeggia sulla scena in primo piano. La voce si propaga sul pubblico. La bocca satura lo schermo. Oramai il precedente gioco di sguardi cede il passo ad un'interpellazione diretta, ci chiama in causa e, così facendo, annulla il precedente gioco binario, decretando l'unicità del personaggio. Paradossalmente, buttandolo fuori dalla scena, la voce chiama il pubblico a fare da protagonista; a bere "...dalla bottiglia, con l'irriverenza di chi è più 'alla moda'" come recita il testo pubblicitario a stampa. Il richiamo verso il prodotto dovrebbe così diventare irresistibile: finché era lo sguardo a fare da protagonista si vagava attraverso gli spazi, ipnotizzati dal ritmo della musica che scandiva visioni oniriche. Ora le labbra, dischiuse a rivelare la natura doppia della donna, funzionano come un appello direttamente a noi e sono anche il mezzo attraverso cui si può gustare il *drink*. Così, la decretata univocità della donna va di pari passo con l'identità fra la stessa, protagonista della storia e la bottiglia, protagonista dello spot.

Uscire dalla narrazione

16.(campo totale) Sullo sfondo vari personaggi si muovono. In piano americano, la protagonista guarda in mdp e sorride, dopo aver bevuto. In basso a destra appare il pay-off, 'Campari Mixx Easy 2 drink', che una voce maschile legge.

*Ma se tu prendi la mia voce- disse
la piccola sirena- che cosa mi rimane!*

Hans Christian Andersen

Siamo ancora dentro il locale, ma oramai fuori dalla narrazione. Il trucco di scena è svelato e la nostra narratrice sorride beffarda, mentre ci mostra il prodotto. Dietro di lei i personaggi; non quelli che, inquadrati in primo piano, suggerivano evocazioni ancestrali. Fuori dalla favola, si rendono più prosaicamente visibili le comparse che transitavano prima a metà della scena. Si mettono in posa per la fotografia conclusiva, a raccogliere gli applausi, come accorgendosi che, da spettatori sulla scena, sono divenuti, nel fuori scena, attori essi stessi. Il gioco non è ancora finito: dentro e fuori dalla narrazione, dentro e fuori dalla scena. E forse anche noi, che pensavamo di esserne usciti, per un momento ancora potremmo pensare di balzare dentro, incarnandoci proprio in quei personaggi. Ma giunge ancora una voce che, dal fuori campo cristallizza il narrato, leggendo il *pay-off*. Definitivamente sottratti all'opacità del discorso, veniamo posti di fronte alla più cristallina immediatezza comunicativa. Alcuni personaggi che stavano nel piano medio sono avanzati, gli altri indietreggiano e, sulla parete di sfondo, un fascio di luce segna i contorni di un manifesto che non c'è più. Il discorso metatestuale, da spia visiva, si è trasformato in voce e scrittura: *Campari Mixx. Easy 2 drink*. Cosa resta infine, di tutte le suggestioni messe in atto? Campari: il nome della ditta in prima posizione. Mixx: il prodotto, ma anche un neologismo, che presenta un'anomalia. Doppia x, incognita per due volte. Un prodotto, somma di una miscela (mix) e due incognite. Mix(x): mescolanza ed incognita. L'idea moderna di costruzione di un'identità unitaria e definita viene qui smentita da un assemblaggio trans-moderno, che si assesta e si raffina lungo il percorso: Il nuovo individuo, in primo piano, sorride e beve il suo Mixx, facile da bere. Pare quasi che il suo divenire sia avvenuto semplicemente spostandosi e scambiandosi lo sguardo con gli altri personaggi: mimetismo del transito, lo chiama Perniola (rileggendo Caillois) Noi abbiamo assistito. Nonostante l'ingresso ci fosse inizialmente interdetto (2) abbiamo ottenuto il ruolo privilegiato di *voyeurs*. Adesso, dopo essere stati buttati fuori, veniamo interpellati direttamente dal palcoscenico, ma con un'altra prospettiva; un invito a bere il *cocktail* per rientrare, stavolta forse da protagonisti, in quel mondo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- R. Barthes,
1957 *Mythologies*, Seuil, Paris (tr. It. *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino, 1992).
1970 *S/Z*, Paris, Seuil (tr. It. Einaudi, Torino, 1973).
- A. Cavarero,
2003 *A più voci. Filosofia dell'espressione vocale*, Milano, Feltrinelli.
- V. Codeluppi, (a cura)
1987, *Jean Baudrillard/Il sogno della merce*, Milano, Lupetti.
- J. M. Floch,
1995 *Identités visuelles*, Presses Universitaires de France, Paris (tr. It. *Identità visive. Costruire l'identità a partire dai segni*, Franco Angeli, Milano, 1997).
- G. Marrone
2001 *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Einaudi, Torino.
- C. Metz,
1988 "L'enunciation impersonnelle ou le site du film", in *Vertigo*, n. 1, Paris.
- M. Perniola
1985 *Transiti*, Bologna, Cappelli
- I. Pezzini (a cura)
2002 *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, Meltemi, Roma.
- P. Ricci, *Inversioni di senso: leggere Serres secondo Leonardo*, in "Sociologia della comunicazione" n. 29, pp. 81-90.
- M. Serres
1987 *L'ermaphrodite. Sarrasine sculpteur*, Flammarion, Paris (tr. It. *L'ermafrodito. Sarrasine scultore*, Bollati Boringhieri, Torino, 1989).
- U. Volli
1994 *Il libro della comunicazione*, Il Saggiatore, Milano.