

TIPOLOGIA B – ANALISI E PRODUZIONE DI UN TESTO ARGOMENTATIVO

Carlo Fruttero e Franco Lucentini, *Senza più libri si ritorna a Neanderthal*, «Corriere della Sera», 30 ottobre 2018

Una curiosa omissione spicca, se così si può dire, nei settimanali e mensili illustrati che hanno a cuore la vasta categoria degli snob integrati. Tra gli sparsi articoli [...] innumeri vetrine pubblicitarie mettono in mostra quanto c'è di meglio in fatto di gusto, eleganza, raffinatezza: ecco lo storico impermeabile inglese, ecco l'orologio impossibilmente bidimensionale, ecco la lampada di supremo design, la tazzina di suprema porcellana, l'eccelsa valigia, la sensuale pelliccia, il brillantone, lo zaffirone, la grintosa auto su soave sfondo palladiano, il superalcolico superinvecchiato in botti del Medioevo; ecco, ineguagliabile, il maglioncino, il mutandino, il catamarino, l'isolino dei Mari del Sud. Mai tuttavia in queste "nature morte" degne dei maestri olandesi, in questi *tableaux vivants* reminiscenti di Watteau, assolutamente mai è dato di vedere un libro. Quei privilegiati tutto fanno meno che leggere: si tuffano in cerulee piscine, bevono multicolori aperitivi, seducono a lume di candela liquide donne, si sdraianno su sabbie, scogli, materassi, poltrone, sedili d'aereo, falciano prati, solcano brughiere, prestano orecchio (sempre in compagnia di quelle vaporose creature) a perfezionatissimi hi-fi, filmano le già dette dolceridenti con cineprese non ingombranti di una pistola ad acqua, accendono, filmano, si docciano, si rasano, si dopobarbano. Ma tra le loro mani forti e delicate, o nelle loro immediate adiacenze, un libro che è un libro non appare mai.

Un nostro amico, dirigente di una grande casa editrice, ha pensato che ciò avvenisse per caso, per distrazione, e ha avuto l'idea di prendere contatto con alcune più celebri ditte in questione. Perché, gli ha proposto, non infilare un libro qualsiasi, di qualsiasi editore, nelle vostre composizioni pubblicitarie? Gettato magari sul tavolo di radica, presso l'accendino rinascimentale, tra un calice di spumante, un fiore e un portafoglio firmato? Oppure ritto sulla mensola del caminetto acceso, mentre i due vecchi amici (o i due amanti clandestini) condividono grappa vodkawhiskybrandy d'annata? O dimenticato aperto sulla neve, accanto agli eccezionali scarponi cui manca solo la parola? O sul sedile posteriore della "sportiva" che passa da 0 a 100 km prima che uno abbia fatto in tempo a leggere il titolo? Sarebbe, per l'editoria in generale, una preziosa forma di pubblicità indiretta, e anche l'immagine dei vostri prodotti ne verrebbe...

Nessuno dei suoi interlocutori lo ha lasciato finite: il libro, tutti gli hanno spiegato, alcuni sghignazzando, non è "in", non è "chic", non è suggestivo, gratificante, desiderabile, non produce associazioni subliminali col lusso, l'agiatezza, la disinvoltà "classe", lo "stile di Vita" che s'intende evocare; non è insomma un complice adeguato, un presentabile alleato di colonie, accendini, gioielli, motori e purelanevergini. L'Uomo che agisce in quelle qualificate pagine pubblicitarie (e forse nella vita) non sa che farsene, del libro. La sua attenzione è rivolta a ben più invitanti immagini, la sua mente occupata da ben altri interessi, i suoi occhi d'acciaio, mentre beve, viaggia, fuma, gioca a golf e a tennis, guardando irresistibilmente più lontano, oltre i secoli e i millenni, verso i vasti, incontaminati orizzonti di Neanderthal.

L'articolo era stato pubblicato sul «Corriere della Sera» negli anni ottanta.

Analisi

1. Nelle riviste illustrate compaiono numerose pubblicità di uomini e donne chic ed eleganti. Manca sempre un oggetto. Quale e perché?
2. Alla proposta di un noto editore avanzata ad alcuni celebri brand di far vedere, in un loro spot pubblicitario, un libro, magari buttato lì a caso per terra, essi cosa rispondono?
3. Qual è la tesi degli scrittori Fruttero e Lucentini?
4. Nel testo ricorre l'uso di virgolette: quale funzione hanno?

5. Lo stile degli autori è ironico e brillante: illustralo con gli esempi che ritieni più significativi ed efficaci ed esprimi una valutazione sul ricorso a questo tono espressivo per affrontare la tematica trattata.

Commento

Prendendo spunto dalle considerazioni di Fruttero e Lucentini, rifletti sul ruolo marginale che la lettura riveste nella società contemporanea ed esprimi, argomentando con le tue conoscenze personali, il tuo pensiero in merito.