

IL GIORNO

Una copia L. 1.200 - Sped. in abb. post. G 1/70

☆☆☆☆☆ Anno XXXVII - Numero 30

☆☆☆☆ MILANO - LUNEDÌ 3 FEBBRAIO 1992

Pubblicità su tutte le reti per la gloriosa invenzione del dottor Condom che torna di moda

Quando la Maya di Goya suggerisce il profilattico

di MARINA CAPPA

MILANO - Lezioni d'arte e lezioni d'amore: la «Maya» di Goya sfuma dalla versione vestita a quella desnuda grazie all'intervento del profilattico Elite, mentre la «Loretta» di Matisse appare in déshabillé dopo il passaggio del medesimo prodotto modello Fragola. Da qualche giorno, nell'orario canonico del dopo-22.30 (prima l'argomento è tabù per i pubblicitari), anche le reti Fininvest programmano questi 12 secondi di «profilattici d'autore».

La Rai, cui è vietato trasmettere spot al condom in qualsiasi orario, ha scelto di affrontare l'argomento sotto altra prospettiva. All'ultimo

«Diritto di replica» la terza rete ha invitato Gian Maria Ammassari della Tai Trading, la società che distribuisce in Italia Fragola ed Elite (presto seguiranno i modelli Max, Young Love e Romantic), importandoli dalla Thailandia. Sarà per merito del commercial già in onda su Tele+2 e Telemontecarlo o dipenderà dalle apparizioni ai dibattiti pubblici: in ogni caso, i farmacisti confermano le continue richieste del profilattico d'arte pubblicizzato anche da un'infinità di poster affissi in tutta Italia.

Se Fragola ed Elite, con i loro inviti al «fallo con gusto, fallo con stile», hanno invaso la televisione, una «condomania» diffusa sta comunque conquistando il piccolo schermo. L'unico

assente è Hatù, che si è impegnato gli scorsi mesi nella partecipazione alle giornate sull'Aids, convinto - come sostiene un suo annuncio - che «siamo parte della soluzione». Control, invece, non demorde dalla pubblicità, anzi fa scuola. Il suo spot con professore che scopre un profilattico galotto e interroga la classe per individuare il proprietario è stato copiato («chiesto in prestito» sottolinea l'agenzia Canard) da un filmato spagnolo contro l'Aids, ma oggi viene a sua volta preso a modello e rifatto da Jovanotti nell'ultimo video.

Anche Akuel torna in televisione, con un vecchio 30" a base di rossetto e frasetta maliziosa («se mi ami, mettili Nudo», ossia indossa l'omo-

nimo modello). Più delle singole apparizioni, può essere però curioso notare come lo speciale di «Lezioni d'amore», trasmesso lunedì su Italia 1, si sia rivelato il contenitore più ambito da questa categoria di spot. Insinuandosi fra una spogliarellista e uno psichiatra, una pioggia di profilattici in trenta secondi ha interrotto dissertazioni ed esibizioni.

Si è creata così una sorta di spettacolo parallelo dove le «lezioni di sesso» si sostituiscono a quelle del titolo, integrandone la pruderie e suggerendo il modo per concludere quell'atto mancato e frammentario di un discorso amoroso affidato alle pulsioni catodiche di Giuliano Ferrara.