



Ritratto di famiglia

78

Come una scena assurda diventa normale e comprensibile. Lo smascheramento della fiction nello spot con la strana famiglia de I Gyprocs.



L i hanno ribattezzati *I Gyprocs*, una famiglia televisiva molto particolare, composta da quattro energumeni barbuti e nerboruti, due dei quali (quelli che interpretano il ruolo del padre e del figlio) vestiti in modo normale, mentre gli altri due (quelli che interpretano il ruolo rispettivo della madre e della figlia) hanno abiti femminili, un po' anni Cinquanta, capelli cotonati e trecce: il tutto vorrebbe suggerire l'immagine della famiglia felice media. La madre entra in sala da pranzo, con in mano un vassoio contenente pollo e patatine, mentre richiama a tavola gli altri componenti. Ma poiché ritardano – i due ragazzi litigano tra loro per una bambola sbattendosi violentemente contro le pareti del corridoio – la mamma comincia a urlare con una voce cavernosa che esce ancora più dura dalla faccia barbuta, richiamandoli all'ordine. Tutti si siedono a tavola. Ma la calma dura poco. Alla richiesta di passare l'acqua da parte della figlia, il padre lancia la bottiglia in direzione della parete, come se fosse una palla, innescando un nuovo *frame* assurdo e straniato: quello del rugby. I due ragazzi si precipitano contro la parete, nell'atto di pararla e di contendersela, facendo partire così una zuffa in cui tutti e quattro i componenti vengono coinvolti, sbattendosi contro le pareti del soggiorno. La scena complessiva è ovviamente surreale. Ma un senso ovviamente c'è negli intenti di coloro che hanno organizzato la comunicazione (il *copy* Gennaro Borrelli, che ha sviluppato l'idea creativa, e l'*art* Giulia Di Filippo hanno lavorato con la direzione creativa di Michele Picci e la guida della regista argentina Camila Zapiola, per la casa di produzione *Section80*). L'idea è quella di contrastare l'opinione diffusa che le pareti di cartongesso, utilizzate per dividere ambienti domestici interni, siano poco resistenti. E ci riescono perché tutte le scene dello *spot* mostrano che quelle prodotte dalla *Habito Forte*, sezione della *Saint-Gobain*, di cui *Gyproc* è un *brand*, superano prove davvero dure e sembrano indistruttibili. L'idea è piuttosto originale; ma l'assurdità della scena deve essere in qualche modo ricondotta nell'alveo della normalità e comprensibilità che caratterizza il flusso pubblicitario televisivo. Così lo *spot* ricorre all'espedito metateatrale dei tecnici della ripresa che entrano in scena ringraziando gli attori e risistemando il *set*, per mostrare che, appunto, di *fiction* si trattava, mentre scorrono i titoli di coda con lo *slogan*: «Le pareti in cartongesso *Habito Forte* sono testate per resistere a tutto. E a tutti». ■

libero pensiero di Elena Corsi

Astro nascente

Sono scettica, però la mano corre lo stesso alle ultime pagine del giornale che mi spronano a sfruttare la congiunzione propizia dell'astro notturno. Finalmente dissipata l'influenza nefasta del duo Sole-Urano, mi preparo ad affrontare

questa settimana pronta a cogliere al volo le sue mille opportunità. Il messaggio rimane vago, ma il pronostico suona bene e sul volto allargo un sorriso. Se poi volessi un'idea più precisa, o diversa, di questa promessa di felicità, potrei sempre consultare un secondo oroscopo. Per esempio su internet, dove la cornucopia è così ricca da

risucchiarmi in un vortice virtuale. Succede quando incappo in vaticini che profilano un futuro prossimo irto d'ostacoli. Dopo secoli passati a leggere stelle e firmamenti, gli studiosi riconoscono come sia preferibile farsi spiare dai droni celesti di un piano prestabilito, anziché sentirsi microbi in una galassia spinta alla deriva.