

CONSIGLI PER GLI ACQUISTI

un film di Sandro Baldoni

con: Ivano Marescotti, Ennio Fantastichini, Mariella Valentini, Silvia Cohen, Carlo Croccolo

Italia 1997

Cosa gira intorno al mondo della pubblicità? Chi sono gli uomini che studiano i messaggi per imporre al grande pubblico i prodotti più disparati? Quanti miliardi vengono bruciati ogni giorno nel grande circo dell'*advertising*?

Tante volte ci siamo posti queste domande, ma non sempre abbiamo avuto risposte adeguate. *Consigli per gli acquisti* non ha la pretesa di dissipare le nostre perplessità sull'argomento, ma di portare ai nostri occhi uno spaccato - ironico ed estremamente grottesco - sul mondo della pubblicità. Non è un caso che il film porti la regia di Stefano Baldoni, ex copywriter e creativo pubblicitario, qui giunto alla sua opera seconda dopo *Strane storie*. Pensato come un murales satirico polifonico (17 attori, un cane e mille vermetti), il film, che si lascia masochisticamente attraversare da spot veri e propri a volontà, si snoda all'interno dell'infame e criminale mondo delle "grandi agenzie pubblicitarie", capaci di imporre ogni tipo di merce e di esaltarsi in particolar modo quando il prodotto da lanciare sia impossibile, velenoso e assassino.

Anche se, come ci assicura l'autore, si spara un po' sul cadavere, poichè quel tipo di agenzia è pressochè scomparso, ciò che impressiona di più nel film è l'istupidimento crescente, non solo di chi approfitta del cinismo criminale del mercato (creativi, marketing-man, manager, ricercatori, sponsor, geni della pubblicità occulta, fiancheggiatori), ma soprattutto delle loro vittime, i consumatori, che, come assaliti da un virus mentale, perdono ogni capacità di difesa.

Sotto lo strato del grottesco e attraverso il gioco a chiave dei diversi personaggi (vi si riconoscono signori dell'*advertising* come Oliviero Toscani o Gavino Sanna), Baldoni mette in scena un film di radicale pessimismo, dove si ride, ma si ride giallo. La materia prima della pubblicità, ci dice chiaro e tondo il film, è il nulla; la pubblicità isterizza e velocizza tutto, proprio per impedire che il nulla "venga in fotografia". E quel che è peggio è che ai persuasori occulti (i pubblicitari) corrispondano dei persuasi palesi (i consumatori).

A noi non resta che meditare e godere dell'ottimo cast diretto da Baldoni, con un Carlo Croccolo in splendida forma che da solo vale il prezzo del biglietto.