

Di Gianni Lacorazza (MECCANIMA - 2005)



Leonardo Sinisgalli nacque a Montemurro il 9 marzo 1908, da Vito e Carmela Lacorazza: in quella casa, nella strada che oggi porta il suo nome, trascorse tutta la sua infanzia, in compagnia della madre rimasta sola. Terzo di sette figli (“una delle più grandi tribù della Val d'Agri”), già all'età di tre anni rimase senza padre, costretto a partire per l'America ad esercitare il mestiere di sarto. Frequentò le scuole municipali dove il suo insegnante, don Vito Santoro, che lo stesso Sinisgalli ha ricordato con affetto in molti suoi scritti, intuì le attitudini del ragazzo, strappando alla madre la promessa di fargli continuare gli studi in collegio. Leonardo era ancora un bambino e la madre nutriva ovvie perplessità nel seguire il consiglio del prete.

Montemurro, però, non poteva offrire scuole di maggiore livello, per studiare era necessario andare via, “emigrare” al di là dei confini regionali. Carmela, però, riuscì a convincere Don Vito che Leonardo non aveva ancora l'età per andare via e il prete acconsentì a lasciarlo ancora un anno a casa: “Mi preparavo a partire ogni giorno. E io sapevo che quei tesori che ancora potevo toccare con mano non li avrei ritrovati mai più”.

Il piccolo Leonardo sarebbe voluto andare a bottega dal fabbro, continuare a vivere giorni spensierati nel suo amato paese natale, tra i suoi affetti, ma nel 1917, suo malgrado, fu mandato in collegio a Caserta, dai Salesiani.

“Con le tasche piene di confetti” e il cuore gonfio di tristezza, Leonardo, senza saperlo, partì verso la storia. Questo distacco fu la causa di un drammatico trauma che si è portato dentro per sempre; un dolore atroce, rimasto indelebile nella sua memoria e ne ha guidato e condizionato il cammino; in tutta la sua vita come in tutta la sua opera.

Io dico qualche volta per celia che sono morto a nove anni, dico a voi amici che il ponte sull'Agri crollò un'ora dopo il nostro transito; mi convinco sempre più che tutto quanto mi è accaduto dopo di allora non mi appartiene, io sento di non aderire che con indifferenza al mio destino,

alla spinta del vento, al verde al rosso.

Per Leonardo si prospettavano anni “freddi e bui”, di solitudine e di nostalgie per i suoi affetti, durante i quali si immerse nello studio distinguendosi da subito per i brillanti risultati scolastici e per la straordinaria attitudine verso le discipline matematiche. Da Caserta passò all’Istituto Tecnico di Benevento per compiere gli studi superiori e, conseguendo voti eccellenti, giunse al diploma di maturità scientifica: la “bellissima licenza” conseguita dopo aver sostenuto gli esami in una scuola della Pignasecca a Napoli nel 1925.

Intanto, nel 1922, rientrato il padre dall’America, la famiglia si recò ad abitare nella casa di fronte a quella di nascita, dove il giovane Leonardo si rintanava spesso nel suo studiolo immergendosi nella lettura dei poeti. Aveva già iniziato a scrivere alcuni versi ma la sua vocazione non era ancora limpida e la poesia lasciava ancora il posto alla scienza. Almeno fino a quando, nella sua vita, apparve Sergio Corazzini.

Non ero fortissimo, il matematico superava il poeta di una buona lunghezza. Le formulette sul moto dei corpi, e le linee che ne discendevano, rette e parabole, mi esaltavano più dei bisticci di rime e assonanze che fin da allora furono la mia ossessione. E stavo seppellendo con una pala di terra ogni giorno la tenera salma del poeta per rinvigorire le meningi dell’astruso ragionatore...

Fu un amico, Mimì Bonelli, in quella bella estate montemurrese, prima della sua partenza, ad aprirgli definitivamente il cuore e la mente alla poesia. E fu la spinta definitiva che portò il giovane Sinisgalli a chiudersi in una stanza della sua casa, allora disabitata, per scrivere i suoi primi versi, pubblicati nel '27 nella raccolta Cuore, in una edizione dello stesso autore.

Mimì arrivò carico di libri crepuscolari, Govoni, Palazzeschi, Martini, Moretti, il divino Corazzini. Trascorremmo su quelle pagine, esaltati, la fine della più bella vacanza della nostra vita.

Alla fine di quell’estate, Leonardo si trasferì a Roma e si iscrisse alla facoltà di Matematica. Con

sé portò, come una bibbia, le Liriche di Corazzini, dalle quali non si separò più.

Seguì i corsi di Fantappié, Severi, Levi-Civita, poi passò al biennio di Ingegneria. In questo periodo conobbe il fisico Enrico Fermi il quale, considerando Leonardo come uno dei giovani più promettenti, lo volle con sé nel gruppo dei ragazzi che studiarono la fissione nucleare nel famoso laboratorio di Via Panisperna. Potevo trovarmi nel gruppo dei ragazzi che hanno aperto l'era atomica ma preferii seguire pittori e poeti e rinunciare allo studio dei neutroni lenti e della radioattività artificiale.

In quel periodo il giovane Sinisgalli strinse rapporti con molti degli esponenti della cultura letteraria del tempo: Angioletti, Ungaretti, Scipione, Mafai, De Libero, ed entrò sempre più a contatto con la realtà metropolitana di Roma. La nostalgia e il rimpianto della sua Montemurro lasciarono pian piano spazio, nel suo animo, alla consapevolezza di un futuro legato sempre più a questi nuovi luoghi, alla necessità di coltivare le sue passioni lontano dal piccolo borgo natìo.

Intanto continuava la lotta inconscia tra l'uomo di scienza e l'uomo di lettere, ma proprio questa battaglia portava a successi in entrambi i campi. Successi che cominciarono a proiettare Sinisgalli in quell'universo che lo riconosceva sempre più e che, col tempo, è stato da egli stesso trasformato.

Prima di laurearsi prestò il servizio di leva a Lucca poi, alla fine del '32, conseguì la laurea in ingegneria industriale e l'abilitazione alla professione in virtù dell'esame di Stato sostenuto a Padova. Da lì raggiunse Milano e si aprì quella che è stata in seguito definita come "la prima stagione milanese" di Sinisgalli, probabilmente la più importante della sua vita¹.

Sono tanti, infatti, i nomi con i quali il giovane ingegnere entrò in contatto: molti semplicemente ritrovati dopo le frequentazioni degli anni precedenti di Roma stringendo con loro autentici rapporti di amicizia. Ormai era entrato anche nel giro della poesia con la pubblicazione del volumetto Cuore e grazie alla vittoria, giunta nel '34, dei Littoriali di Firenze, della cui giuria facevano parte anche Ungaretti, Palazzeschi e Bacchelli.

Nonostante questo successo, tornò a Montemurro nel '35, deciso a non tornare più in città. L'affannosa ricerca di un lavoro importante, consono alle sue aspettative, era risultata più che mai difficile. Durante il soggiorno al paese natale si dedicò alle sue ispirazioni, alla vocazione letteraria, scrivendo in quei giorni il Quaderno di geometria e molte delle 18 poesie, che furono pubblicate l'anno dopo da Scheiwiller nella collana All'insegna del Pesce d'Oro e che lo consacrarono nel novero dei poeti ermetici. Quaderno di Geometria, dedicato alla memoria di Edoardo Persico, fu pubblicato dalla rivista Campo Grafico.

Ritornato a Milano su insistenza degli amici artisti, iniziò il suo matrimonio con l'industria, durato per circa quarant'anni. Chiamato alla Linoleum dopo aver risposto ad un'inserzione, venne impiegato nella comunicazione, col compito di diffondere le informazioni sul nuovo materiale e di collaborare alla redazione della rivista societaria Edilizia Moderna.

Nel '38 Adriano Olivetti lesse il suo Quaderno di Geometria e lo chiamò alla sua corte affidandogli la direzione artistica dell'ufficio Pubblicità della Olivetti a Milano. Nel frattempo continuava a pubblicare raccolte di poesie non abbandonando, quindi, quell'istinto letterario che gli valse la fama di poeta e prosatore apprezzato, giovandosi anche della maturità che i nuovi impegni di lavoro gli stavano portando e incamminandosi verso il raggiungimento del desiderato equilibrio interiore tra il poeta e il tecnico.

Nel '39 l'Italia entrò in guerra e Sinisgalli fu richiamato alle armi. Passò dal reparto di Artiglieria in Sardegna a Roma dove, col grado di tenente, venne assegnato all'ufficio Propaganda dell'esercito. È questo il periodo in cui conobbe la baronessa Giorgia De Cousandier, con la quale si trasferì ai Parioli e che sposò nel '69 occupandosi anche del figlio Filippo, avuto dalla donna nel suo primo matrimonio².

Fu una guerra mal digerita da Leonardo e, a seguito di varie vicende, si vide costretto a rifugiarsi alle porte di Roma dopo l'armistizio dell'8 settembre. Braccato dai tedeschi venne scovato e condotto nella famosa Via Tasso; riuscì a sottrarsi all'esercito hitleriano grazie al coraggioso intervento di Giorgia. Neanche la guerra, però, frenò la sua produzione. Molti suoi racconti e saggi videro la luce proprio in quei difficili anni. Significativa testimonianza di questo fu che proprio nel 1944 venne pubblicata la sua opera più importante, *Furhor mathematicus*.

Soddisfazioni meritate giungevano anche dalla poesia: il '43, infatti, fu l'anno in cui Leonardo Sinisgalli entrò a far parte della prestigiosa collana dei poeti dello "Specchio", edita da Mondadori, di cui fanno parte anche Quasimodo, Ungaretti e Montale.

Dopo la guerra ritornò a Montemurro ma non fu un soggiorno felice. Scoprì che la madre era morta da nove mesi e non era stato possibile avvertirlo; inoltre l'arrivo con la "signora" romana e un bambino di cui non era il padre venne male accettato dalla famiglia che costrinse Giorgia e Filippo a dormire nella casa dello zio di Leonardo, Giacinto Lacorazza.

Tornato a Roma, riprese la sua attività letteraria con la pubblicazione di nuove opere e la collaborazione a giornali e riviste. Nel '46 creò, con Giandomenico Giagni, una rivista radiofonica per la Rai, *Il teatro dell'usignolo*, mentre continuavano ad uscire le sue raccolte di poesie e di prose.

Nel '48 Luraghi lo chiamò a Milano alla Pirelli dove iniziò la sua collaborazione in qualità di art director. Insieme al direttore centrale e ad Arturo Tofanelli, altro grande nome della cultura italiana dell'epoca e direttore del *Tempo Illustrato*, fondò la rivista Pirelli, che fu il suo banco di prova per *Civiltà delle Macchine*. Intanto, la sua poliedricità e la sua capacità di sperimentazione lo fecero approdare sulle sponde cinematografiche di grande rilievo e anche in questo campo i successi non si sono fatti attendere. Nel '48 si realizzò un vecchio sogno di Leonardo: trasformare in immagini per designers la *Lezione di Geometria* dei professori Fantappiè e Severi, traendone un documentario che venne premiato alla Mostra del Cinema di Venezia.

Due anni più tardi il successo tornò a ripetersi grazie a *Un millesimo di millimetro*, un nuovo documentario girato con Vittorio Sabel. Con il passaggio di Luraghi alla direzione della Finmeccanica, nel '53, Sinisgalli venne chiamato a fondare e dirigere la rivista che è stata il suo fiore all'occhiello, *Civiltà delle Macchine*, periodico che ben presto divenne un autentico forum in cui trovarono voce i massimi esponenti sia della cultura umanistica che di quella scientifica. Nel '58 ne abbandonò la direzione mentre la rivista ebbe vita fino agli anni '80. Intanto il poeta-ingegnere di Montemurro continuava a pubblicare opere e riscuotere consensi per la sua produzione letteraria. Con il viaggio a New York nel '54, iniziò, per conto dell'industria italiana, la stagione dei suoi lunghi giri che lo portarono in tutto il mondo.

Dall'aprile del '59 fu consulente dell'Eni, chiamato dall'On. Mattei, e firmò numerose campagne di comunicazione e pubblicità rimaste conosciute ancora oggi ("C'è sempre un distributore Agip pochi metri più in là"). Qualche studioso, inoltre, attribuisce a lui anche l'idea del logo Eni-Agip, il famoso cane a sei zampe; anche se la tesi non è ancora ufficialmente confermata.

Tra il '61 e il '62 fu consulente pubblicitario dell'Alitalia, per il cui conto creò la campagna Bambini e Jet e progettò, nel perfetto stile di comunione delle due culture, la campagna Poeti tra le nuvole, che non vide mai la luce. Nel '63, dopo la tragica fine di Enrico Mattei, lasciò l'impiego all'Eni, dedicandosi ad altre importanti direzioni pubblicitarie per detersivi e per prodotti alimentari. La sua produzione letteraria, nel frattempo, continuava ad inanellare pubblicazioni di successo aggiungendo, inoltre, nuove escursioni nel campo del disegno che, divenute sempre più frequenti, sfociarono in diverse mostre apprezzate dalla cultura dell'epoca.

Nel '63 divenne consulente pubblicitario per la Bassetti e l'Alfa Romeo poi, dal giugno '64, fondò e diresse un nuovo house organ per la Mobili Mim di Roma, La Botte e il Violino, rivista della quale uscirono soltanto otto numeri. Nel frattempo manteneva costante la collaborazione con giornali e pubblicare le sue opere. Negli anni '65-'66 fondò e diresse la sua ultima rivista aziendale per conto dell'Alfa Romeo del neo-presidente Luraghi, Il Quadrifoglio, rimanendo fedele alle linee editoriali che lo avevano caratterizzato nella direzione delle altre riviste. Si occupò della conduzione del trimestrale viaggiando tra Roma e Milano e ne seguì le sorti mentre continuava ad occuparsi di altre attività tra cui la cronaca d'arte, il disegno, la poesia e la prosa, presentazioni varie finché, nel '67, durante un viaggio in Puglia con l'amico Cantatore, venne colto da un lieve infarto che lo costrinse a limitare il ritmo delle sue attività. Fino alla sua morte, avvenuta a Roma nel gennaio dell'81, a causa della vecchia ferita al cuore, continuò a pubblicare opere, presentare mostre personali e di amici artisti, collaborare con giornali e riviste aumentando, di giorno in giorno, la sua fama e la sua produzione letteraria e artistica.

Esperienza nell'industria

A Roma per un'estate intera, nudo e a persiane chiuse, in una stanza che dava sul cortile di un lattoniere, squadra e compasso alla mano, io disegnavo le mie tavole di macchine: composizioni veramente astratte, se si pensa che non avevo mai toccato una vite e delle macchine semplici non conoscevo che la bilancia³.

È questo il primo documento di Sinisgalli in cui emerge l'istinto meccanico e la passione per gli strumenti tecnologici di precisione. Come un poeta, il giovane studente di ingegneria si meravigliava di questo mondo in fase di perlustrazione e delle scoperte che lo avviavano ad incamminarsi sul doppio binario dei due mondi. Ritratti di macchine è stato il primo modo di dare un cuore agli ingranaggi e alle cinghie di distribuzione, fondendo l'anima poetica del

tecnico e l'anima meccanica del poeta.

Del resto, è quello stesso giovane che da bambino avrebbe voluto fare il fabbro.

Così mi sono trovato, per accidente, a sapere forse di più delle macchine, delle loro membrature, dei loro vincoli e della rapidissima digestione che esse fanno del fuoco, che non del mio stesso corpo.[...] E un giorno, quando imparai anche che queste materie invecchiano come il nostro sangue, e ad opera di speciali bagni si può riuscire ad allentarne l'intima disgre-gazione, e farle addirittura rinvenire, restai meravigliato e soddisfatto. Intorno alle macchine noi abbiamo supposto tutta una ingannevole mitologia, abbiamo costruito il mistero laico del nostro tempo. È stato detto che esse sono nemiche dell'uomo e anche il pellegrino le ha guardate con disprezzo. Certi poeti si sono fatti commuovere dalla forte cadenza che è in quella loro masticazione. I poeti hanno bisogno di credere nei mostri. A noi le macchine non hanno mai suscitato più meraviglia di una vacca. Mi sono convinto, guardandole a lungo, che è inutile cercare nella loro struttura dei ritmi definiti, quasi una prosodia e una metrica. Le regole che le determinano sono regole poco visibili, come le leggi della prosa. [...] Ho trascorso alcuni giorni di questa ultima primavera in un paese dell'Umbria per farmi un'esperienza di fabbrica: quando gli operai avevano abbandonato i reparti mi piaceva andare a trovare le macchine in riposo, di coglierle nella loro stanchezza⁴.

Nel 1937 ebbe inizio il curriculum del poeta di Montemurro all'interno dell'industria italiana. Il primo incarico Leonardo Sinisgalli lo ottenne grazie all'amico Alfonso Gatto il quale gli mostrò un'inserzione della Linoleum alla quale il lucano rispose, venendo subito chiamato. Il compito era quello di organizzare la comunicazione sul nuovo materiale e partecipare alla redazione della rivista aziendale Edilizia Moderna. Nel frattempo aveva già collaborato con altre riviste di settore, tra cui il bollettino della "Galleria del Milione" di Edoardo Persico, Domus di Giò Ponti e Casabella.

Lasciò la Linoleum in seguito all'arrivo di Giuseppe Eugenio Luraghi alla direzione dell'azienda, appartenente al gruppo Pirelli. Il nuovo dirigente aveva già in mente una riorganizzazione della pianta organica aziendale e Sinisgalli, impiegato in un ufficio sovradimensionato, lasciò spontaneamente il lavoro. Non fu una scelta condivisa in pieno, però, dallo stesso Luraghi il quale si ripromise di "riacciuffare" Sinisgalli non appena gli si sarebbe ripresentata l'occasione.

Dalla Linoleum fu poi chiamato da Adriano Olivetti a dirigere l'Ufficio di Pubblicità della sede di Milano, e vi restò fino allo scoppio della guerra. Dopo il conflitto, si presentò l'occasione tanto

attesa da Luraghi, il quale riuscì nel suo intento e Sinisgalli intraprese, nel '48, il rapporto con la Pirelli, a cui seguì la successiva fondazione dell'omonima rivista. Nasceva qui un legame professionale tra i due, destinato a durare dieci anni, e un legame affettivo durato tutta la vita.

Intanto non si fermava la collaborazione con altre riviste tra cui Comunità di Olivetti. Il '53 fu l'anno della fondazione di Civiltà delle Macchine, che Sinisgalli diresse fino al 1958.

Dopo l'esperienza con il nuovo materiale da pavimentazione, il linoleum, la gomma della Pirelli e le macchine da scrivere e calcolatrici di Olivetti, per Leonardo Sinisgalli cominciò il viaggio tra le macchine dell'industria pesante. Cantieri navali, fonderie, officine termomeccaniche, fabbriche di macchine industriali e automobili, stabilimenti di produzione di motori industriali, trattori, ottica e meccanica di precisione; era questo adesso il suo campo di riferimento e di azione, anche in virtù del fatto che queste importanti aziende partecipavano al gruppo Finmeccanica. In qualche maniera, dunque, Sinisgalli collaborò anche con l'Ansaldo, l'Arsenale Triestino, la Delta, la Filotecnica Salmoiraghi, l'Industria Meccanica Napoletana, le Officine di Pomigliano D'Arco per Costruzioni Aeronautiche e Ferroviarie, gli Stabilimenti Meccanici di Pozzuoli e tante altre aziende di tutta Italia. In queste fabbriche il direttore mandò i suoi inviati (i suoi anomali inviati) e da questi luoghi trasse articoli pregevoli indirizzati non soltanto al pubblico di settore.

Dopo tale esperienza Leonardo Sinisgalli lavorò presso numerose aziende di elevato prestigio internazionale e si cimentò in ulteriori settori dell'industria. A cominciare dall'Eni, nel campo degli idrocarburi, dove Enrico Mattei lo chiamò e si dimostrò felice del lavoro che il poeta di Montemurro svolgeva; poi l'Alitalia, ovvero i servizi di trasporto della compagnia aerea di bandiera; la Mobili Mim, quindi il ramo dell'arredamento; la Bassetti, cioè la biancheria per la casa; l'Alfa Romeo, nel settore automobilistico.

Che si trattasse di grossi cingolati o di pigiamini da donna, di aerei, di automobili

o di scrivanie per ufficio, Leonardo Sinisgalli profuse il suo impegno nella stessa maniera, trattando ogni prodotto come fosse una musa, come se ne dovesse trarre versi da sottoporre alla critica. Una macchina per scrivere non doveva essere molto diversa dalla vigna di famiglia al paese: da entrambe poteva venir fuori l'ispirazione, da entrambe poteva venir fuori un'emozione.

Sinigalli pubblicitario

Gli anni del dopoguerra italiano furono anni di grande intensità, caratterizzati da trasformazioni veloci che portarono la società italiana ad essere tra le più evolute del mondo. La ricchezza che conseguì al periodo post-ricostruzione, quel “miracolo economico” che si ricorda come la terza rivoluzione industriale, avviarono una fase fondamentale nella crescita dei mercati e dei prodotti che ne stavano al centro. Protagonista di questa fase divenne ben presto il neonato marketing.

Marketing vuol dire “fare mercato”, vuol dire garantire un prodotto di buona qualità, un suo adeguato prezzo, una adeguata distribuzione ma, soprattutto, una efficace comunicazione che possa invogliare il destinatario a prestare attenzione verso il prodotto. Gli anni del benessere sempre crescente dettero notevole incremento a questa disciplina che si poneva come obiettivo l'integrazione dei diversi fattori di successo di un bene. In periodi in cui il prodotto di primaria necessità era divenuto accessibile a tutti, l'attenzione si spostava verso bisogni più “sociali”, la domanda diveniva più selettiva e l'offerta doveva essere maggiormente qualificata. Il marketing si proponeva e si propone tutto questo, oggi più di allora. Inoltre, lo sviluppo dei mezzi di comunicazione allargava (e allarga) la possibilità di raggiungere pubblici sempre più vasti, per cui, l'attenzione verso la comunicazione dei propri prodotti veniva (e viene) presa in considerazione dai manager e dagli imprenditori in maniera crescente. In quest'ottica si muovevano i tanti industriali che miravano a reclutare le migliori intelligenze dell'epoca, per dare valore aggiunto alla percezione del bene offerto.

Sinigalli entrò a pieno titolo in questa fase della storia dell'industria italiana. Era riconosciuto come un poeta, un intellettuale, forse più come uomo di lettere che come ingegnere quando rispose all'inserzione di una fabbrica di pavimentazioni. La Linoleum aveva assunto un ingegnere, ma si ritrovò ad avere assunto anche un poeta.

Certamente Sinigalli non fu destinato alla catena di montaggio bensì alla comunicazione, al marketing. Il suo ruolo divenne subito quello di animatore, organizzando manifestazioni in cui il prodotto diventava protagonista e collaborando alla redazione dell'organo di comunicazione aziendale. La pubblicità divenne subito il suo mestiere, dimostrando sensibilità per tale incarico, e si distinse per intuito e creatività. E fu una sua opera, Quaderno di Geometria, a convincere addirittura Adriano Olivetti a chiamarlo al suo fianco, nel '38, affidandogli l'incarico di direttore artistico dell'ufficio pubblicità. Soltanto un anno prima era cominciato il matrimonio di Sinigalli con l'industria e con la pubblicità; eppure la fiducia riposta nel trentenne ingegnere di Montemurro dal grande Olivetti è stata testimonianza del buon fiuto del manager illuminato

nell'investire sulle qualità del giovane lucano. Leonardo ripagò abbondantemente l'azienda per la quale lavorava.

Se la Olivetti ha fatto scuola nel campo della comunicazione aziendale, un piccolo capitolo di questa storia deve averlo scritto anche Leonardo Sinisgalli il quale, viene ancora oggi ricordato per le felici intuizioni di cui è stato artefice. Le vetrine in Galleria a Milano, il cui allestimento era da lui curato ogni sabato, diventavano un'attrazione per i curiosi e gli interessati ma l'episodio più famoso del Sinisgalli pubblicitario alla Olivetti è legato ad un simbolo che ha fatto storia: l'emblema della scoperta della macchina da scrivere e del suo utilizzo sempre crescente al posto della vecchia penna. L'essenza del poeta in pubblicità è proprio nell'intuizione fantasiosa e suggestiva dello svuotare un calamaio e usarlo come portafiori per una rosa.

Poi arrivò la guerra, che ferma le evoluzioni della storia e ferma il cammino degli uomini. Non per Sinisgalli, però, che oltre a continuare la produzione letteraria, non interruppe neanche il percorso pubblicitario. Dopo la prima destinazione tra gli artiglieri in Sardegna, arrivò presto la promozione a tenente e l'incarico di direzione dell'ufficio di propaganda dell'Esercito a Roma. Il reperimento di documentazione relativa a tale periodo e all'opera di Sinisgalli rappresentano però una lacuna nella ricostruzione della sua attività.

Dalla fine del conflitto trascorsero diversi anni prima di ritrovare spazio in ambito industriale e pubblicitario. Nel '48, chiamato da Luraghi, approdò alla Pirelli e riprese il suo ruolo di comunicatore e uomo fondamentale per il marketing di una grande azienda nazionale. La fondazione della rivista Pirelli fu la punta di diamante che Sinisgalli, insieme a Luraghi e Tofanelli, realizzò per la promozione della società della gomma. L'house organ fu il primo grande luogo di incontro tra le due culture per Sinisgalli; si distinse per la novità e il coraggio di battere nuove piste editoriali.

Risultato: la pubblicazione di una rivista che fu tra le più richieste e segnalate dalla stampa del tempo. Oltre a dirigere la rivista, anche per la casa lombarda, Sinisgalli ha coniato uno slogan rimasto famoso: "Camminate Pirelli". Una di quelle headline (il termine è dei nostri giorni) di elevato impatto che mirano alla diretta percezione del pubblico, alla facile associazione di una gomma ad un modo di fare, ad un modo di essere. È recente un conosciuto spot che riguarda un notissimo campione di calcio, testimonial Pirelli. La sostituzione di un calciatore al Cristo di Rio de Janeiro non è passata inosservata, come non sono passati inosservati i battistrada dei piedi nudi, col design di un pneumatico. Insomma, è evidente che dopo mezzo secolo, nella linea di comunicazione dell'azienda, è ancora salda la sinisgalliana indicazione di "camminare Pirelli"⁵. L'incarico ebbe fine nell'ottobre 1952 quando Luraghi passò alla Finmeccanica e Sinisgalli lo seguì.

Il '53 fu l'anno di Civiltà delle Macchine, l'anno in cui Sinisgalli e Luraghi diedero inizio ad un'avventura destinata ad entrare nella storia della cultura italiana o meglio, "delle culture" italiane. Parlando di Sinisgalli pubblicitario e uomo-marketing, però, l'attenzione deve spostarsi soprattutto su questo aspetto. La rivista, nei 31 numeri a cui facciamo riferimento, è costellata di inserzioni pubblicitarie prevalentemente delle società facenti capo alla finanziaria di stato proprietaria della testata; pagine pubblicitarie piene di idee originali, di grafica innovativa e accattivante che contribuirono ad aumentare valore alla già positiva considerazione che il pubblico ebbe del periodico. Alla pubblicità su Civiltà delle Macchine, comunque, è dedicato uno spazio di maggiore analisi più avanti.

Si pensi invece ai pubblicitari di oggi, ai copywriter, ai professionisti che dirigono le agenzie, che decidono e inventano slogan e campagne commissionate da alti dirigenti aziendali; si può dire che è stato subito dopo aver lasciato Civiltà delle Macchine che Sinisgalli si immerse quasi completamente in questo ruolo. Del resto, dopo la guerra e con lo sviluppo di un settore sempre in continua evoluzione, la figura del pubblicitario si stava anche trasformando, sezionando il ruolo dell'art director in tante altre figure con una propria identità e professionalità (le moderne agenzie sono composte, infatti, da copywriter, grafici, creativi ecc.).

Sinisgalli comunque, in questo panorama in mutamento, iniziò come direttore artistico e tale rimase, poiché il suo apporto alla pubblicità giunse in una fase embrionale di tale campo, contribuendo a far crescere questo nuovo settore e mantenendo, di conseguenza, una immagine di "stregone" per i giovani pubblicitari in procinto di intraprendere il mestiere. Inoltre aveva le capacità e peculiarità professionali di ognuno dei ruoli dell'attuale mondo pubblicitario e per questo la sua opera di direzione artistica può porsi sempre al di sopra degli schematismi e degli organigrammi di cui le agenzie e gli uffici pubblicitari sono oggi costituiti.

Finita l'avventura con Civiltà delle Macchine, ormai passata all'IRI, Sinisgalli venne chiamato da Mattei all'ENI e gli fu affidata la direzione dei Servizi di Propaganda e Pubblicità delle aziende del gruppo. Una preziosa testimonianza sul Sinisgalli pubblicitario di quegli anni viene da Giuseppe Tedeschi, che ricorda il rapporto di collaborazione e gli insegnamenti di Leonardo.

“Ho lavorato ininterrottamente con Leonardo Sinisgalli all'ENI dai primi mesi del 1958 agli ultimi

mesi del 1963: a via Lombardia, Via Tevere, nel grattacielo di Viale dell'Arte. Ero responsabile dei testi pubblicitari. I miei primi incontri "non lavorativi" con lui risalgono, però, a fine '53 primi'54, quando io, per imparare il mestiere di "copywriter" e di impaginatore, andavo a trovarlo alla rivista Civiltà delle Macchine, considerata da noi giovani apprendisti pubblicitari e impaginatori il meglio che esistesse al mondo, addirittura non al di sotto delle riviste svizzere Graphis e Du.

Sinisgalli aveva 45 anni, io 22. Aspettavo ore intere pur di vederlo per sottoporgli testi, poesie, schemi di impaginazione. [...]

Nell'aprile del 1955, forte del mio apprendistato sinisgalliano e sospinto da varie circostanze personali, vengo assunto alla Pfizer Corporation con la qualifica di "Capo Ufficio Pubblicità". Sinisgalli ne è felice. Non smetto, però, di sottoporgli tutti i miei lavori e di seguire i suoi. [...] A fine '57 mi accenna, vagamente, che gli servirà presto un "copywriter". Non capisco. Nei primi mesi del '58 lascia Civiltà delle Macchine e, voluto con tutti gli onori dal grande Enrico Mattei, assume l'in-carico di Dirigente dei Settori Propaganda e Pubblicità del Gruppo ENI. Un incarico enorme. Mi dice di lasciare la Pfizer e, raddoppiandomi quello stipendio, mi nomina "suo" "copywriter" (ma una volta che mi azzardai a qualificarmi "capocopywriter", mi urlò schifato: "non fare il coglione, qui c'è solo un capo, voi altri eravamo, tra architetti, grafici, giornalisti, amministrativi, segretarie, una quarantina di persone - siete tutti miei collaboratori, punto e basta..."). Ancora oggi posso dire che quegli anni rimangono i più fecondi della mia vita, anche se c'era da impazzire a seguirlo quando ci accennava uno slogan; ci impaginava, tracciando linee con le unghie, depliant o la facciata di uno stand; ci decideva come fotografare un'attrice o un benzinaio. Le sue richieste erano sempre categoriche: "voglio una valanga di slogans, una valanga di foto, una valanga di schemi impaginativi". Da tali valanghe di roba, in un attimo sceglieva lo slogan, la foto, lo schema che poi, con la sigla di Mattei, avrebbe invaso i giornali. Un giorno che Mattei si mise in testa di far sapere agli italiani che la rete dei distributori AGIP era la più estesa rispetto a quella di tutta la concorrenza, Sinisgalli ci impose un ritmo di lavoro senza pause: ma, visto che nessuno dei "copywriters", dopo valanghe di testi, riuscì a fornirgli qualcosa che lo convincesse, ci esonerò dal continuare. L'indomani, alle 9,30 in punto, ci chiama nel suo ufficio: non ci invita a sederci; non ci rivolge la solita frase "come va, novità"; mette una mano in tasca, tira fuori uno dei suoi consueti foglietti 10x15 e legge: "C'è sempre un distributore AGIP a pochi metri più in là". Su questo slogan, strepitoso ancora oggi e che estasiò Mattei, fu impostata una campagna pubblicitaria da centinaia di milioni e per molti mesi consecutivi⁶. "

Erano presenti, in Sinisgalli, una sensibilità al messaggio, un intuito nei confronti della percezione del pubblico, che gli hanno sempre permesso di individuare l'idea in un attimo; scelte, ed è questa la cosa importante, che non rispondevano alle pulsioni momentanee, e quindi con effetto di breve durata, ma riuscivano a mantenere efficacia anche dopo un po' di

tempo. Questo lo ha reso grande nel suo genere, tanto grande che molti dei suoi slogan sono vivi ancora oggi, come abbiamo visto e vedremo.

Contemporaneamente all'avventura all'ENI, Sinisgalli venne chiamato, nel '61, a svolgere il ruolo di consulente pubblicitario per l'Alitalia. Per la compagnia di bandiera progettò e realizzò campagne importanti sempre rispettando quello stile inconfondibile che lo ha caratterizzato. Nell'ottica degli accostamenti bidimensionali di Civiltà delle Macchine, mise a punto una campagna che ricalcava le piste già percorse mandando i bambini nelle fabbriche. Questo avvicinare la semplicità e l'ingenuità alla tecnologia avanzata era l'essenza della campagna Bambini e Jet, le cui immagini invasero i giornali e i muri d'Italia. Al fianco di questa iniziativa, Sinisgalli aveva in mente qualcosa di ancor più dirompente. Oltre ai bambini, nel corso della direzione della rivista della Finmeccanica, Sinisgalli aveva mandato tra le macchine anche pittori, scultori e artisti di vario genere. Non "decollò" mai, però, la meravigliosa idea di far viaggiare questi personaggi sugli aerei Alitalia, dando alla campagna pubblicitaria il nome di Poeti tra le nuvole. Nel '63, Leonardo Sinisgalli fu il consulente pubblicitario per la Bassetti.

"...noi ci dobbiamo presentare sicuri di quello che diciamo - scriveva in quell'anno all'amico Cattaneo, dirigente della ditta di tessuti - senza ripetizioni, senza bal-buzie." ⁷. Cattaneo sottoponeva a Sinisgalli i testi dei messaggi pubblicitari e il poeta rispediva le correzioni corredate da consigli in un epistolario tra i due, risalente a quel periodo e recentemente raccolto ⁸

. In una lettera del 10 settembre '63 Sinisgalli si preoccupava del fatto, come ha scritto Maria Corti su Repubblica, che "non basta presentare le camicie da notte addosso a una attrice o a una ballerina per beneficiare di pubblicità occulta. Il lettore o la lettrice non distingue a colpo d'occhio la lingerie Bassetti come distingue un'automobile o una bottiglia di verdicchio" ⁹

. Con ironia, Sinisgalli suggeriva le idee da seguire, i nomi delle camicie da notte, le posizioni da cui fotografare la tavola imbandita, e gli slogan: "Vestire per la notte, vestire per le stelle, vestire per sognare" ¹⁰

.

Dopo la breve parentesi nella pubblicità dei tessuti, Sinisgalli riprese la collaborazione con Giuseppe Eugenio Luraghi il quale, impegnato nel rilancio dell'Alfa Romeo - altra azienda del gruppo Finmeccanica - richiamò al suo fianco l'amico poeta affidandogli la pubblicità. Luraghi ricorda così questo periodo:

All'opera di risanamento di questa magnifica azienda Sinisgalli contribuì coi suoi consigli per una pubblicità che concorse alla rinascita e al prestigio della marca, dopo le distruzioni della guerra, con l'esaltazione della qualità e del giovanile brio che distinguevano allora i suoi prodotti. Mi fa piacere ricordare qui, fra l'altro, che per la nuova vettura destinata a portare l'impresa appunto al successo necessario per la sua rinascita, Sinisgalli - lui e non altri come erroneamente alcuni hanno scritto - propose (mi disse per suggerimento della moglie Giorgia) il nome di Giulietta, che continua ad avere molta risonanza e che si sposò felicemente con Romeo. Poi arrivò la sorella maggiore Giulia "disegnata dal vento"¹¹.

Dal giugno '64 fondò e diresse un nuovo house organ per la Mobili Mim di Roma, La Botte e il Violino, rivista della quale uscirono soltanto otto numeri ma che si distinse, ancora una volta, per il carattere di innovazione editoriale unito all'ormai consolidata esperienza nel settore che Sinisgalli aveva acquisito.

Tra i '65 e il '66, sempre per conto dell'Alfa Romeo, fondò e diresse Il Quadrifoglio, un'altra rivista aziendale destinata a diventare una pubblicazione molto importante per la casa automobilistica di Arese. Ancora oggi, a testimonianza dell'attualità delle idee e delle intuizioni del poeta, ultimamente la "sua" rivista ha pubblicato alcuni vecchi slogan del poeta per una nuova auto che "può guidare anche la mamma"¹².

La personalizzazione di Civiltà delle Macchine

La linea editoriale di Civiltà delle Macchine nel quinquennio della direzione di Leonardo Sinisgalli fu caratterizzata dalla forte personalità del suo fondatore; intrisa di quei caratteri peculiari propri della figura del poeta-ingegnere di Montemurro.

Il periodico ebbe una durata di oltre un trentennio anche se, dopo l'abbandono di Sinisgalli nel '58, lo stesso Luraghi considerò la rivista come "morta" in quel "fatale" anno, avendo mantenuto il titolo ma gradatamente stravolto la fisionomia e la carica iniziale¹³. La fama conquistata da Civiltà delle Macchine nel primo periodo, dunque, era dovuta direttamente all'influenza che le scelte di Sinisgalli esercitarono tanto sui contenuti trattati quanto sul modo fortemente dominato dall'imponenza della personalità del direttore. I grandi nomi che contribuirono alla causa non esitarono a tuffarsi nell'avventura, grazie soprattutto al rapporto di amicizia con Sinisgalli; molti di loro, infatti, avevano vissuto le epoche degli anni '30 di Milano e condiviso numerose

esperienze con Leonardo. Una prima maniera di caratterizzare personalmente la rivista (escludendo, per ora, le capacità professionali) fu proprio questa: coinvolgere nell'avventura personaggi di rilievo nazionale in virtù del legame che poteva vantare con essi. Fu il caso di Ungaretti, Gatto, De Libero, Cantatore, Caproni, Fortini, Gadda, Gentilini, Argan, Mafai, Dorfles, Portoghesi, Paci e tanti altri ancora che potrebbero allungare la lista.

Per quanto riguarda i contenuti, il parallelismo tra linea editoriale e personalità del direttore risulta, senza dubbio, un dato di fondamentale importanza da cui non si può prescindere in un'analisi del periodico. La continua ricerca della commistione tra arte e tecnica, tra cultura umanistica e cultura scientifica, perseguita dal coesistere delle due espressioni sulle pagine dell'organo della Finmeccanica, è stata il filo conduttore di tutta la vita di Sinisgalli il quale, già sin dai suoi primi anni di studio, si era distinto per la duttilità e per la particolare capacità di spaziare da un campo all'altro con risultati sempre eccellenti. Dopo aver preso 10 in matematica ed essersi iscritto alla medesima facoltà, e dopo essere stato chiamato da Enrico Fermi al laboratorio di fisica di via Panisperna, il giovane Sinisgalli vinceva i Littoriali per la poesia, scriveva per riviste letterarie e pubblicava versi entrando di diritto nel novero dei grandi poeti del nostro secolo.

A questa riflessione, che può sembrare una banalità, si aggiunge un altro elemento che segnava il carattere di forte controllo del direttore: il fatto che redattore unico della rivista fosse il fratello minore di Leonardo, lo scrittore-giornalista Vincenzo Sinisgalli. La personalizzazione di cui andiamo dicendo, però, con questo ulteriore dato non vuole spostarsi su un livello semplicistico di gestione personalizzata del periodico. Civiltà delle Macchine aveva un solo giornalista in redazione (appunto, Vincenzo) e, in ogni caso, il direttore ha la necessità di avere con la sua redazione un rapporto di proficua collaborazione. Un direttore vulcanico come Sinisgalli, arrivava in redazione e con tre linee e due indicazioni perentorie dettava le soluzioni e le scelte; doveva essere capito al volo. Il giovane Vincenzo aveva questa grande capacità: interpretare appunto al volo le direttive del grande fratello e garantirgli la fedeltà nella realizzazione. Una garanzia per Leonardo Sinisgalli, insomma, determinante per il successo della rivista.

Tutto questo, comunque, apre ad un'altra analisi sul dibattito ancora non lenito intorno alla rivista delle "due culture". Tale è stata nominata Civiltà delle Macchine e tale è stato nominato l'intellettuale che l'ha diretta e fondata. Sarebbe interessante sapere, però, se tale discussione sia rimasta sconosciuta soltanto allo stesso Sinisgalli. La sua rivista (le sue riviste) come tutte le sue opere, sono state infatti caratterizzate da questo costante binomio ma non è detto, come spesso si afferma, che dietro ci fosse la "ricerca" del connubio tra le due culture. Leonardo Sinisgalli doveva molto al suo genio, alla sua capacità di annusare lo splendore delle cose in un solo momento. Ciò è il risultato anche di un talento innato che si esterna innanzitutto grazie ad

una dose in più di passione e una in meno di calcolo. Le “due culture”, in definitiva, possono considerarsi una sola, ben radicata nell’essere di Leonardo Sinisgalli, nella sua anima tecnologica che ha tirato fuori prodotti di grande rilievo senza soffermarsi troppo a pensare, così com’egli stesso riusciva ad essere. Per esprimere meglio questo concetto ci viene incontro Gillo Dorfles nella sua introduzione a *Civiltà delle Macchine*, l’antologia curata da Scheiwiller in occasione dei 40 anni della Finmeccanica.

Sinisgalli - uno degli uomini per il quale ho avuto la più affettuosa stima e quasi una sorta di invidiosa ammirazione per la sua capacità di fondere l’utile e il piacevole, di essere al tempo stesso poeta e ingegnere, letterato e tecnologo, - era certo uno dei pochissimi - forse l’unico - che avesse la preparazione e la fantasia necessarie a mettere in atto un progetto così ambizioso e azzardato e a trarne un frutto così saporito. L’impostazione che Sinisgalli dette a “*Civiltà delle macchine*”, una testata che doveva affermarsi subito come una delle più insolite e avvincenti e che era destinata a prolungarsi oltre il periodo della sua direzione, fu sin dall’inizio totalmente aderente alla particolare visione del mondo del suo direttore¹⁴.

Note

1. G. LUPO -Sinisgalli e la cultura utopica degli anni '30 -Vita e Pensiero 1996; e G. LUPO-Sinisgalli a Milano - Interlinea 2002;

2. Di quel periodo si ricorda Giacinto Liuzzi, montemurrese che in quegli anni svolgeva il servizio militare nei Carabinieri a Roma. “Mi recai ai Parioli - racconta - poiché dovevo portare alla baronessa Giorgia De Cousandier una convocazione in Caserma. Bussai alla porta

dell'indirizzo segnato sulla busta e mi venne ad aprire proprio Sinisgalli. Ci conoscevamo e fummo entrambi meravigliati di quell'incontro casuale”;

3. L. SINISGALLI -Ritratti di Macchine - 1937;

4. Ibid.;

5. Si legga, a proposito: L. SINISGALLI -PNEUMATICA -a cura di Franco Vitelli Edizioni 10/17-Salerno 2003. Si tratta della prima importante pubblicazione in cui emerge un “altro” Sinisgalli, il Sinisgalli pubblicitario. Il libro, infatti, raccoglie gli articoli che S. pubblicò su Pirelli e su altre riviste del tempo, in cui può conoscere ampiamente il pensiero e gli aspetti che lo annoverano tra le più autorevoli firme del panorama pubblicitario in evoluzione. In particolare, si legga “Una rosa, una gallina e qualche scarabocchio”, che il curatore del volume, il professor Franco Vitelli, nella sua introduzione considera “come il compendio o manifesto della poetica sinisgalliana in fatto di pubblicità”;

6. G. TEDESCHI - Sinisgalli pubblicitario e inventore di riviste - da Atti del simposio di studi su Leonardo Sinisgalli, - Matera-Montemurro 1982 -p. 311;

7. M.CORTI - La Repubblica -14 dicembre 2000 - p. 45;

8. Ibid.;

9. Ibid.;

10. Ibid.;

11. G. E. LURAGHI -Sinisgalli e l'industria - da Atti del simposio di studi su Leonardo Sinisgalli -

Matera-Montemurro 1982 -p. 133;

12. "Il Quadrifoglio" 2001;

13. G. APPELLA - Leonardo Sinisgalli tra poesia e scienza - 1992 -p. 139;

14. G. DORFLES - Introduzione a Civiltà delle Macchine, Antologia di una Rivista - Scheiwiller -1989.

Tra le cataste dei recuperi, le carcasse logore, i rottami dei copertoni, a Milano Bicocca, 1951.

65 GIANNI LACORAZZA

Con Ungaretti al Cairo nel 1959.

Con Ennio Fazioli e Paolo Portoghesi al negozio MIM di Roma, 1963.

Leonardo Sinisgalli legge le poesie nella piazza di Castronuovo Sant'Andrea (Potenza), 1980. Alle spalle il Sindaco avv. Paolo Appella. Col fratello Vincenzo dinanzi alla galleria Il Millennio Roma 1980.

A Milano nel 1934. Copertina, con Severi, della rivista Pirelli (N. 1, Anno IV), diretta da Sinisgalli dal 1948 al 1952.

Tra le comari Francesca e Leonarda, di Montemurro, che preparano i "ferricelli", 1975.