

Avime perse Filippe cu tutt'u panare

L'ha mann't carlo "U Sinnache"
giovedì 22 aprile 2010

Sicuramente molti ricordano lo spot pubblicitario di una nota marca di gelati, in cui una serie di personaggi si recano a far visita ad un tale Gigi e, ricevuta notizia della sua assenza, rivelano repenti il vero motivo della loro venuta informandosi della presenza del gelato e mostrando di aver recato seco un cucchiaino da dessert, ovemai non fosse chiara la loro volontà di usufruire di tale leccornia.

Quello che forse molti ignorano è che tale popolare spot fu ideato dalla nota pubblicitaria coreana Ashankj Koshy (Seul, 1958 – Straripamento del fiume Tara, 1998), già vincitrice del “Publicitary golden award” nel 1995 per la sua campagna radiofonica volta a promuovere il consumo del pesce azzurro (Lutrine e cazz d’rre, di meglio non c’è n’è). La Ashankj Koshy, durante una sua ritemprante vacanza sul litorale ionico ospite dello stabilimento balneare “Onda blu - Prima mam’t e po’ tu” (presso cui correva voce si praticassero con egual soddisfazione bagni di mare e copule contronatura al di fuori dei sacri vincoli matrimoniali) udì uno stizzito esemplare di maschio adulto commentare il considerevole ritardo del figlio, inviato ad acquistare le sigarette e probabilmente trattenutosi oltre ogni limite consentito a dilapidare la manchetta settimanale in videogiochi elettronici e pubblicazioni di scarsa moralità con la nota espressione “AVIME PERSE FILIPPE CU TUTT’U PANARE!” (Abbiamo perso Filippo insieme al canestro). Incuriosita dal motto, la Ashankj Koshy si informò sul suo significato, scoprendo così che esso viene impiegato a sottolineare il disappunto provato nel constatare la mancata esecuzione dell’operazione che avevamo richiesto ed in sovrappiù la latitanza di colui che doveva eseguirla. Tipici esempi sono i negozianti che per poterci dare il resto vanno a cambiare la banconota di grosso taglio con cui abbiamo pagato il conto, l’impiegato di banca che va a chiedere indicazioni al superiore per poter autorizzare uno scoperto, il cameriere scomparso insieme alla nostra ordinazione di pizze e birre. L’origine dell’espressione è, come spesso accade, avvolta nel mistero, anche se non è difficile ipotizzare che sia stata ispirata ad un episodio di cronaca popolare. Traccia scritta del detto è riportata nell’opera “Cappuccetto rotto”, romanzo erotico-campestre che racconta delle vicissitudini del protagonista a causa di un profilattico bucato. Nell’opera, Filippo Albano, detto “Currucul” per la sua abitudine di andarsene sempre in giro a perdere tempo, viene inviato dalla madre a portare un po’ di provviste alla nonna bloccata a letto a causa di una caduta occorsale scivolando su uno scoglio mentre si procurava illegalmente dei datteri di mare. La genitrice, non vedendolo tornare e temendo che il degenerato figliolo stesse consumando le leccornie destinate alla povera invalida gozzovigliando con gli amici del circolo culturale “Die weiss cephal – giochi di società, sigarette di contrabbando e analisi della cognizione filosofica schopenaueriana” esclamò l’espressione in esame, dolendosi invero più della perdita dei generi alimentari che della scomparsa del degenerato figliuolo che, come essa stessa ebbe a dire, "Je megghie a perderle ca a truarle" (E’ meglio perderlo che trovarlo). Dalla scomparsa di Filippo insieme al suo panierino sino alla latitanza di Gigi insieme alla sua cremeria il passo è stato breve ed ancora una volta Taranto è stata genitrice dimenticata di questa ennesima perla di cultura nazionale-popolare.