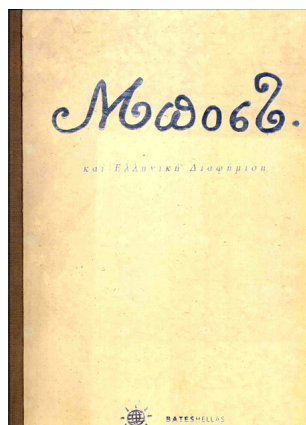




Κατέφθασε ως αντίδωρο. Με τη λόγια ερμηνεία της λέξης. Ως, ανταπόδοση άλλου δώρου, δηλαδή. Βιβλίου και εκείνου, του πρώτου δώρου, που ενθουσίασε τον παραλήπτη τόσο, όσο να προβεί κι εκείνος στην κίνηση και να (μου) χαρίσει κάτι σπάνιο, καθώς είχε κυκλοφορήσει πριν 25 χρόνια σε χίλια μόνο αντίτυπα.

Είναι η δουλειά του Χρυσάνθου Βοσταντζόγλου, πανελληνίως γνωστότερου ως Μπόστ, από το μακρινό τέλος της δεκαετίας του '50, τότε που διαφήμιζε δυο προϊόντα. Ετερόκλητα αλλά με κοινό στοιχείο τον εισαγωγέα τους που ήταν οι επιχειρήσεις της οικογενείας Σαρακάκη.

Στο επιχειρηματικό προσκήνιο από τον μεσοπόλεμο, έχοντας ήδη μια πλειάδα αντιπροσωπειών όπως Renault, Dunlop, Volvo, DuPont η εισαγωγική εταιρεία ζήτησε την έμπνευσή του προκειμένου να προβάλει το μοντέλο Dauphine της κρατικής πλέον γαλλικής αυτοκινητοβιομηχανίας Renault, αλλά και τα χρώματα FLOW KOTE του αμερικάνικου χημικού εργοστασίου DuPont.

Εκείνη η εταιρική απόφαση για τον τρόπο της συγκεκριμένης προβολής, πρέπει να χαρακτηριστεί ως ακραία προοδευτική, ειδικά από μια μεγάλη και ανερχόμενη επιχείρηση. Είναι όντως περίεργο πως εκείνη την τόσο συντηρητική εποχή, κάτω από το ζοφερό μετεμφυλιακό κλίμα καλείται ο Μέντης, γνωστών αριστερών πεποιθήσεων, να δημιουργήσει τις καμπάνιες.

Στην τελευταία σελίδα του λευκώματος δίνονται οι εξηγήσεις. Ο Κώστας Παπαγιαννακόπουλος, συνιδρυτής και μέτοχος της διαφημιστικής εταιρείας «Αρμός», κάτοχος ενός εκ των πρώτων, αν όχι του πρώτου, Dauphine στην Ελλάδα έχοντας

προσωπική γνωριμία με τον εμπορικό διευθυντή της εταιρείας Σαρακάκη, το γιο του ιδρυτή Γιάννη, Φραγκίσκο, Τζέκο για τους οικείους του, του περνά την ιδέα. Και ο Τζέκος παίρνει, την δίχως άλλο, τολμηρή απόφαση και την πραγματοποιεί.

Η, γιγαντιαίων διαστάσεων (49 εκ. ύψος x 34), έκδοση προλογίζεται εξαιρετικά από τρεις παράγοντες. Τον προαναφερθέντα Κώστα Παπαγιαννακόπουλο προέδρου, το 1995, της διαφημιστικής Bates Hellas, την αδελφή του οποίου είχε νυμφευτεί ο καλλιτέχνης, τον Μάνο Στεφανίδη επιμελητή, τότε, της Εθνικής Πινακοθήκης και τον σκηνοθέτη, ηθοποιό, συγγραφέα Θανάση Παπαγεωργίου.

Ακολουθούν οι 29 μονές σελίδες και τα 12 σαλόνια στο σύνολο των 72 σελίδων, όπου ο Μέντης καλπάζει. Παίζει με τις λέξεις και τις έννοιες τους με την ίδια άνεση που έπαιζε ο Αϊνστάιν με τους αριθμούς και ο Κασπάρωφ με τα πιόνια στα 64 ασπρόμαυρα καρέ.

Σε αυτό το δημιουργικό όργιο θα πρέπει να συνυπολογίσουμε το τεράστιας σημασίας χρονικό πλαίσιο. Σε παγκόσμιο επίπεδο ο ψυχρός πόλεμος οδεύει προς την κορύφωσή του και στον τόπο μας ο συντηρητισμός συνοδεύει με αυστηρότητα το μετεμφυλιακό βάρος.

Έρχεται λοιπόν, το '59, ο Μέντης με λίγες διαφημιστικές μπροσούρες για καταναλωτικά προϊόντα, πράγματα καθημερινά δηλαδή, και τι κάνει;

Ανάβει τα φώτα. Με έναν τρόπο μοναδικό σε μια γκρίζα κοινωνία που προσπαθεί να βρει φως, χρώματα, παρηγοριές, που παλεύει να βγει από τη φτώχεια φλερτάροντας με ακόμα μεγαλύτερες φτώχειες, που ψάχνει ισορροπία και αληθινές ελπίδες, δείχνει ένα άλλο σύμπαν, χιουμοριστικό με ένα δηκτικό, αποκαλυπτικό χιούμορ που δεν χαρίζεται, αλλά ταυτόχρονα σέβεται.

Κρατά έτσι μια θαυμαστή ισορροπία που αφενός δεν κρύβει τις παθογένειες ενώ ταυτόχρονα τον αποδέχεται η κοινωνία. Κατόρθωμα. Οι λειτουργοί των επόμενων εποχών θα δυσκολευτούν να ακουμπήσουν τούτη την ισορροπία, όχι απαραίτητα διότι δεν είχαν το ταλέντο ή την έμπνευση του Μέντη, αλλά διότι η ίδια η κοινωνία αποκτούσε μια ασταθή ελευθεριότητα και μια αγενή διεκδίκηση των πάντων.

Ευχαριστώντας και γραπτώς τον Γιάννη Βοστταντζόγλου, τον μικρότερο γιο του Μέντη, που έκανε τη χειρονομία να μου προσφέρει την σπάνια έκδοση, παραθέτω λίγα από τα δημιουργήματα του Μποστ για την διαφημιστική καμπάνια του Flow Kote και του Dauphine.

Να σημειωθεί πως όταν έκλεισε ο διαφημιστικός κύκλος των προϊόντων αυτών από τις σελίδες της εφημερίδας «Καθημερινή» και του περιοδικού «Ταχυδρόμος», οι πωλήσεις των δυο αυτών εντύπων, σύμφωνα με στοιχεία του πρακτορείου διανομής, σημείωσαν κάμψη της τάξης του 30%.

ΝΤΩΦΙΝ ΕΣΤΙ ΦΙΛΟΣΟΦΙΝ..

Μή προχνοῦελε ζῶν λεοφορίων ἐκάδων πρωϊῶν
ἀγοράστε μιαν Ντωφίν Γαλλικόν προϊόν-
ἐξ ὅλων τῶν μάρκων εἶνε τό πλέον φθινόν
μή ὑπαρχόντων ὀρεοζέρων ζῶν Ντωφινῶν.

Τήν εἴμερον οὐδῆς πρέπι γά σταθῆ
περιμένων λου ἄφλοκινίλου διὰ νά παελωθῇ
διότι μάλαος ὁ βίος ἡ ζοή πολὺ ἱραχνῆς,
πιθανόν κέ ἴσος ἔβρεξ κέ ὁπόδε θά βραχνῆς

Τί' λὸ κρινῶλομαι λὸ χρήμα ;
θά λὸ ἱάρομαι ἐλὸ μνήμα ;
Ἰσόσα ἐλῆ θά ἴησομεν ;
εἰς λούς κληρονομὸς νά λ' ἀφίσομεν ;

Ἰδιὰ λὸ γά μή χαρόμαι ἡ ἴωτήν
ὑπαρχόντων, ζῶν ὀρεῶν Ντωφίν.
Μηροπάρης εἶνε εἶσε ἀναβαλῆς εὐνεχός
κὲ ταλαιπωρῶν θά εἶσε ἀρξηθέντος ἡς ψυχρός

Ἰδῶν θέλῃς μή λῆν πάρης κέ ἂν θέλῃς μή πειλῆς
ἐχὸ κάμνο τήν δουλίαν μου, λόγον πού διαφιμειλῆς
ἀλλὰ ρῶλα ὅσους πήραν, θά ἴδῃς πως λῆν ὑμνοῦν
διότι λογικά ευεφθέντων, εἶχον λὸν κοινόν τον νοῦν

Ἰδὲ ζῶν λῶσαν πού ὑπῆρχον, ἐπροζέμισαν ἀγλῆν
ὡς λὸ πλέον οἰκονόμον μέ ἐμφάνισαν κομψήν
κὲ σοεῖα νά ὀμιλῆσο κὲ νά εἶπω λὸ ὀρθόν
εἶνε πέντε καθημένων κ' ἐχῇ ἱέσων πορλῶν

Ἰαναπλῖστον ὅταν ἱρέχη πιάνη ἐμαῖον ἱριάνλα
ζῶν ἐρσοῶν ἐπιτηγάνων ἀπό εἰδεῖον ἱμάνλα
Μά προεεζυλικοί γά εἰσθαί νά μή ἱρέχομε μέ λῶσα
εὖν ἡς ἀλλῆς, τό δοχεῖον ἐξοδεβεῖ ὅλα ἱράτωσα.

Στό ὀπίσθεον λὸ μέρος ἔβριεελε ἡ μηχανή
πλήρες τοχλιῶν καὶ βίδων κέ ευρμάτων ἀχανῆ.
Πάρ τό ἐνλῦθο πού δίδουν κέ μελέλα λὸ ὅλο ἐπίλ
κί ἂν Ντωφίν δέν ἀγοράσης, τότε τρῦπα μου λῆ.

Δέχομε χαλῖα φορώνλα νά μέ εἴρης εἰλῆ Ἀθήνα
ἂν δέν πάρης ἀπὸ κείνα πού θά ἴδῃς εἰλῆ Βιζρίνα
κὲ ἀδιαφορῶν ἂν μείνης κέ τραβᾷς εἰ αἰλῆ μεριά
δέχομε νά παριεῖλάνω "πὺς κοιμᾷτε ἡ γρῆα ».



Ἰδὲ διεφθυσίς μου εἶναι ἡ Δεκεμβρίου 43
εἰς ἀνδρωποφία Ρενώ-Ντωφίν. Ζητήσεσθαι
κῆριον Μωσοῦ.

ΑΡΜΟΣ

