

**Il 1988**  
 continua all'insegna degli esordi cinematografici  
 Sono pronti «Blu elettrico»,  
 con Claudia Cardinale, e «Il grande Blek»

**Alla Scala**  
 arriva il fiasco. Pavarotti ha dato forfait  
 e «L'elisir d'amore» è stato  
 sonoramente fischiato. Si spera nelle repliche

Vedi retro

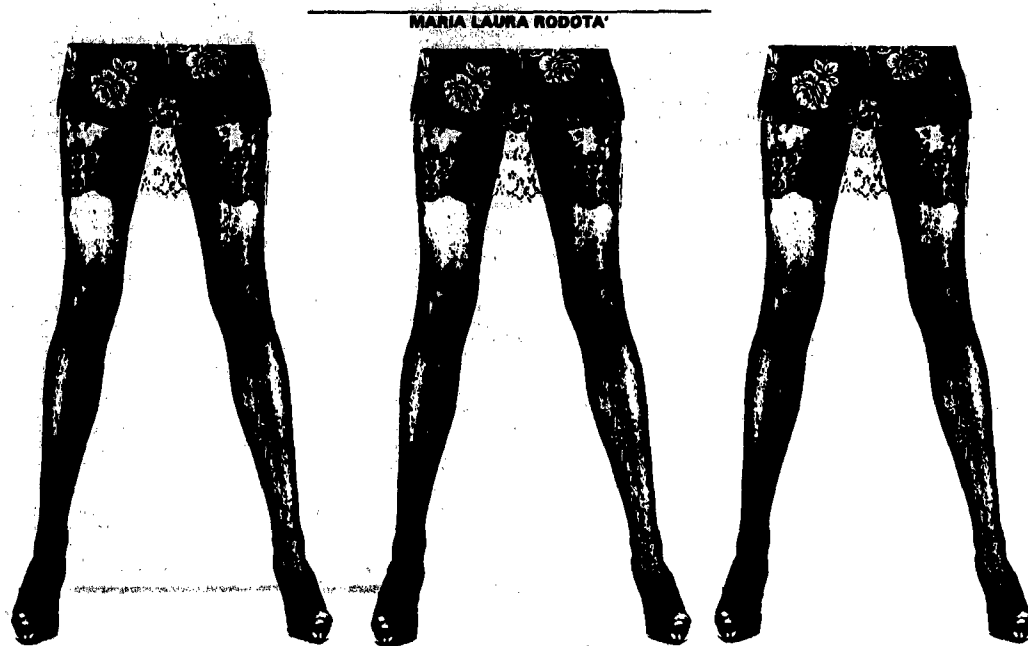
## CULTURA e SPETTACOLI

# La mini non è amerikana

NEW YORK. Povera minigonna. Piuttosto che portarla, le americane si mettono di tutto: tailleur con gonna a mezz polpaccio e giacca con improbabili risvolti in ufficio; per le serate romantiche, ancora semilunghi vestiti a fiori che fanno di ogni donna un sofit; jeans (massima raffinatezza concessa, prelavati e neri) accompagnati da felpe con il nome dell'università o della squadra favorita se si esce con gli amici; e, appena fa caldo, le gambe si mostrano sì, ma nelle mutandine tinte color kaki comprate nei negozi «Banana Republic». Gonne molto sopra il ginocchio, dopo tutto il battage dell'anno scorso, se ne vedono, certo: a qualche festa, nel mondo a sé dell'isola di Manhattan, nelle foto di celebrità. Ma più della metà è rimasta sulle stampelle dei negozi di ogni ordine e grado. Un disastro. Che ha provocato una maldestra marcia indietro degli stilisti (alle ultime sfilate a New York, ogni lunghezza era buona), una valanga di discussioni femminili, maschili e miste, e ha guadagnato la prima pagina del *New York Times*. «Era la mattina dopo le primarie dem Super Tuesday. Eravamo in redazione, io, la corrispondente dal Congresso Cokie Roberts, e la commentatrice Linda Wertheimer», racconta Nina Totenberg, la giornalista della National Public Radio che l'anno scorso ha bloccato la nomina alla Corte suprema del prescelto di Reagan, Douglas Ginsburg, scoprendo che aveva fumato marijuana. «Non parlavamo di Bush, Dole e Dukakis, però. La discussione era tutta sul necrologio della minigonna sul *Times*». Totenberg (orli sempre sotto il ginocchio) è un'ultra in favore del no: il giorno dopo ha scritto e imposto alla radio un editoriale in cui definisce la moda annunciata della minigonna «una prevaricazione e un'idiologia».

**Il cortissimo non ha sfondato negli Stati Uniti, anzi ha suscitato furiose polemiche e un rifiuto ideologico**

**C'è chi dice: «È il simbolo della liberazione sessuale, oggi c'è solo voglia di sicurezza e di maternità»**



contò su come e perché le americane spendono per vestirsi. Agli stilisti sarebbe bastato sentire cosa dicono le loro commesse per convincere un cliente a comprare in città come New York, Boston, Chicago, Washington e Los Angeles: non «come le sia bene» o magari «è sexy» o il classico «la stila», ma «è da un'aria così passionale». Già, perché le donne americane più giovani, quelle che avrebbero

avuto adottare in massa le minigonne, devono e vogliono «dress for success», vestirsi per avere successo. E preferiscono investire in abiti e tailleur sensati piuttosto che in preziose mini importabili sul lavoro. Oltretutto, sono moltissime quelle che vanno a cena fuori o nel bar uscendo dall'ufficio. Dove si preferisce non esibire troppo, e non sempre per troppa serietà o moralismo. «Se i miei colleghi

venissero a lavorare in short e camicia aperta fino all'ombelico, obiettava Lisa Gramoin, economista in «think tank» della capitale, «potrei anche trovare qualcuno di loro piacevole e sexy». Ma il panorama generale sarebbe ostentato, ridicolo. Stessa cosa per la minigonna. E poi, perché dovrei sempre preoccuparmi di come incrocio le gambe? Motivazioni pratiche. Per qualcuno, troppo pratiche.

Non si tratterebbe di neocensorismo, non si spiega nulla col carterismo: la minigonna ha fatto flop perché i tardi anni Ottanta non sono tempo di gambe, ma «tempo di seno». Due parti del corpo culturalmente antitetico. È la tesi, esposta su sette colonne e messa in apertura della sezione «commenti e opinioni» del *Washington Post* di domenica scorsa, da uno dei suoi editorialisti, Curt Supplee.

no ad allungarsi, e l'attenzione sale verso il torso». Vogue ha in copertina modelle più in carne come Carol Alt e Paulina, ricorda Supplee, «poi c'è il successo di Madonna, che ha fatto per il seno quello che Humphrey Bogart ha fatto per gli impermeabili». E passa ai dati: l'anno scorso, in Usa, 93mila 500 operazioni per aumentare il seno, contro 48mila 600 per ridurlo. Le misure ideali, altrettanto in crescita: dalla B alla C. Tutti segnali, sostiene, di «un periodo di benessere, desiderio di normalità, voglia di maternità». Proprio come negli anni Cinquanta, «età d'oro delle maggiorate». Nei tempi di gambe, al contrario, ci sono le minigonne che «scoprendo le gambe, conducono inevitabilmente lo sguardo al pube, elemento sia reale che simbolico di liberazione sessuale». «Nessuno si dovrebbe essere stupito, tranne il *New York Times* che ha fatto il sondaggio, che solo il 20 per cento delle donne sposate, il 56 delle single e il 32 delle divorziate», scrive Supplee, «l'anno scorso si sono messe almeno una volta la minigonna».

E gli errori, prosegue l'impietabile Supplee, non sono stati solo culturali, ma anche statistici: oggi la fascia di età con più potere d'acquisto è quella delle donne nate durante il «Baby Boom». Che è iniziato nel 1946; e «alla natura ciclica del simbolismo sartoriale-anatomico nella società occidentale, si aggiunge il fattore-età del «baby boomers». Minigonne sotto processo, quindi, perché troppe possibili clienti hanno bambini e viaggiano verso i quaranta? Forse non solo per quello. Forse ha ragione la seriosa Totenberg quando dice che «le donne hanno detto no al ricatto, agli umilianti confronti tra chi può e chi non può». Forse siamo alle porte di un'epoca di beata anarchia, in cui sono ammesse gambe, scollature, tutte e due, nessuna delle due. E forse è il caso di bocciare anche l'ultima idearipiego degli stilisti americani: una gonna elasticizzata che si può portare lunghissima o cortissima. E che, fatta di pieghe e goffamente incollata alle gambe, impedisce i movimenti e sta male proprio a tutte.

**Il nuovo singolo di Patti Smith sulla gente che ha il potere**



Patti Smith torna alla musica con un singolo, *People have the power*, che verrà pubblicato il 25 aprile, un album, *Dream of Life* (uscirà il 15 giugno) e un tour mondiale che partirà proprio dall'Italia in autunno. Una decisione strana, se si pensa che nove anni fa furono proprio i concerti di Firenze e Bologna a segnare la fine temporanea della carriera di questa cantante, poetessa, compositrice americana, uno dei grandi miti rock degli anni Settanta. Dopo, al ritiro a far via di casalinga a Detroit con il marito Fred Smith e col figlio. Il singolo ha un attacco quasi alla Springsteen, è un brano rock suggestivo e accattivante: non ha la carica al vetrilo delle cose passate, ma piuttosto lo spirito romantico del rock che oggi va per la maggiore. Pare associato che, comunque, Patti Smith non potrà avere lo stesso ruolo di un tempo, ma può sempre riconfermarsi una delle maggiori musiciste rock di questi anni.

**Volare E Romanenko compone 25 canzoni**

«No, sulla Terra non penso di dedicarmi a comporre canzoni», ha detto l'astronauta Yuri Romanenko, in questi giorni a Cuba in vacanza. Romanenko rispondeva ad alcuni giornalisti che gli chiedevano notizie sulla sua più recente e meno nota attività, quella di compositore. Si è così saputo che l'astronauta, durante la sua permanenza record nello spazio (ben 326 giorni) ha composto 25 canzoni. Tra le altre, alcune erano dedicate alla moglie e una, per i suoi compagni d'avventura, era intitolata come la sua stazione orbitante, *Mir* (che in russo vuol dire «pace» e «mondo»).

**La Warner Bros vuol comprare la società di Dallas**

La Warner Bros ha fatto sapere ufficialmente di voler acquistare la Lorimar Pictures, la società della serie «Dallas». La Lorimar è attualmente in deficit per 141 milioni di dollari e la sua quotazione in borsa è a livelli bassissimi. Accanto alla proposta della Warner, sul tappeto c'è anche quella (più forte) del finanziere Marvin Davis, lo stesso che vendette a Rupert Murdoch, nel 1985, l'intero listino della 20th Century Fox.

**Mamma Lucia piace alla Pravda**

La *Pravda* ha parlato bene dell'interpretazione di Sofia Loren in *Mamma Lucia*, presentato domenica in contemporanea in Italia, Ungheria e in Usa. Al giornale sovietico invece il romanzo di Puzo da cui lo sceneggiato è tratto non è piaciuto. «È sconclusionato», ha scritto. «Ma Sofia fa dimenticare tutto», aggiunge. L'articolo termina con un auspicio: che il pubblico sovietico possa vedere presto tutti i film dell'attrice napoletana.

**L'industria dello spot più grande di quella del cinema**

Il fatturato impiegato nella realizzazione di spot pubblicitari in Italia, secondo stime diffuse dall'Anipa - l'associazione che raggruppa i produttori di spot - ha superato quello dedicato alla realizzazione di lungometraggi per le sale cinematografiche. 370 miliardi contro 350. Di tutti gli investimenti pubblicitari, inoltre, il 48,5 per cento è stato raccolto dalla televisione. Un grande impulso al consumo di spot viene naturalmente dalle reti di Berlusconi. Le tre reti Fininvest nel 1987 hanno trasmesso 263.127 spot, contro i 55.711 della Rai e i 126.609 delle altre emittenti. Un altro calcolo dice che uno spot di medio livello costa oggi 400-500 milioni e quelli particolarmente spettacolari arrivano fino a un miliardo. Altro che Oscar a Bertolucci.

GIORGIO FABRE

## Tano e i mercanti, vita e morte d'artista

**Per anni emarginato, finito tragicamente. A tre mesi dalla scomparsa Roma dedica una mostra all'opera informale e visionaria di Festa**

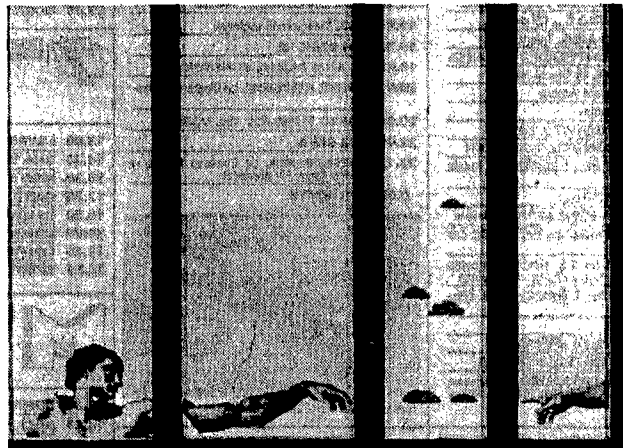
DARIO MICACCHI

ROMA. Il pittore romano Tano Festa è morto a Roma il 9 gennaio 1988. Qui era nato il 2 novembre 1938. Fino dagli anni in cui studiava fotografia artistica all'Accademia di Belle Arti di Roma, per tutti quelli che lo conobbero e gli furono amici fu Tano, anziché Caetano. Era stato una star dell'arte nuova negli anni Sessanta. Non era più nessuno negli anni Ottanta per il mercato d'arte, per molti galleristi e la gran parte dei critici d'arte. È morto male, molto male.

«vecchio poltrone europeo» e così reagiva al sistema del consumo dell'arte come merce che lo stava stritolando dopo averlo collocato sull'altare. Era molto malato e, forse, voleva la propria distruzione. Non posso dimenticare il panico paranoico che lo stritolava due tre volte la sua naturale e bella corporatura; e di averlo visto buttato sul selciato nelle strade intorno a piazza Navona, barbone tra i barboni, sghignazzare e recitare come un clown con la bottiglia d'alcool a portata di mano. Negli ultimi tempi sembrava essersi ripreso e aveva riacquisito la sua corporatura. Nell'illusione, che tale era, aveva tenuto una gran mostra, «Barocco Romano», alla Tour Promagie di Aosta nel 1987 e, nello stesso anno, altre mostre minori tra le quali un «Omaggio alla Catalogna» alla galleria Gregoriana di Roma. C'era ora un gran nero in tutti i dipinti e un

folle Don Chisciotte cercava d'uscire dal nero più nero con i colori delle sue illusioni. Da qualche anno il suo grande amore matissiano per il colore era un desiderio dei colori della vita, un'illusione assai poetica di uscire dall'ombra dell'esistenza che se lo mangiava. Evocava Monet e Matisse da un nero seicentesco, caravaggesco e rembrandiano. Dialogava con l'angoscia di Munch - come è spettrale il suo disperato rifacimento delle fanciulle in riva al mare dipinte da Munch! - e l'autodistruzione di Francis Bacon. E dava via per nulla questi dipinti che, forse, sono i più belli, tragicamente belli, di tutta la sua contrastata vita di pittore. Ora, a due mesi dalla morte, con una rapidità assai rara, si è allestita, all'ex birreria Peroni, in via Reggio Emilia, una mostra di dipinti di Tano Festa - circa 70 dei diversi periodi tra il 1960 e il 1987 - che resterà aperta fino al 25 aprile. Il catalogo, ben stampato e curato come sempre dalla Electa, contiene interviste e poesie del pittore, alcuni giudizi di critici e un saggio di Achille Bonito Oliva che porta curiosità e informazioni due date: luglio 1987 e febbraio 1988.

Il critico assottiglia la definizione amaramente ironica di «vecchio poltrone europeo» e la



Un'opera di Tano Festa: «Dalla creazione dell'uomo», 1964

che dette di sé Festa in una intervista e ci costruisce un profilo che così si chiude: «...il sofisticato artigianato creativo di Tano Festa è il portato di una complessa avventura esistenziale e creativa di un artista che ha saputo stare al gioco con la vita e con l'arte. Nella vita ha saputo praticare ogni incontinenza possibile senza voler conoscere l'economia del risparmio e, anzi, accentuando quella dello spreco. Proprio per arrivare all'arte senza residui. Nella creazione egli, depurato da ogni contaminazione, ha risolto l'insensatezza dadaista dell'esistenza costruendo un'opera che vuole testimoniare la possibilità dell'arte di diventare il metro formale di una misura aurea di stare nella storia...».

Non credo che le cose, per Festa, stiano così come le profeta autenticamente Achille Bonito Oliva. Tano Festa non ha saputo stare al gioco della vita e dell'arte bensì è stato stritolato dall'attuale sistema di consumo dell'arte che vede in veste di padroni/giudici mercanti e critici. È affogato nel mare grosso dell'esistenza e, per quanto facesse e urlasse, era solo, e non ha trovato nessuna misura aurea per l'arte di stare nella storia. Provate a immaginare cosa avrebbe potuto dire il Festa degli ultimi anni se avesse po-

state. Peccato che questo gran quadro non sia alla mostra. Il suo percorso umano/poetico è esemplare d'una condizione moderna del lavoro artistico: almeno quanto le aste e le decine di miliardi che i gruppi finanziari tirano fuori per comprarsi un quadro. E quanto al suo intendere e praticare l'arte della pittura m'è sembrato che il fascino, la verità e l'attualità del suo fare e dar forma consistessero nel distacco, nell'ironia e nella saggezza, che era spessore culturale, proprio del «vecchio poltrone europeo». Di fronte al delirante individualismo del gesto e della materia a seccchi degli informali, Festa si comporta da «falegname/pittore» dadaista: fa line-

stre, porte, armadi che non portano a niente e che non si aprono su niente, un po' come la porta d'angolo di Duchamp. Era allora un pittore falegname amante delle misure e degli spazi di Vermeer e di Mondrian o, se preferite, uno di quegli artigiani di un tempo che dipingevano sull'intonaco delle case finestre finte a trompe-l'oeil. Dopo il «dada» rivisitato per commentare l'inutilità del gesto irrazionale, venne il periodo del cosiddetto Pop Romano. In verità, non si trattò di un «allineamento all'italiana» al Pop Art americano trionfante con i suoi segnali positivi così gridati e megalomani del modo di vita americano; ma di una risposta italiana e europea alla segnalazione nordamericana. Ingigantendo e serializzando frammenti di immagini da Michelangelo - ma il dito di dio

non arrivava più a toccare il dito dell'uomo -, da Van Eyck, da Ingres, con quelle singolari partiture di smalti armonizzati con i frammenti dell'antico su carta o tela emulsionata, Tano Festa, con immagini non Pop ma neorealistiche e melanconiche, rispondeva bene alla pittura americana: voi consumate Coca-Cola e noi consumiamo Michelangelo. Nelle stanze le donne vanno e vengono parlando di Michelangelo, aveva già detto il vecchio Eliot, altro poltrone inglese che era anche un citazionista come Tano quando non era di moda citare e scrivere o dipingere citando. Qui la neoavanguardia metafisica di Tano finì e cominciò la pittura del panico e il desiderio della luce e della gioia di vivere di Matisse. Così passò di moda o, meglio, altri, critici e mercanti, decisero che non era più di moda.

**Loescher novità**

Geografia Loescher Corso per la media - Geografia in classe Tre schedari per la media - Corso di geografia Due volumi per le superiori - BAIATI / FINOCCHI, arte in Italia Nuova edizione a colori - GESERANI / DE FEDERICIS, La ricerca letteraria e la contemporaneità (in prep.) - GALANTE GARFONE, Il giusto e l'utile Educazione civica con elementi di diritto e di economia - PALAZZI, I miti degli dei e degli eroi a cura di G. F. Gianotti - PACE / PAVONI / POZZO / PRIESACK, Fratres Corso di lingua inglese per le superiori - POZZI LOLLU / CHIESA, Three, two, one, go! Corso di lingua inglese per la media Nuova edizione - DE BELLIS, The Making of Britain 1485 - 1783 - CORTESE, From Carts to Rockets - DOYLE, Three Sherlock Holmes Stories a cura di B. De Luca - CHESTERTON, Five Father Brown Stories a cura di B. De Luca e M. Nallessio