

ARTE. A Milano il politico disperso

I «santi» di Piero a confronto

IBIO PAOLUCCI

MILANO Per il grande matematico Luca Pacioli, Piero della Francesca era il "Monarca della pittura". Della luce, il signore assoluto, forse il maggiore artista di tutti i tempi, il più magico sicuramente. "Luce solare, divorante - ha scritto Pietro Toesca - luce di aperto cielo, con trasparenze profondissime che dà nitore a ogni cosa". Da oggi, nel milanese museo Poldi Pezzoli, in una mostra un po' diversa basata sui sofisticati strumenti multimediali, ma anche sullo splendido Sant'Agostino, arrivato dal museo d'arte antica di Lisbona, questo incantevole principe del Rinascimento è il protagonista di una ricerca durata quattro anni, i cui risultati vengono esposti al pubblico in uno speciale "laboratorio aperto". L'idea è partita dal Poldi, che, da sempre, possiede il "San Nicola da Tolentino", parte, come il Sant'Agostino, del politico agostiniano di Piero. Il capolavoro del maestro toscano venne commissionato, come si sa, negli anni Sessanta del Quattrocento per la chiesa degli Eremitani di Sant'Agostino di Borgo San Sepolcro. Nel catalogo (quello multimediale a cura del Dipartimento di elettronica del Politecnico di Milano, mille immagini da vedere e confrontare, quello "cartaceo", a cura del museo, editore Allemandi) si trova anche un documento inedito del primo pagamento fatto a Piero per questa opera, scoperto dallo studioso americano James Banker. Il politico, sfortunatamente, venne smembrato e disperso poco dopo la sua ultimazione. Nella seconda metà dell'Ottocento, però, ricomparvero nel mercato antiquariale quattro santi a figura intera, tre santi piccoli a mezza figura e una Crocifissione, non immediatamente ritenuti di Piero (il Sant'Agostino per esempio, venne esposto nella capitale portoghese come opera di Cima da Conegliano), ma infine unanimemente assegnati dagli studiosi al maestro di Sansepolcro. Le quattro figure di santi, oltre a Milano e Lisbona, si trovano nella National Gallery di Londra (San Michele) e nella Frick collection di New York (San Giovanni Evangelista o Sant'Andrea). Le altre parti sono della National Gallery di Washington e del Metropolitan di New York. Naturalmente, il Poldi ha chiesto a tutti di avere le opere per presentarle unite, ma, come era da aspettarsi, quasi tutti hanno rifiutato. L'eccezione è Lisbona, che, in compenso, ha fatto tornare in Italia il "più bello, il più ricco e il meglio conservato" dei dipinti del politico. Che era già stato, recentemente, nel nostro paese ma non, come ora, accanto al sublime frate del Poldi e a poca distanza dalla "Sacra conversazione" di Piero. Insomma, un bel sogno realizzato. "Dopo il restauro del 93 - dice la direttrice del museo, Alessandra Mottola Molino - ci siamo resi conto che era possibile ricostruire il politico". Ricostruirlo, per meglio dire, più correttamente (

Gastone Manacorda ottant'anni da storico

Gastone Manacorda, tra i più insigni studiosi dell'Italia contemporanea e del movimento operaio, compie oggi ottant'anni. Nato a Roma il 10 maggio 1916, libero docente in storia del Risorgimento dal 1955, fondatore della rivista «Studi storici» nel 1959, Manacorda ha insegnato Storia contemporanea e Storia dei partiti politici nelle università di Catania, Napoli e Roma. Attivo collaboratore di riviste come «So. Lett.» e «Studi Storici», consulente della casa editrice Einaudi e fondatore dell'Istituto Gramsci. Per il suo atteggiamento critico e la sua coerente autonomia di giudizio, mai sacrificata alle esigenze di partito, ha vissuto fasi di contrasto con il Pci, soprattutto nell'autunno del 1956 all'indomani dell'invasione sovietica dell'Ungheria, verso la quale espresse il suo dissenso. Tra le sue opere principali: «Il movimento operaio italiano», «Storiografia e Socialismo» e il noto «Il socialismo nella storia d'Italia» del 1966.

O tu o Star. Arrivano ben sette nuovi spot Star (nella foto) pensati e realizzati dall'agenzia GGA (Sandro Gorra e Maurizio Gentile Advertising) tutti ispirati al «claim» (diciamo la promessa della pubblicità) «O tu o lo fa Star». Sono spot veramente insignificanti soprattutto se confrontati al vecchio «Doppio brodo Star» e a tutte le memorie che si porta dietro. Ma pazienza i creativi sono convinti di aver così dato il meglio nell'assecondare la nuova strategia, anzi quasi ideologia aziendale, che vuole sottolineare il ruolo della produzione «dalla parte delle donne». Donne che lavorano e quindi hanno bisogno di aiuto di fare affidamento su prodotti che fanno loro risparmiare tempo. Ed eccole rappresentate, carne ed eternamente soddisfatte come tutte le donne della pubblicità. Insomma insopportabili. La macchina da presa sempre in movimento, forse per dare una sensazione di «spontaneità», invece sembra fastidiosamente beccheggiare e non parrebbe proprio che, per creare questo effetto-nausea siano stati scomodati ben due registi Vittorio Sacco per il «food» e Massimo Magri per le altre scene. Casa di produzione Filmgo Vecchiette al Supermarket. Ele-

spot di MARIA NOVELLA OPPO

ganti come vecchiette inglesi con cappellini da famiglia reale Windsor, le due signore che vediamo imperversare dentro i supermercati Sigma sono molto simpatiche, anche se del tutto improbabili come massae italiane. E infatti più che casualmente sono attrici alle cui spalle ci deve essere non poca esperienza di teatro dialettale. E si muovono fra uno scaffale e l'altro con una totale padronanza di spazi e psicologie dei commessi. Quando poi possono approfittare delle offerte di assaggio sono pronte a scolarsi qualsiasi cosa e a strafogarsi di pasta al sugo. L'agenzia che ha curato la campagna è la LDB di Bologna, mentre la casa di produzione che ha realizzato i film con tanto simpatico iperrealismo è la Diaviva. Mento sicuramente anche della regia di Alessandro Cappelletti, che ha puntato sui personaggi con mano sicura, mettendo in risalto la prepotente vitalità della insopportabi-



Piero della Francesca, S. Agostino (Lisbona) e la «Paia di Brera»



IL LIBRO

Alle origini del pensiero moderno

GIUSEPPE CANTARANO

Apparso per la prima volta nel lontano 1979 in una piccolissima e pressoché sconosciuta casa editrice di Padova viene ora riproposto da Bruno Mondadori il libro che ha dato l'iniziale rotta di navigazione, per così dire, alla ricerca filosofica di Salvatore Natoli. Soggetto e fondamento. Il sapere dell'origine e la scientificità della filosofia (pp. 308, lire 19.000). Si tratta di un libro molto importante non solo per questa sorta di autobiografia intellettuale e bene ha fatto l'editore milanese a ristamparlo.

È infatti importante innanzitutto perché ricostruisce con rigore analitico e con chiarezza descrittiva le due nozioni chiave del razionalismo moderno, quelle appunto di soggetto e di fondamento. In quegli anni in cui il dibattito tra i filosofi italiani era perlopiù monopolizzato dal lamento nostalgico e malinconico (ad esempio Severino, Caccian) o dall'eufonia estetizzante e nichilista (ad esempio, Vattimo, Rovatti) per ricostruire il carattere costitutivo di quel razionalismo moderno - di cui si celebrava il de profundis - a partire dall'idea di soggetto e da quella di fondamento. A partire cioè, da quei concetti di derivazione metafisica messi a punto per la prima volta da Anstotele e poi da Cartesio, che della ragione moderna rappresentavano i due pilastri portanti.

Se ancora oggi stancamente si parla, come già allora del resto si cominciava a parlare del declino della modernità con l'inevitabile deperimento del soggetto e l'inesorabile dissoluzione dei fondamenti, di un libro come questo di Natoli non si può fare a meno perché aiuta a ricostruire le premesse (oggi spesso ignorate o addirittura dimenticate) di quel dibattito talvolta aspro e polemico che ha attraversato gli ultimi vent'anni della filosofia italiana.

È tesi ormai largamente diffusa che il declino della modernità altro non sia che l'esito necessario della dissoluzione dell'idea di soggettività intesa come coscienza che risulta essere il fondamento originario della modernità stessa. Ebbene l'equivoco, secondo Natoli, sta proprio in questa assunzione dogmatica del tema sviluppato dai due filosofi ai margini della Rivoluzione francese, ma che certo non ha perso attualità ai nostri tempi. E ancora. Oltre la politica antologia del pensiero «politico» curata da Roberto Esposito, in cui autori come Arendt, Weil, Adorno, Canetti, Bataille e altri illustrano alcune delle categorie fondamentali della teologia politica (Stato, rivoluzione, giustizia, responsabilità, libertà, potere, comunità e guerra) con uno sguardo volutamente esterno, non tradizionale e esorbitante. Fra le prossime uscite infine, anche un testo sui media. Il mercato dei sogni di Giovanni Cesareo e Patrizia Rodi, anch'esso contraddistinto dal solito approccio tematico-categoriale, con voci quali audience, censura, cultura, flusso fonti, immaginario, reti, serialità ecc. Parole chiave, schede e tratti per capire il Villaggio globale.

Ma come può fondare ciò che di per sé risulta essere infondato? Eppure - risponde Natoli - non si può fare a meno di imbrigliare il mondo con la nostra speranza. Non si può fare a meno di aggrapparsi ad esso mediante il legame di senso che scaturisce dalla nostra esperienza. Questa è la nostra salvezza. Perché fondare scrive Natoli nella nuova prefazione al suo libro, vuol dire «essere reti, costruire fondali per chiudere, di volta in volta, la scena che si apre sull'abisso».

EDITORI. Storia e filosofia per rilanciare la Bruno Mondadori

La scommessa sui saggi

La Bruno Mondadori ha deciso di rinnovarsi e di rilanciare, accanto al settore scolastico, la saggistica. La scommessa si rivolge a una fascia di lettori medio alta che voglia riflettere sui problemi del presente. Molta filosofia, dunque, a partire da alcuni classici, e storia: una storia d'Italia che cerca di spiegare tangentopoli a partire dalle vicende dell'unificazione nazionale fra i primi titoli proposti. Altra scommessa: i bassi prezzi di copertina.

QUIDO LIQUORI

La Bruno Mondadori è diventata grande e va all'università. La casa editrice milanese, da sempre presente nel settore scolastico, ha da poco inaugurato alcune collane di saggistica libri molto curati, di argomento stonco-filosofico, di critica letteraria di estetica, classici annotati e commentati, ideali a prima vista «per fare gli esami». Una university press sulle rive del Naviglio?

«Solo in parte», precisa Francesco Cataluccio, arrivato nello scorso settembre da Feltrinelli per dirigere il nuovo settore. E aggiunge: «La nostra produzione si rivolge certo a un pubblico universitario. Ma anche a un pubblico colto curioso che ha voglia di approfondire, di coltivare interessi anche lontani da quelli che abitualmente affronta per esigenze professionali». La scommessa della

Con queste idee-guida la casa editrice milanese, che già occupa una posizione di primo piano nello scolastico (dove vanta 80 dipendenti e 150 collaboratori), ormai quasi del tutto libera dall'impegno nel Saggiatore (la sua quota è scesa dal 50 al 10%), tenta la nuova avventura. A partire da un settore che conosce bene la manualistica, ora ripensata a livello universitario. E con una impostazione che spesso privilegia un impianto tematico-concettuale accanto a quello diaconico tradizionale. È il caso di Estetica, di Elio Franzini e Maddalena Mazzocut-Mis che dopo una prima parte storica si articola per capitoli intitolati Bello, Forma, Brutto Sublime Retorica, ecc. (Seguiranno, sullo stesso timbro, Teoretica, di Vincenzo Vitello e Morale). O la Storia d'Italia (1860-1995) di De Bernardi e Ganapini, in uscita a maggio che rilegge i quasi novant'anni che vanno dall'Unità a Tangentopoli tentando una modellizzazione del «caso italiano» messo a raffronto con il contesto internazionale. Ancora rivolti a un pubblico prevalentemente universitario i classici della filosofia dotati di un ottimo apparato critico (Platone, Anstotele. Kant della metafisica dei costumi Nietzsche).

Quali i libri rivolti al pubblico più ampio - non prettamente universita-



le adorabile coppia (purtroppo conosciamo solo un nome Carla Astolfi). Profumo di Wurstel. Citare i classici magari con ironia è segno di cultura e non di mancanza di creatività. Così ora la pubblicità volendo rimarcare la propria appartenenza alla cultura generale di un paese e di un'epoca fa appello ai suoi «classici». E fa il verso a spot precedenti e già affermati che sono entrati nella memoria collettiva. Dopo aver ottenuto il permesso dei prodotti originali. E quanto ha scelto per Wuber l'agenzia Milano e Grey, che ha fatto riferimento alle campagne Dash

L'Indice di maggio è in edicola con:

Il Libro del Mese
Lettere di una vita di Alberto Mondadori
recensito da Bruno Pischbedda
Claudio Magris Riccardo Morello
Saggi e lettere di Robert Musil
Nicola Tranfaglia
Contro Galli della Loggia
Da questo numero
le nuove sezioni
Effetto Film, Strumenti, Mondo

Acquistate il Cd Rom dell'Indice, con il testo integrale delle 14.000 recensioni di altrettanti libri pubblicate sulla rivista dal 1984 al 1995
Il Cd Rom è in vendita a sole 87.000 lire (Iva compresa)
Uno sconto speciale (del 33%!) è riservato agli abbonati vecchi e nuovi. Per le modalità di acquisto e altre informazioni si rinvia a p. 36 del numero di maggio

L'INDICE
DEI LIBRI DEL MESE
ORIENTA MEGLIO DEI 24 POLLICI