



L'Unità 2



MERCLEDÌ 14 AGOSTO 1996

IL MITO DELL'AUTO/2

Un talismano per moderni superstiziosi

EDUARDO GALEANO

CON IL DIO DELLE quattro ruote accade quello che di solito accade con gli dei: nascono al servizio della gente, magici scongiurano la paura e la solitudine, e finiscono per porre la gente al loro servizio. La religione dell'automobile, con il suo Vaticano negli Stati Uniti, ha il mondo asservito.

L'immagine del paradiso: ogni nordamericano possiede un'auto ed un'arma da fuoco. Negli Stati Uniti si concentra la maggior quantità di automobili ed anche il più cospicuo arsenale, principali affari dell'economia nazionale. Sei, sei, sei: ogni sei dollari che il cittadino medio spende, uno lo consacra all'automobile; ogni sei ore di vita, una la dedica a viaggiare in auto o a lavorare per pagarla; ogni sei posti di lavoro, uno è direttamente o indirettamente connesso all'automobile, ed un altro è direttamente o indirettamente connesso alla violenza e alle sue industrie.

Più gente uccidono le automobili e le armi, più natura radono al suolo e più cresce il Prodotto Nazionale Lordo. Come ben dice il ricercatore tedesco Winfried Wolf, nel nostro tempo le forze produttive sono diventate forze distruttive.

Talismani contro l'abbandono o inviti al crimine? La vendita di auto è simmetrica alla vendita di armi e si potrebbe ben dire che fa parte di essa: gli incidenti stradali uccidono o feriscono ogni anno più nordamericani di quanti non ne siano morti nella guerra del Vietnam e la patente di guida è l'unico documento necessario per chiunque voglia comprare una mitraglietta e con essa crivellare di colpi tutto il vicinato. La patente di guida non si usa soltanto per queste faccende, ma è anche necessaria per pagare con assegni o riscuotere, per richiedere un documento o firmare un contratto. Negli Stati Uniti, la patente di guida sostituisce il documento di identità. Le automobili conferiscono identità alle persone.

IL PAESE CONTA sulla benzina più a buon mercato del mondo, grazie ai presidenti corrotti, agli sceicchi dalle lenti scure ed ai re da operetta che si dedicano alla svendita di petrolio, a violare i diritti umani e a comprare armi nordamericane. L'Arabia Saudita, ad esempio, che figura ai primi posti nelle statistiche internazionali per la ricchezza dei suoi ricchi, per la mortalità dei suoi bambini e per le atrocità dei suoi boia, è il principale cliente dell'industria di armamenti nordamericana. Senza la benzina a buon mercato che forniscono questi alleati della democrazia, non sarebbe possibile il miracolo: negli Stati Uniti chiunque può avere un'auto e molti possono cambiarla con frequenza e se il denaro non basta per l'ultimo modello, si vendono gli aerosol che danno un che di nuovo all'antiquaglia comprata tre o quattro anni prima.

Dimmi che auto hai e ti dirò chi sei e quanto vali. Questa civiltà che adora le automobili, ha il panico della vecchiaia. L'automobile, promessa di eterna giovinezza, è l'unico corpo che si può cambiare.

A quest'altro corpo, quello delle quattro ruote, si consacrano la maggior parte della pubblicità televisiva, la maggior parte delle ore di conversazione e la maggior parte dello spazio nelle città. L'automobile dispone di ristoranti dove si nutre di benzina ed olio, al suo servizio ci sono le farmacie dove comprare le medicine, ospedali dove viene visitata e curata, dormitori dove dormire e cimiteri dove muore.

Lei promette libertà alle persone, non a caso le autostrade si chiamano freeways, strade libere, ma poi si comporta come una gabbia ambulante. Il tempo di lavoro umano si è ridotto di poco o nulla mentre aumenta sempre più il tempo per andare e venire dal lavoro, a causa dei pesanti ingorghi di traffico che costringono ad avanzare con esasperante lentezza. Si vive ormai dentro l'automobile, e lei non ti molla mai. «Drive-by shooting»: senza uscire dall'auto, a tutta velocità, si può premere il grilletto e sparare alla cieca, come è in voga adesso nelle notti a Los Angeles. «Drive-Thru Teller», «drive-in restaurant», «drive-in movies»: senza uscire dall'auto si può

SEQUE A PAGINA 4

Per gli scienziati l'esistenza di forme biologiche è decisamente più probabile su una delle lune di Giove

Vita su Europa o su Marte?

■ Esistono dei mari caldi nascosti sotto la superficie ghiacciata di Europa, una delle maggiori, e più strane, lune di Giove? E in questi mari tenuti ad alta temperatura dal cuore caldo della luna gioviana, potrebbe evolvere, da millenni, una qualche forma di vita extraterrestre? Queste domande sarebbero state quasi capziose soltanto fino a qualche giorno fa, quando la scoperta di segni di una possibile vita arcaica in un meteorite marziano, ha radicalmente cambiato la prospettiva della ricerca sulla vita extraterrestre. Così gli esobiologi americani hanno deciso di organizzare un meeting scientifico proprio sulla possibilità della vita su questa strana luna di Giove, fotografata un mese e

Mari caldi sotto la superficie ghiacciata del satellite

ROMEO BASSOLI
A PAGINA 4

mezzo fa dalla sonda Galileo e che verrà sorvolata a bassa quota dalla stessa sonda nei prossimi due anni ancor una decina di volte. Europa mostra sotto la superficie ghiacciata un mondo fatto di lava fangosa e di acqua allo stato liquido. Sotto, potrebbe esservi un'ecosfera simile a quella che, sul nostro pianeta, ospita miliardi di batteri e altre forme di vita che vivono del calore del nucleo terrestre e delle sostanze chimiche contenute nella crosta del pianeta. Sulla Terra, la massa complessiva di questo ecosistema eguaglia e forse supera quella dell'ecosistema di superficie a noi così abituale. E questa, si afferma, potrebbe essere una forma di vita diffusa nell'Universo.

A quarant'anni dalla morte

Bertolt Brecht Un'eredità che brucia ancora

Il 14 agosto di quarant'anni fa moriva Bertolt Brecht, uno dei maestri del teatro del Novecento. Prima mitizzate e ora quasi dimenticate, le sue opere brillano per il rigore stilistico e l'impegno morale: un motivo per rileggerle.

ANDREA CARRARO

A PAGINA 2

Bianchi e neri al cinema

Jeremy Irons «farà» il pakistano ed è polemica

Jeremy Irons al centro delle polemiche. Dopo *Lolita*, interpreterà Mohammed Ali Jinnad, padre dell'indipendenza pakistana. E gli alfiери del «politically correct» protestano: «Quel ruolo non può essere affidato a un bianco».

ALBERTO CRESPI

A PAGINA 5

Ancora guai per l'ex campione

Cura antidroga in Svizzera per Maradona

Una cura intensiva per disintossicarsi dalla droga. Da ieri l'ex campione Diego Armando Maradona è ricoverato in una clinica svizzera. Poi dovrà tornare in Argentina per essere processato.

STEFANO BOLDRINI

A PAGINA 11



Metropoli dove vai Rispondono De Lucia e Salzano

RENATO PALLAVICINI A PAGINA 3

Tante culture un solo mercato

ULTIMATE SPINACH significa, più o meno, spinacio definitivo, ed era il nome di un gruppo psichedelico sessantottesco. Con l'enfasi tipica del tempo, nelle note di copertina, il gruppo definiva la propria musica «food for the mind», e cioè cibo per la mente... Si dice - lo dicono tutti - che la cultura non interessa gli italiani. Lo dice perfino l'Istat: solo un misero quattro per cento della popolazione mette l'argomento in cima ai propri pensieri. Il che preoccupa e rattrista intellettuali e commentatori illustri, i più illustri, quasi tutti. Ma di cosa stiamo parlando?

Quasi un paio di secoli fa, il buon vecchio Feuerbach ci spiegò che «l'uomo è ciò che mangia» e, da allora nessuno s'è mai preso la briga di smentirlo. Quindi, se vogliamo restare nella metafora alimentare, ne dobbiamo concludere

che la cultura interessa il cento per cento degli italiani. I quali divorano avidamente, e quotidianamente, tonnellate di serial televisivi, telenovelas, film, soap operas, cassette, e quant'altro normalmente rubriciamo alla voce trash (immondizia) piuttosto che alla voce cultura. Ma è proprio questa distinzione - supposta - qualitativa che ci frega, perché ci fa trascurare la lezione di Feuerbach, e degli Ultimate Spinach, e cioè che, ci piaccia o meno, tutto ciò che nutre il nostro immaginario è «food for the mind». Possiamo dire che ci piace il caviale e che gli hamburger di MacDonald ci fanno schifo, questo sì, ma possiamo negare che ambedue siano cibo? Possiamo dire che preferiamo la mostra di Vermeer a una puntata di Beautiful, ma non che ambedue oggi siano parte del

FILIPPO BIANCHI

medesimo mercato culturale.

Come mai l'industria culturale americana ha dominato il mondo per buona parte del XX secolo? Per molte ragioni. Alcune sono di certo legate al fatto di disporre in casa del più grande mercato esistente, e quindi di poter esportare a prezzi bassissimi, avendo già ammortizzato in casa il costo di produzione; altre sono legate al monopolio della distribuzione, che su quella base di dumping si è edificato. Ma c'è anche una ragione più sottile, e cioè l'aver giocato abilmente sul confine labile che separa arte e intrattenimento, l'aver reso vaga quella frontiera, che invece in Europa è solidissima. La ridefinizione del confine fra cultura «alta» e «bassa» è una delle chiavi dell'espansione dell'industria culturale, e cioè - tralasciando

ogni altra considerazione - di uno dei settori più importanti dell'economia mondiale. Il problema, semmai, è che la nostra bilancia commerciale nel campo della cultura è spaventosamente in rosso: siamo consumatori voraci, ma esportiamo poco, perfino nei settori in cui eravamo storicamente forti: opera, cinema, arti visive...

In Europa, come si sa, siamo ben ancorati allo schema «mercato dell'intrattenimento privato, mercato dell'arte pubblicamente sovvenzionato», con alcune stravaganti anomalie italiane. In Europa, ad esempio, se chi promuove un concerto per cinquemila spettatori non è in grado di trarre un profitto da tale operazione, gli si consiglia normalmente di cambiare mestiere. Da noi, invece, le attività dello star system sono spesso foraggiate

SEQUE A PAGINA 2

Estate serena Con noi si può

Vidiamo chi, dove e come viene in aiuto di chi resta in città. Dalla spesa ai farmaci a domicilio, dall'assistenza agli anziani soli ai negozi aperti, saprete proprio tutto quello che le amministrazioni locali hanno programmato per farvi vivere un Ferragosto senza troppi disagi.

IL SALVAGENTE

in edicola da giovedì 8 a 2.000 lire

