

# media

## l'Unità

Quotidiano di politica, economia e cultura

LIBRI  
Il mito  
di Chatwin

BOTTIGLIERI PISTOLINI  
PAGINA 3

INTERNET  
La sinistra  
«virtuale»

BOCCONETTI  
PAGINA 5

ARTE  
Munch  
senza Urlo

MILIANI  
PAGINA 6

in arrivo

BOATI

Due i titoli in uscita questo mese, entrambi dedicati alla strage che devastò l'Italia nel dicembre del '69. Giorgio Boatti («Piazza Fontana», Einaudi), ricostruisce il fatto e segue un'inchiesta che dura da vent'anni. Stesso intento ha Maurizio Dianese e Gianfranco Bettin («La strage», Feltrinelli Economica) per un'indagine alla ricerca della verità su un delitto ancora oggi ufficialmente impunito.

WOLF

Il lavoro della scrittrice tedesca sulla genesi del romanzo «Medea» uscirà per e/o con il titolo «L'altra Medea». Premesse a un romanzo. Nel libro la Wolf s'interroga sulle origini del mito di Medea, sulla tragedia di Euripide e sulle altre fonti alle quali attinse l'autore greco.

VOCE

Sono «multimediale» le «Farfalle da combattimento» (Bompiani) di Voce: alle sue poesie (introdotte da Balestrini) è allegato un cd con suite dello stesso Voce, Nemola e Paolo Fresu e un intervento di Jovanotti.

# Il critico è nudo

ALBERTO CRESPI

Proposta: se il critico è nudo, perché non trasformare la metafora in realtà? E non nel chiuso dei «vernissage» delle mostre o delle proiezioni di film per la stampa, ma in pubblico: se fra la gente che entra in un museo, o in un cinema, o in una libreria o ad una sfilata di moda, c'è uno nudo, quello è il critico. Rovesciamo l'assunto di Altman, citato anche da Alberto Abruzzese qui accanto: nude siano non le modelle (troppo facile!), ma chi si azzarda a criticarle.

Questa proposta paradossale e crudele è, per un critico, qualcosa a metà fra il sogno e l'incubo. La riconoscibilità è il desiderio proibito di chiunque si guadagni da vivere stroncando, o lodando, gente famosa. Ma è un desiderio a doppio taglio: pensate se, nel buio di un cinema, tutti gli spettatori potessero riconoscere il critico, e fargli domande, chiedergli spiegazioni, a volte ringraziarlo, ma più spesso pretendere la restituzione del denaro speso per il biglietto: il sogno impiega ben poco a trasformarsi in incubo.

Dal nostro punto di vista (di critici: nel caso di chi scrive, cinematografici) la riconoscibilità e la gratificazione è uno dei tanti interrogativi - il più privato, non il più piccolo - legati allo stato della nostra professione. Un altro, molto contingente (ma lavoriamo per i giornali, quindi per la cosa più contingente che esista), è la visibilità: mai come negli ultimi 5-6 anni lo spazio della critica sui quotidiani si è rincechito. Vale per il cinema, per il teatro, per la danza, ma anche per la musica colta, per l'arte, per la letteratura (quasi sempre relegata in lussuosi ghetti definiti inserti), persino per gli unici settori che sembrerebbero «tirare» ancora come la tv, la musica pop e la moda. Forse soprattutto per questi ultimi: proprio perché imposti dai direttori, ed economicamente potenti, sono campi in cui il «colore», l'intervista, il notiziario spicciolo hanno sommerso qualsiasi possibilità di discernimento. Avete mai letto (o sentito dire in tv) che l'ultima collezione di Armani o l'ultimo disco di Michael Jackson fanno vomitare? Per la musica pop, simili soddisfazioni si hanno solo leggendo alcune (poche) riviste specializzate. Per la moda, sinceramente, non sappiamo.

Una volta il critico sfidava l'impopolarità con le armi dell'autorevolezza e del rispetto di cui godeva dentro le redazioni. Oggi che queste armi sono spuntate, cosa gli rimane? La sua funzione appare corrosa. Carmelo Bene sosteneva, citando Leon Bloy, che il critico è «colui che cerca disperatamente un letto in un domicilio altrui». È la vecchia accusa di parassitismo rispetto all'arte. Un'accusa a cui è molto fa-

Nudo maschile in un disegno di Michelangelo Buonarroti



## Fuori gli «esperti» dai retroscena dell'alta moda

ALBERTO ABRUZZESE

Qualcuno - un regista scelto come Altman - ci ha predetto il senso attuale della moda facendoci vedere una sfilata di modelle «nude». Interpretazione originale forse nel regno dell'abbigliamento e dunque del «vestire», ma assai meno nel campo, ad esempio, dell'arte o del teatro o persino del cinema.

Altri, meno colti ma più trasgressivi, hanno detto la stessa cosa, ma questa volta dall'interno dei consumi e non sul fronte negativo di una regia d'autore. Essi hanno profanato lo stile delle modelle con inattese intrusioni sulla passerella non di simulacri dell'ornamento e della maschera, ma di

cile rispondere citando, a nostra volta, Northrop Frye che in un libro vecchio ma sempre prezioso («Anatomia della critica», Einaudi 1969; la prima edizione Usa è del 1957) proponeva la definizione di «mediatore» fra l'artista e il pubblico. È un'idea ovvia, ma fondamentale: tanto vasti e frastagliati sono oggi i pubblici, e tanto numerosi i potenziali creatori, che una mediazione è indispensabile e non può che basarsi sulla scelta. Sembra rozzo a dirsi, ma è un problema di quantità. Nessuno spettatore può fruire di tutti gli spettacoli possibili: qualcuno deve selezionare per lui. In fondo anche lo status di critico è più quantitativo che qualitativo: non è un concetto vago e deperibile come il gusto a rendere autorevole un critico cinematografico, ma il fatto che in vitasua ha vi-

presenze tribali come le porno star, simulacri dell'oscenità, dei fuoriscena, di un desiderio senza cornici, senza ordine. Una passione profonda e non superficiale.

Da sempre ciò che la società crea o distrugge nel campo delle strategie vestimentarie allude anche ad ogni altra moda, ogni altro orientamento nel campo dei consumi, nel rapporto che gli individui e i gruppi instaurano con gli oggetti attraverso i quali si esprimono. Persino se questi oggetti sono estetici, persino se sono testi, letterari. Anche in questi ambiti la nudità ha spesso preso il posto dei simboli di status e delle forme che ne fingevano il corpo o il contenuto. E anche l'esasperazione barocca del bricolage post-moderno equivale alla necessità di denu-

distruere nel campo delle strategie vestimentarie allude anche ad ogni altra moda, ogni altro orientamento nel campo dei consumi, nel rapporto che gli individui e i gruppi instaurano con gli oggetti attraverso i quali si esprimono. Persino se questi oggetti sono estetici, persino se sono testi, letterari. Anche in questi ambiti la nudità ha spesso preso il posto dei simboli di status e delle forme che ne fingevano il corpo o il contenuto. E anche l'esasperazione barocca del bricolage post-moderno equivale alla necessità di denu-

essere la tenuta del cinema di Kubrick e la crescita dei suoi film nella memoria e nella storia) ma sull'onda della stizza per un'opera iper-attesa, iper-pubblicizzata, iper-chiacchierata e che, orrore, non manteneva le promesse «di scandalo» delle quali le riviste di pettegolezzi e i siti Internet erano stati così generosi. E questo non è serio, è anzi un'ingloriosa chiacchiera della critica davanti alle regole più ciniche e passeggero del giornalismo-spazzatura.

Verrebbe quasi voglia di lanciarsi in un'affermazione impopolare: che è proprio l'imbarbarimento del giornalismo italiano a volere, e a meritarsi, una progressiva sparizione della critica. Ma sono discorsi da vecchi barbog, ansie da fine millennio. È più serio rifarsi a uno spunto che Abruzzese ci suggerisce, laddo-

dare le apparenze come unico espediente per potersene ancora servire.

Sta di fatto che nel mondo degli stilisti della moda è accaduto qualcosa che invece non è accaduto in buona parte degli osservatori e degli specialisti di settore, i quali pretendono di criticarne i modelli e le soluzioni senza comprenderne il percorso creativo. Un poco come accade nel mondo delle pubblicità quando il professore di turno sentenzia che gli spot sono auto-

referenziali e hanno perso la capacità di orientare il consumatore all'acquisto e di spiegarli la qualità dei prodotti. Gli stilisti, mettendo in scena i modelli da fare sfilare, hanno invece capito che il pubblico degli acquirenti di massa (e di massa sono anche i segmenti più abbienti) non vuole vedere addosso alla modella che i media generalisti fanno ammirare il vestito che comprerà, ma vuole sentire lo scarto incolmabile tra il bisogno e il desiderio di vestire, vuole percepire qualcosa d'altro, qualcosa che sia appunto o-scenico, fuori campo rispetto al mercato in quanto sistema socioeconomico, e che tuttavia, proprio per questo suo esonero da qualsiasi utilità e ragione, possa garantire l'effettiva sopravvivenza del desiderio, e cioè del mercato in quanto sistema simbolico.

Il punto raggiunto dai costumi, dalle coreografie e dalle scenografie della moda-spettacolo si colloca ora in quel generale fenomeno di travaso sensoriale per cui i mezzi di comunicazione di massa sono andati mettendo in scena ogni sostanza che prima fosse protetta e preservata nei «retroscena» della vita quotidiana, persino quelli interiori.

ve parla, nel campo della moda, dello scarto fra il bisogno e il desiderio. Un abito di alta moda, in altre parole, non è bello se la signora Rossi può acquistarlo, ma se suscita nella signora Rossi il «desiderio» (di quell'abito, ma forse di altre cose, di altre esperienze, di un'altra vita). Forse noi critici dovremmo il più possibile farci interpreti di desideri, nostri e altrui. Esempio concreto, a proposito della sempiterna questione del cinema italiano e della sua lontananza dal pubblico: dovremmo smettere di rimpiangere i tempi d'oro del neorealismo e della commedia e tentare di mediare fra il talento dei registi e i desideri del pubblico, magari tornando a un lavoro sul campo, non tanto da sociologi quanto da cronisti. Perché la critica è anche informazione, ovvero giornali-

La scelta di uno stile che faccia da legame armonico tra consumo e rappresentazione è diventata ormai impraticabile. Lo spettatore delle sfilate non attinge più alla tradizione dell'abbigliamento, alle dinamiche lineari, dall'alto verso il basso e dal basso verso l'alto, che hanno caratterizzato l'industria culturale di massa sin dall'Ottocento. Ormai, perché la scena in pubblico possa avere un senso, non bastano più i simulacri di una immaginazione collettiva forte, socialmente stratificata, esteticamente ordinata.

Ora, almeno sino a quando mercato e media di massa continueranno ad essere tra loro vincolati e resisteranno all'agire corrosivo dei new media, bisogna che nel Gran Spettacolo Generalista prendano corpo le infinite forme di desiderio di uno sguardo sempre più multiversale e «intimo» rispetto ai paradigmi dell'universalità e ostentazione del Moderno. Per questo nelle passerelle di moda ci accade spesso di vedere figure che a noi appaiono «mostri e mutanti» ma per altri sono «angeli dell'annunciazione». L'effetto di spaesamento nasce da doverli «consumare in comune».

Ma, di fronte a questi eccitanti dispositivi identitari, c'è una considerazione da fare: di natura «politica». Molti vecchi e nuovi fondamentalismi, non ultimi i cattolici e d'abitudine gli intellettuali, ci avvertono oggi sull'ingiustizia di un desiderio talmente eccessivo da affidarsi alla dissipazione della ricchezza e allo sfruttamento - fisico, non solo immateriale - dei «spoveri» e cioè di quasi l'intero mondo denominato dalla civiltà dalle mode occidentali.

Avrebbero ragione se non creassero quasi sempre il sospetto di volere moderare i desideri in se stessi piuttosto che le strategie per esprimerli e per ridistribuirne le risorse. Certo è che gli attuali regimi di governo e le loro istituzioni sembrano già essere totalmente privi di desideri.

Per il momento, sia pur asseragliati nella nostra riserva indiana, teniamo duro, e soprattutto non stiamo zitti. Perché ha ragione Frye quando, nel libro citato, spiega che l'esistenza della critica si giustifica perché essa «può parlare, mentre le arti sono mutet». E citando il filosofo inglese John Stuart Mill, aggiunge: «Le parole dell'artista non si ascoltano, si origliano». Figuratevi come può essere difficile origliare un artista in questi tempi così rumorosi. Il critico sarà anche nudo, ma di fronte a un pubblico sordo (o, meglio, assordato) essere dei cornetti acustici è già qualcosa di nobilissimo.

