

Visite guidate ♦ Campagne elettorali

I cartelloni di An e il primato del disegno



CARLO ALBERTO BUCCI

«**A**lleanza per arrestare la criminalità». «Alleanza per un'Italia onesta e pulita». Oppure ancora: «Alleanza contro tutte le droghe». Uno di questi slogan, dal carattere tipografico assai corposo, è la prima cosa che si vede quando si sfreccia con l'automobile accanto ai recenti, tantissimi cartelloni elettorali di Alleanza nazionale. Il nostro occhio è portato, per secolare abitudine, a guardare innanzitutto la parte sinistra dell'immagine. È la direzione della lettura che ce lo impone. Un attimo dopo troviamo però sulla destra del cartellone di An un disegno gigantesco che riproduce il viso di un adulto di

sesso maschile. È un primo piano da foto tessera. I tratti sono pochi, neri ed essenziali. La prima impressione è che sia l'identikit di un ricercato, uno di quelli che i disegnatori della polizia ricostruiscono sinteticamente in base alle descrizioni dei testimoni. Non scherziamo. Quel disegno è il viso di Gianfranco Fini. Nonostante questo ritratto schizzato non sia somigliantissimo, l'identità del soggetto rappresentato la scopriamo quasi subito. È proprio la notorietà del personaggio ad aver permesso, ai creativi incaricati da An, l'azzardo di una scelta arida (un disegno sommario al posto dell'alta definizione di una foto) che sfida la trascuratezza e la disattenzione con cui solitamente vengono fruiti i cartelloni stradali da parte di un pubblico

per lo più composto da automobilisti. Superato il possibile, iniziale fraintendimento (nel quale io stesso sono caduto la prima volta che mi imbattei nel cartellone), ci possiamo soffermare a ragionare sui motivi e sui riflessi di questa scelta grafica.

Nel panorama dei politici italiani, Gianfranco Fini è uno di quelli che ha il viso più spendibile. Ben altri avrebbero bisogno di vedersi migliorati e/o idealizzati dal lifting grafico di un sintetico segno nero di china. Inoltre, se si eccettuano casi isolati (come le effigi presidenziali realizzate per i franchi) o episodi remoti (l'antica ritrattistica ufficiale di re, papi e duchi), le arti visive tradizionali non trovano attualmente applicazione nell'iconografia del potere. Abbandonati dipin-

ti, sculture e disegni, oggi sono il video e la fotografia (nella propaganda come nell'arte) a farla da padroni. Eccetto in un caso: ossia nelle vignette e nella satira. Ma le caricature nascono per far ridere. E per questo alterano i lineamenti o inventano metamorfosi storico/mitologiche: D'Alma come Hitler o Veltroni ovidianamente trasformato in brucco, tanto per restare al ripetitivo e stanco bestiario di Forattini. Diversamente, il ritratto disegnato di Fini non nasce per far «sbellicare» i passanti. Bensì per propagandare una spietata guerra al crimine, alla quale alludono tutti i diversi slogan scelti per accompagnare l'immagine del leader di An. Lotta senza quartiere al mafioso, alla droga e alla corruzione politica. Ora, scartato l'assurdo fraintendimento che il disegno voglia alludere all'identikit di un ricercato dalla polizia, la scelta in favore della grafica al posto della foto ha una sola spiegazione plausibile. Serve per sottolineare i termini di pulizia, nitore e chiarezza cui gli slogan esplicitamente alludono. È lo fa tramite il segno pulito e nero della china che si staglia netto sul fondo bianco della carne-carta, come anche sullo sfondo azzurro posto alle spalle del ritratto (colore celestiale e spirituale ma che qui ammicca anche al colore del prezioso alleato Berlusconi). Inoltre, il rievocare una pratica così desueta come il disegno applicato al campo della propaganda politica, potrebbe stare a significare che An mantiene calde antiche tradizioni italiane, quasi scomparse sotto l'incalzare dei media moderni: il primato del disegno toscano; o la benemerita rivalutazione delle arti grafiche operata alla fine degli anni Venti nelle esposizioni del Sindacato fascista bellearti.

Ma il segno che connota il viso di

Gianfranco Fini non sembra tracciato da un artista. Pare piuttosto dalla mano di un illustratore. Nessuna gerarchia di merito, intendiamoci. Ma differenze stili e applicazioni. Mi sembra allora che nel disegno del cartellone l'espressione ammiccante, il sorriso accennato e la dinamica diagonalità della posizione della testa (escamotage che permette di sfuggire all'immobile frontalità della foto segnaletica) possano ricordare tutta una serie di personaggi dei fumetti, protagonisti nella lotta contro il crimine. Eroi senza macchia e senza peccato, anche se immortali nella fantastica dimensione atemporale del bianco e nero. L'invincibile Tex Willer, ad esempio; il mitico ranger passato alla storia grazie all'umile, prosaico segno neorealista di Aurelio Galeppini, il compianto Galep. Oppure il bravo commissario Ginko. Un uomo virtuoso e tutto di un pezzo. Eppure eternamente perdente nella lotta contro il trasformista Diaboli.

R o m a



Claude Monet
Roma
Complesso del
Vittoriano
dal 4 marzo al 25
giugno

Il Maestro della luce

■ In mostra cinquanta opere di Monet provenienti dai più importanti musei del mondo, oltre che da collezioni private (tra cui numerosi lavori mai esposti in pubblico). Così viene ripercorsa la vita artistica del pittore dal suo debutto «classico» fino alle grandi composizioni, che mettono principalmente in risalto il ruolo svolto dal colore e dalla luce. Il percorso è infatti più tematico che cronologico, con una selezione che presenta gli stessi soggetti rappresentati con stili diversi grazie all'uso differente della luce, come le vedute di Waterloo Bridge a Londra e Cape Martin, «les falaises» di Pourville, o Amsterdam e Venezia, i famosi covoni di fieno e le celeberrime ninfee. Tra le opere esposte, «Sentier dans le coquelicot», «Au Cap Martin», «Le Parlement», «Sur le planches à Trouville». Il catalogo della mostra di Monet è edito da Skira con testi e interventi critici di Daniel Wildenstein, Marc Restellini e Jean Leymarie.

V e n e z i a



Amazzoni
dell'Avanguardia
Venezia
Fondazione
Guggenheim
dal 1 marzo al 28
maggio

Artiste russe

■ Una interessante mostra dedicata a sei artiste dell'avanguardia russa: Alexandra Exter, Natalja Goncharova, Ljubov' Popova, Ol'ga Rozanova, Varvara Stepanova e Nadezda Udal'cova, per un totale di circa 70 dipinti provenienti da musei e collezioni private di Mosca e San Pietroburgo. Il percorso offre un ritratto individuale di ogni artista e traccia l'evoluzione della pittura dell'avanguardia russa dall'inizio del secolo alla metà degli anni Venti, periodo tra i più prolifici dell'arte moderna. Gli artisti ebbero allora un ruolo determinante nello sviluppo del pensiero politico e sociale e uno dei fenomeni più interessanti fu proprio la produzione delle artiste che guidarono l'arte russa fino agli anni Trenta.

Dal 3 marzo in mostra a Roma 80 tavole originali realizzate per la prestigiosa rivista americana dai migliori artisti del settore Spiegelman, Crumb e Steinberg tra questi, hanno specchiato lo spirito di un giornale che ha fatto dell'understatement la sua bandiera

Matite nobili per il Mondo Nuovo
Gli illustratori del «New Yorker»

STEFANO PISTOLINI



«Senza titolo» di Karen Barbour, uno degli artisti presenti alla mostra «America illustrata»

The talk of the town. The New Yorker
Roma
Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea
dal 3 marzo al 28 maggio

levisiva e nell'età dell'oro della carta stampata. Il New Yorker però non si crogiola nello splendore delle sue firme, ma elabora un progetto che diverrà un cromosoma-zero del giornalismo americano. L'idea è quella di considerare New York il centro della modernità, intuizione difficilmente controvertibile in quel momento storico. Ne discende che quanto accade in città, il of the town rappresenta un termometro psichico e culturale che assume il valore di

fattore di riferimento per il resto d'America e per gli interlocutori di Parigi e Londra. Non per questo, però, il New Yorker si circonda di un fossato culturale. Al contrario: la rivista di Ross dialoga liberamente col resto del mondo, adeguandosi proprio allo spirito di libero mercato della mente e della creatività organico alla sua città. Inoltre, proponendo un impianto grafico semplicissimo che tesaurizza le regole invisibili dell'understatement, il New Yorker abilita

le sue pagine a ogni utilizzo immaginabile: lunghissimi reportage, ritratti di personaggi assoluti e di uomini della strada, elzeviri quartieresketch della vita culturale in città, poesia, recensioni e tantissima illustrazione: copertine pittoriche, vignette, caricature, rarissime fotografie (per decenni considerate estranee a una rivista che non cercava la notizia tout court, ma la sua 5 umanistica). Inutile dire che presto il New Yorker va ben oltre la dimensione

di rivista, diventando breviario esistenziale per quanti intendevano conformare il proprio stile a un desiderio di raffinatezza intellettuale ma anche a un irresistibile tentazione di ironia. Dunque un'ironia -interclassista, localissima, ma anche internazionale - e un potente indicatore delle tendenze. A caccia del sofisticato, incuriosito dal nuovo, sempre leggermente stordito da bollicine di champagne. Su queste pagine debuttano talenti come J. D. Salinger e John Cheever. Per il New Yorker viaggia un inviato come Truman Capote, nella sezione critica si leggono Edmund Wilson, Brendan Gill, Hannah Arendt, Pauline Kael, John Updike. In redazione imperava il monarca assoluto William Shawn, che trasforma la testata in un circolo d'ingresso nel quale è il sogno di ogni scrittore nel momento stesso in cui mette piede a Manhattan. Con gli anni alcuni cose cambieranno anche nel flemmatico mondo del New Yorker - ma non si recederà mai sulla regola contro il nepotismo e solo negli ultimi 5 anni, con la direzione di Tina Brown, la fotografia verrà ammessa nelle sue pagine - ma molte cose si modificheranno d'attorno.

E oggi, pur disponendo del meglio della scrittura Usa, da Joan Didion a Jay McInerney, il New Yorker non aspira più a rappresentare un formato esistenziale o a fungere da provocatore culturale. Il suo ruolo adesso è quello del commento alto, della lettera 5. E a governare le sue sorti - dopo la crisi economica che ha fatto traballare la proprietà di S.I. Newhouse, subentrata nell'85 - c'è oggi un giornalista vero come David Rennie, che molto potrà fare per tenere la testata vicino alla realtà e lontano dal tavolino da té. Perché in fondo il segreto migliore del New Yorker è proprio quello di essere un prodotto antiaristocratico, di una borghesia irrequieta e cangiante come quella americana.

E tra le molte occasioni perdute dalla borghesia nella sua discontinuità intellettuale, di essere stato e di essere ancora oggi un prodotto quasi perfetto.

l'Unità

Un quotidiano utile di Politica, Economia e Cultura

ABBONARSI ...È COMODO

Perché ogni giorno ti sarà consegnato il giornale a domicilio e se vorrai anche in vacanza.

...È FACILE

Perché basta telefonare al numero verde 800.254188 o spedire la scheda di adesione pubblicata tutti i giorni sul giornale.

...E CONVIENE

ABBONAMENTO ANNUALE

7 numeri	510.000	(Euro 263,4)
6 numeri	460.000	(Euro 237,6)
5 numeri	410.000	(Euro 211,7)
1 numero	85.000	(Euro 43,9)

ABBONAMENTO SEMESTRALE

7 numeri	280.000	(Euro 144,6)
6 numeri	260.000	(Euro 134,3)
5 numeri	215.000	(Euro 111,1)
1 numero	45.000	(Euro 23,2)

