ex libris

-Parole diverse
per cose uguali
In paese dicevano
braciola mai bistecca.
In convento avrebbero detto
certamente bistecca,
ma non ce ne fu mai occasione.

Dolores Prato Le ore

il calzino di bart

Tutti in Famiglia, dagli Antenati ai Simpson

Renato Pallavicini

E poi dicono che l'eroe è un solitario! Nei fumetti e nei cartoni animati non lo è quasi mai. Addirittura non si accontenta di un antagonista, di una spalla o di un compagno, ma tende al gruppo, alla famiglia. Topolino vuol dire Minni, ma anche Pippo, Pluto, Orazio e Clarabella. A Paperino non basta Paperina e non è nulla senza Qui Quo Qua e Zio Paperone. E Tex senza i suoi «pards» cosa sarebbe? L'uomo di carta (e il suo sostituto antropomorfo) è un animale sociale, da solo non fa storia: neanche a fumetti.
William Hanna, scomparso il 22 marzo scorso, assieme all'altra metà della ditta Hanna & Barbera ha dato vita alle famiglie più celebri della storia dei cartoon televisivi e senza Flintstones e Jetson (da noi felicemente ribattezzati come Antenati e Pronipoti) non esisterebbero i Simpson; senza il mitico urlo di Fred Flintstones «Wilma dammi la clava!» non avrebbe senso l'ingiurioso «Ciucciami il calzino!» di Bart Simpson. Hanna & Barbera fecero di necessità virtù. Con lo scarno capitale dei loro studios appena nati s'inventarono una tecnica di animazione semplice e poco costosa, ma inventarono anche la sit-com animata. Furono un successo l'una e l'altra, tanto che i Flintstones furono il primo cartoon a guadagnarsi il «prime-time» televisivo.
Il gruppo è un po' la famiglia degli adolescenti, il sostituto della famiglia che quell'età, di solito, rifiuta. Quando agli inizi degli anni Sessanta i supereroi classici dei comics americani entrarono in crisi, Stan Lee e la Marvel crearono i supergruppi a fumetti: Fantastici Quattro e X-Men. C'erano dentro molte delle pulsioni, dei rifiuti e delle aspirazioni degli adolescenti dell'epoca. Che poi, passati i decenni, più o meno sono sempre gli stessi. Le cinque ragazzine di *Witch*, il

nuovo fumetto targato Disney sono cinque ragazzine tredicenni e poco importa che siano delle streghe. Will, Irma, Taranee, Cornelia e Hay Lyn (mettete insieme le iniziali dei nomi e avrete Witch) sono alle prese con i problemi della loro età: famiglia, amicizie, amore e scuola. Politicamente corrette (figuriamoci! in casa Disney non può essere altrimenti), vestite alla moda, con gli occhioni grandi in stile manga, combattono a suon di magie e di incantesimi. Dopo l'uscita nel nostro paese (il primo numero del nuovo mensile, tirato in 150.000 copie, sarà nelle edicole il 3 aprile prossimo), la serie arriverà anche sui mercati di Germania e Nord Europa. *Witch*, come già *Pk* e *Topolino Mistery Magazine* è un progetto tutto italiano. Rinnova e porta avanti una grande tradizione, quella dei «Disney italiani», un'altra grande famiglia che ha fatto, spesso, meglio della sua omologa americana.

l'Unità ONLINE nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

orizzonti

idee | libri | dibattito

l'Unità ONLINE nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

civiltà d'Italia

Il Miracolo di Verezzi

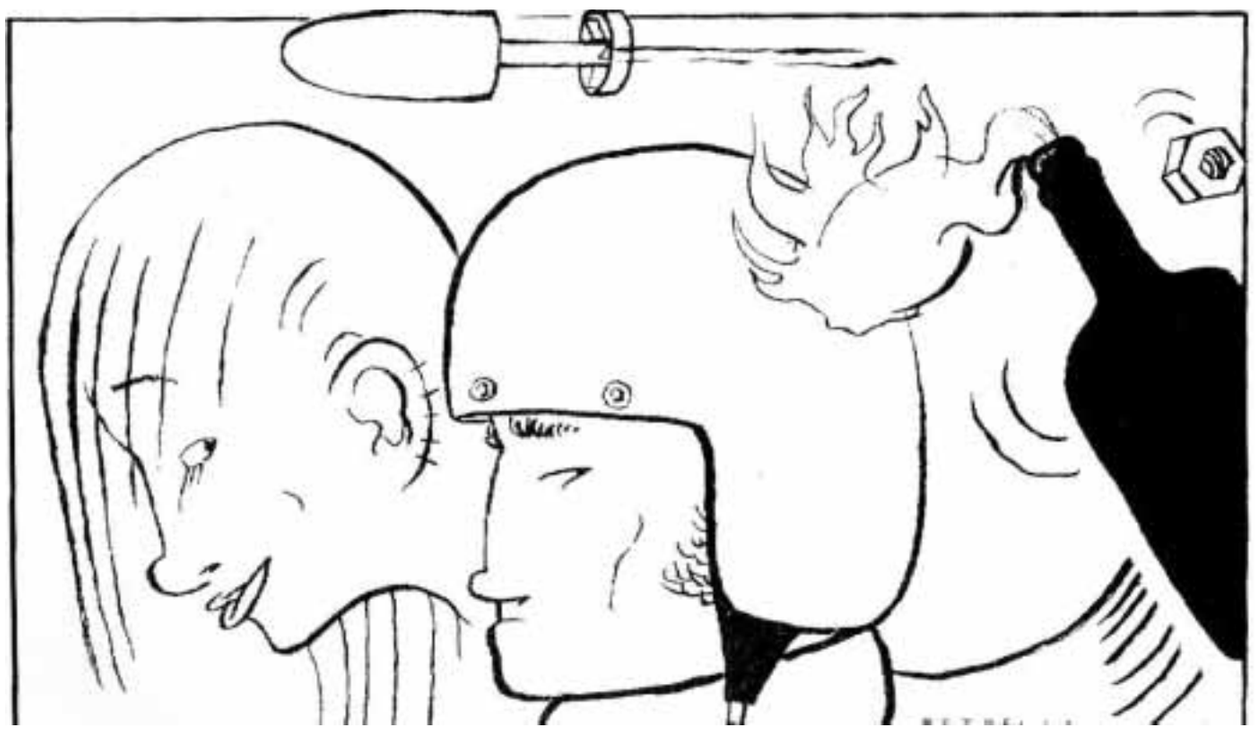
GINA LAGORIO

Tra Savona e Imperia, nella Liguria di Ponente, passato il promontorio della Caprazoppa, s'imbocca il rettilineo che porta a Borgio Verezzi, un unico nome per un binomio, perché Borgio è il paese che si allarga in riva al mare, Verezzi il gruppo di case così abbarbicate al costone roccioso quasi verticale che fa da quinta al paese, da sembrarne una naturale escrescenza, pietra su roccia, natura e storia quasi fuse insieme.

Borgio è pacifica, chiara, comoda nelle abitazioni, nelle vie e negli orti: da passeggiare nel sole d'inverno e da godere durante la calura estiva nei bagni di mare. A Verezzi invece la terra è avara: gli ortaggi sono scarsi, ma i carciofi sono tra i più saporiti di Liguria; tra gli alberi predominano gli ulivi. Contorti, tormentati, frusti e patetici stanno immobili nel sole, mostrando nella sofferenza del tronco i segni delle lotte con i venti marini. Verezzi è un borgo saraceno, del tempo in cui le popolazioni si arroccavano in alto per difendersi dalle incursioni che arrivavano dal mare. Le case di Verezzi sono simili per questo agli ulivi, battute dal tempo e cresciute secondo le necessità, tutte angoli, slarghi improvvisi e giravolte brusche: non ce n'è una che sia nata com'è tutta in una volta: sono corpi sovrapposti, addossati o rinnovati in epoche successive, forse quando un figlio si sposava e la roba era cresciuta. E tutte hanno il tetto a terrazza, come le case arabe appunto, cosicché volendo si può girare a Verezzi per tetti; talora un muricciolo li fa simili a piccole tolde di navi; talora vasi di rosmarino e di basilico - per il minestrone e le trenette al pesto - danno loro un'aria di orti domestici più che di giardini pensili. E la vista che offrono è di quelle che inducono al silenzio e persino alla preghiera. Ho spesso pensato che ci sono luoghi che aprono l'anima di chi vi si aggira a possibilità emotive nuove, misteriose e ineffabili come quelle che suscitano la poesia e la musica.

Borgio Verezzi è uno di questi luoghi o non si spiegherebbe la predilezione nel tempo di spiriti bizzarri, romantici o mistici o fantastici che l'han sentita come un'isola diversa all'interno della Riviera di Ponente. E non si spiegherebbe soprattutto che da trent'anni quest'isola privilegiata dai poeti e dagli innamorati sia diventata uno spazio teatrale. Il 26 marzo 2001 è stato inaugurato a Borgio il primo cinema-teatro italiano a uno dei maggiori artisti del nostro tempo, Vittorio Gassman. E a Gassman, in memoria, è stato assegnato il Premio Veretium che apre così la trentacinquesima edizione del Festival di Verezzi, entrato ormai nel calendario obbligato dell'attività teatrale italiana. In un clima di corale commozione l'hanno ritirato la moglie e i figli. All'inaugurazione ha partecipato infatti una vera folla di quelli che si chiamano addetti ai lavori: registi attori tecnici impresari, il mondo particolare di coloro che di teatro vivono e del teatro comunicano la parola. Un miracolo? Sì, se si ricorda che le autorità politiche civili e religiose - tutte presenti a Borgio - sono chiamate di solito a inaugurare luoghi volti all'utile immediato, nella saga quotidiana del consumismo e della globalizzazione. Quello che era dapprima la festa grande del teatro all'aperto nella piazzetta di Sant'Agostino a Verezzi o nella Cava o nelle Grotte preistoriche avrà così un contenitore capace di accogliere il messaggio del teatro del cinema della pesia e della musica in tutti i giorni dell'anno, in un ascolto che sarà certo meno suggestivo ma più difeso dai capricci delle stagioni.

Mentre ascoltavo i discorsi di chi si avvicendava sul palco appena inaugurato, dal sindaco al sottosegretario ai Beni culturali agli uomini di teatro, pensavo a due cose. La prima era amara e impertinente: che nelle città si chiudono le sale cinematografiche e che qui, in un paese di 2300 abitanti, se ne apriva una bellissima. La seconda, più importante, era che non avvengono mai i miracoli se non c'è chi sia capace di suscitarli e che perché un miracolo duri ha bisogno di radici lunghe. Ero seduta in una comoda poltrona e guardavo la bella struttura architettonica dovuta all'ingegno e alla serietà dell'architetto savonese Arturo Gabarria Misterangelo, sentivo intorno a me i commenti di personaggi famosi e della gente del posto e non potevo non pensare al giorno lontano in cui il sindaco che ci ha accolto in questo giorno memorabile mi aveva parlato del sogno che aveva in cuore: fare del suo villaggio di pietra e di vento di storie marine e di leggende medievali un luogo deputato alla magia della parola. Per quasi trent'anni il ragazzo che allora mi parlava, Enrico Rembado, ha retto l'amministrazione comunale affrontando di tutto, dalla derisione all'ostilità, dalle trappole faziose di pochi all'ottusa indifferenza dei più. Ma quel ragazzo che aveva occhi azzurri e capelli biondi e oggi è canuto, ma il sorriso ha conservato quell'innocenza fanciulla, ha vinto, io credo, proprio per l'assurdità apparente del suo sogno una delle sfide, forse la prima, del nostro tempo: far capire che per vivere non basta campare, che consumare non vuol dire salvarsi, che per vivere da uomini liberi non basta la legge del mercato, che non c'è convivenza civile senza cultura, che senza la memoria tramandata dalla storia e dall'arte non c'è speranza di futuro.



Un disegno di Marco Petrella

La radical-chic senza le Nike

Stefano Pistolini

Ritratto di Naomi Klein, leader del popolo di Seattle, il movimento della nuova-nuova sinistra. Ma è veramente nuova?

Si autopresenta come «nuova-nuova sinistra». È il movimento antiglobalizzazione nato nelle università del nordovest americano a fine anni Novanta, rimbalzato nelle capitali europee e ancora caotico negli obbiettivi e indeciso sulle forme di lotta. Una sinistra nuova-nuova che pone l'enfasi sull'informazione anziché sull'ideologia, come si deduce dallo slogan «Internet si è svegliata». Ma anche un movimento che ancora non sa presentarsi bene in tv: troppo segmentati i suoi fronti rispetto, ad esempio, alla mobilitazione per il Vietnam, che sul piccolo schermo aveva splendido impatto soprattutto con le sue facce. Già: la nuova-nuova sinistra internazionale è a corto di leader e di volti, le mancano gli Abbie Hoffman e i Daniel il Rosso. Almeno fino a pochi mesi fa: quando è spuntata Naomi Klein. Che, nel volgere di un paio di stagioni, s'è trasformata nella più accreditata cronista della montante onda antiglobalizzazione. A Naomi, 31 anni, nata e residente a Toronto, piace definirsi «giornalista-attivista». Dice di temere le folle e le adunate e di voler partecipare soprattutto scrivendo. Lo fa da quindici anni, prima per riviste locali, oggi per il «Globe and Mail» - il quotidiano di Toronto - con una serie di articoli puntualmente ripresi in una dozzina d'altri paesi. E ora lo fa anche con «No logo», un libro che è stato etichettato «il "Capitale" del movimento anti-multinazionali». Un cult per gli under-30 d'oltreoceano che presto uscirà anche in Italia.

Il solco nel quale Naomi intende collocarsi è quello di Gloria Steinem, Norman Mailer e soprattutto di Susan Faludi. Di sicuro ormai non c'è vertice mondiale che non preveda un seminario parallelo in cui è lei a offrire la sua versione dei fatti. Ed è lì che pubblico e stampa si assiepano, convinti così di poter cogliere la temperatura di un movimento che sta acquisendo visibilità e rappresentatività. «Quando si accusa il movimento anti-globalizzazione di mancanza di visione, non si tiene conto che siamo davanti a un progetto diverso da qualsiasi cosa vista prima», dichiara lei in difesa di quello che giudica un esperimento ancora in via di definizione. «La mobilitazione anti-globalizzazione è la grande chance per la nuova-nuova sinistra internazionale. Siamo solo ai primi passi, anche se è già riaffiorata una parola che era diventata invisibile: "capitalismo"».

Dunque, lavori in corso per un anticapitalismo su base socio-ambientalista: «A inizio anni Novanta le voci giovanili di sinistra dicevano: fermate il mondo voglio scendere. Erano negative e regressive. Al tempo stesso brandelli del patrimonio della sinistra, come il femminismo e i diritti degli omosessuali, diventavano chic e ci venivano scippati da multinazionali come Benetton, Gap, Apple». Naomi stessa è stata a lungo una vittima delle multinazionali del consumo: da ragazzina era una «mall rat», una fissata dei centri commerciali. I suoi genitori sono americani, trasferitisi in Canada per protestare contro il Vietnam. Lui è un dottore, lei una militante femminista. «Soffrivo dei complessi dei teenagers anni Ottanta: non avevamo una nostra cultura, niente per cui infiammarci. Solo Madonna e Cindy Lauper». Insomma, Naomi realizza che l'unico modo per salvarsi dalla totale omologazione sia interessarsi a qualcosa di diverso. Nel dicembre '89, la catarsi: un uomo entra nella facoltà d'ingegneria dell'università di Montreal. Prende una gran quantità di ostaggi, li separa in base al sesso e al grido «Siete tutte maledette femministe» uccide 14 donne: «Mai accaduto niente del genere nella storia del Canada. Non è l'America, non è previsto un simile gesto d'odio. Per reazione, tanti giovani come me hanno sviluppato una coscienza politica». Naomi comincia a scrivere sulle riviste studentesche i suoi punti di vista sulle regole che governano il mondo: «Un altro episodio-chiave della mia crescita è legato al fatto che sono ebrea. Durante l'Intifada scrissi un articolo in cui sostenevo che l'occupazione dei Territori dovesse avere fine non solo per i palestinesi ma per gli israeliani stessi. Gli studenti ebrei della mia università accolsero malissimo l'articolo e si riunirono per decidere che posizione assumere. Io, approfittando del fatto che nessuno mi conosceva di persona, andai a quell'assemblea e quando la ragazza seduta vicina a me sussurrò "se prendo questa Klein la uccido", mi alzai urlando: "Sono io Naomi Klein, ho scritto l'articolo e sono ebrea quanto voi". Ci fu un grande silenzio. Sono uscita da quell'aula con la consapevolezza che ciò in cui credi lo devi dichiarare fino in fondo».

Nel '95 Naomi torna all'università per finire il corso di laurea: «Ho trovato questa generazione di giovani radicali pronta a sostenere il proprio attivismo politico con l'analisi economica e con la decodificazione dei nuovi poteri». Nel dicembre '99 arriva il Wto di Seattle e i riflettori s'accendono su una protesta di cui il mondo ignorava l'esistenza: «Sono rimasta sorpresa dalla militanza che ho visto, tanto più trattandosi degli States. Ma erano vagiti: possono sfociare nel caos oppure crescere e diventare qualcosa di nuovo».

Con «No Logo» Naomi mette sotto accusa la politica di violenta espansione commerciale prodotta dai grandi marchi attraverso l'ossessiva diffusione dei propri prodotti: «I loghi oggi sono la cosa più vicina a un linguaggio internazionale, visto l'impatto e l'ubiquità che possiedono». La maggioranza dei sei miliardi di abitanti della Terra riconosce il logo McDonald's o quello della Coca-Cola: siamo tutti uniti da ciò che ci vendono. Ibm non vende computer ma «soluzioni». La Nike mette sotto contratto Tiger Woods, il giocatore di golf più famoso del mondo e riempie le città americane di cartelloni con la sua foto e il messaggio: «Ci sono campi da golf dove non posso giocare per il colore della mia pelle». Un secolo di battaglie politiche si comprimono in uno slogan pubblicitario. Impossibile sfuggire.

Intanto qualcuno, in un angolo del mondo, deve produrre. Se consumiamo più prodotti di quanti l'uomo ne abbia mai consumati nella sua storia, qualcuno deve fabbricarli. In «No Logo» la Klein osserva il significativo «cambio d'attitudine tra un recente passato nel quale le grandi aziende esponevano i loro giganteschi loghi su tutti i loro stabilimenti e il presente in cui la produzione è considerata un segreto aziendale». Quel che è documentato è che i prodotti dei grandi marchi nascono nelle aree calde del libero commercio - Cina, Messico, Filippine, Indonesia - di solito in condizioni di lavoro oscene. La Klein racconta una visita in uno stabilimento a Cavite, Filippine: il regolamento vieta ai dipendenti di parlare tra loro. I bagni sono accessibili a orari prestabiliti (le lavoranti alle macchine da cucire sono costrette a urinare in sacchetti sotto il sedile). E soprattutto vige il «No work, no pay», il blocco dei salari allorché gli ordini languiscono.

Ma i problemi dei nuovi scenari del lavoro non si limitano al Terzo Mondo. Europa e America sono al centro di uno straordinario aumento d'instabilità nelle opportunità giovanili. Gli anni Novanta sono stati quelli del «McJob», il part-time a basso compenso, senza assistenze e di scarsa affidabilità. Così, quando il consumatore spegne la tv, non gli ci vuole molto per capire che la vita vera è meno luccicante di quella degli spot. Ma può ancora decidere di riappropriarsi dei propri consumi. «L'attivismo contro le grandi corporations monta proprio perché le grandi corporations sono diventate tali», sostiene la Klein rispolverando il vecchio adagio marxista secondo cui il capitalismo contiene in sè il seme della propria distruzione: «Nike, Microsoft e compagni apparentemente sono i mecenati di quanto di buono c'è nella nostra società: arte, sport, condivisione». Così il consumatore si trasforma in una specie di fan. Per questo, al momento in cui una megacorporation viene colta in fallo, la sua caduta sarà rovinosa. I fans non perdonano. La Klein parla da ex-ultraconsumatrice: «Quando una forma di tradimento viene alla luce, da un lato partono i mattoni come contro le vetrine di McDonald. Dall'altro lato emerge il desiderio di riappropriazione: "Voglio che consumare torni a essere un'azione priva di monitoraggi". La questione s'intreccia con quella della privacy: Rivoglio la mia libertà. Se non mi viene restituita smetterò di comprare i prodotti di chi non mi rispetta». Il pubblico in due parole, comincia a guardare dietro le facciate e le luci sfavillanti. E quel che vede può non piacergli affatto.

On line

È su Internet che il movimento anti-globalizzazione gioca al meglio la sua partita. «No Logo» è un sito in progress (www.nologo.org/), coordinato dal gruppo di attivisti anti-multinazionali in cui si riconosce Naomi Klein. Prevede un aggiornamento continuo sulle principali questioni aperte sul tavolo del globalismo (Nafta, Free Trade, l'imminente appuntamento di Quebec City) e invita i visitatori a contribuire con segnalazioni. Uno spaccato ancora più documentato di come il movimento stia prendendo vita da una capillare frammentazione geografica, si ha visitando www.indymedia.org. Ne esiste un terminale in italiano (http://italy.indymedia.org/. Infine il sito americano "A16", che prende il nome dalla data di un celebre incontro tra potenti della Terra a Washington.