

La mia anima è piena di microfratture. Sono i piccoli traumi nascosti, dimenticati, che tornano ogni tanto, quando l'anima è sotto sforzo, quando non te ne accorgi

Carlo Bordini  
«Microfratture»

fetici

## REPLICANTI SÌ, MA SOLO SE ABBAIANO

Maria Gallo

Se potessimo elargire un premio agli attori che hanno recitato in Blade Runner, l'onorificenza non toccherebbe a Harrison Ford o Rutger Hauer ma al gufo che staziona con somma indifferenza nelle sale della Tyrrell Corporation. Dalla naturalezza con cui si muove sulla scena si direbbe persino che non abbia avuto bisogno di lunghe ore in sala trucco: gli è bastato esibire un piumaggio perfettamente pettinato e uno sguardo fluorescente per offrire la sua migliore interpretazione di animale «replicante». Il personaggio gufo, nella finzione della storia e tra il pubblico reale, sembra suscitare simpatia e nessun orrore. Perché, allora, piovono tante critiche e antipatia su Aibo (il primo cane/robot di Sony), Tama (il gatto/robot della compagnia giapponese Omron), Macaron e Latte (nipotini di Aibo) e tutti i loro confratelli? Tanta diffidenza si può spiegare solo con il timore che essi sostituiscano, un giorno, i veri Fido e Silvestro. O che un essere umano possa, oggi, provare dell'affetto per queste sculture meccaniche semoventi.

In realtà la qualità non proprio eccelsa del loro aspetto dovrebbe, per lo meno da questo punto di vista, rassicurare i più timorosi. Il loro fisico infatti non invita molto alla carezza e al buffetto. Aibo e i suoi fratelli sono ancora troppo «oggetti», sono ancora delle cose. Sui loro giunti e sulle loro superfici gli ingegneri e i designer hanno preferito lasciare le stimmate della meccanica, nascondendo però, per pudore e per sicurezza, bulloni e circuiti. Ma nonostante i progettisti abbiano resistito alla tentazione della pelliccetta sintetica è inutile negare che i proprietari degli animali robot, molto probabilmente, si affezzeranno a questi compagni meccanici. E se qualche osservatore esterno troverà scandaloso sorridere a Macaron bisognerà ricordargli che l'Italia è piena di perversi che accarezzano trepidanti l'automobile appena uscita dal concessionario, per non parlare di quelle gentili signore pronte a trasformarsi nell'orribile Hulk per difendere l'incolumità della tazzina del servizio buono. Affezionarsi agli oggetti, inutile negarlo, non solo è possibile, ma è «naturale». Se poi questi oggetti, piuttosto che cercare una propria identità, preferiscono utilizzare i loro quindici gradi di libertà (così nell'ultima generazione di animali/robot) per avere movimenti più naturali della testa e degli arti, non possiamo che biasimarli per la scarsa fantasia. In compenso, ospitando un maggior numero di sensori - sulla testa, sotto le zampe, sulla coda - possono reagire meglio agli stimoli tattili. Telecamere e microfoni completano il loro profilo di attenti guardiani domestici. Così non avranno bisogno di arrivare «ai bastioni di Orione» e neanche alle «porte di Tannhauser» per vedere cose inimmaginabili. Per impressionare la loro memoria gli basterà osservare una delle nostre giornate di ordinaria umanità.



**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

Segue dalla prima

L'estetica padana, come l'ideologia che la sostiene, però è ambigua. Perché da una parte pesca a piene mani in mitologie ed iconografie del nord Europa ma poi si rivolge ad un popolo, della pianura e delle valli, che ha tutt'altri miti e riferimenti. Prendete il pittore Luigi Regianini, classe 1930, diplomato in scultura all'Accademia di Belle Arti di Brera, già direttore, nel 1998 della prima Biennale d'arte padana: annuari e cataloghi d'arte lo definiscono «pittore surrealista» con all'attivo 250 esposizioni, in Italia e all'estero. Eppure, citano ancora biografie e risvolti di copertine, è molto legato a Costalta, località in provincia di Belluno, nel Cadore, e paese natale materno dove ama trascorrere vacanze e periodi di riposo.

Tra i suoi quadri ce ne sono alcuni dedicati a questo bel paese del Comelico, ai piedi delle Dolomiti, dove si parla un dialetto ladino. Sono pieni, quei quadri, di prati, malghe, crocifissi, picchi dolomiti, cori e stelle alpine come ne *Il canto della montagna*, tela del 1986; o come in *Al Papa a Costalta*, un olio del 1983 in cui Regianini ha immortalato la visita di Giovanni Paolo II da quelle parti, sullo sfondo corrusco e un po' orrorifico di un Cristo sanguinante e di un orda di dannati. Più che surrealiste le sue tele sono inquietanti.

Comunque lontane, per quel tocco di ruspante naïveté, dalla retorica muscolare dei guerrieri e delle saghe celtiche. Insomma siamo piuttosto dalle parti di fiabe e leggende di montagna come quelle raccolte da Carlo Felice Wolff nella celebre raccolta delle *Fiabe dei Monti Pallidi*.

E così, mentre Bossi insiste con guerrieri, spadoni e alabarde, con ampole e acque sacre, la nave rimorchiatata in mare aperto del Regianini (a parte che assomiglia un po' troppo al Titanic dall'inausto destino) più che la potenza visionaria dei wagneriani vascelli fantasmici, con quelle scritte didascaliche, ricorda l'ingenuità di certi ex-voto. Però... c'è un però. Ed è che la retorica leghista e le esternazioni di Bossi, da tempo, hanno abbandonato le sponde di un folklore magari un po' greve, puntando la rotta verso lidi assai pericolosi.

Si fanno soccorrere e guidare da una bussola estetica che riveste di metafore immaginifiche precisi atti e prese di posizioni politiche. «Stiamo trainando una nave - ha dichiarato in un'intervista (*La Padania*, venerdì 1 marzo) - che gira su se stessa e che dobbiamo tirare finché la sua prua non sarà rivolta verso l'uscita del porto. La rotta poi ce l'abbiamo tutti in testa... la Lega - continua - deve far girare quella nave in un piccolo specchio di mare, evitando che sbatta contro il molo delle isti-

Sono opera del pittore Luigi Regianini: dai panorami alpini del Cadore ai fondali esibiti sul palco del congresso



tuzioni, gli scogli della giustizia, i bassifondi dell'economia». Istituzioni, giustizia ed economia diventano, dunque, scogli, ostacoli, bassifondi da evitare. Sarà allora venuto il momento che alle immagini retoriche corrispondano non solo i fatti politici ma anche un'iconografia adeguata, del tipo di quella vista al recente congresso, con tanto di gadgettistica in vendita: spille, fazzoletti, foulard, magliette e quant'altro. Ma qui siamo ancora nel campo del merchandising e l'obiettivo è più alto: quello di un'Arte Padana. Il sito ufficiale della Lega ci informa che si è ricostituita la prima delle associazioni padane: l'associazione Arte Nord. Tra i suoi obiettivi c'è il rilancio del Teatro Padano e la riorganizzazione dei settori artistico, letterario e musicale, senza sottovalutare fotografia e cinematografia. Per combattere questa battaglia servono «guerrieri» che, al momento però, sembrano scarseggiare (a parte il solito Regianini).

Da qui l'appello lanciato dall'associazione: «Se siete attori, pittori, scultori, autori di testi musicali e letterari, animatori del comparto teatrale e cabarettistico, scenografi, autori in lingua locale di testi teatrali, fotografi, cineoperatori, soggetti dotati di particolare creatività oppure attenti organizzatori di eventi spettacolari, contattateci!». Ci manca uno Zio Umberto col dito

puntato e che esorta: «Arruolati la Lega ha bisogno di te!». Così, mentre Bossi tuona contro il superstato Europa, una volta definito nazista e la volta dopo stalinista, l'arte padana, abbandonate le tranquillizzan-

ti valle alpine, strizza l'occhio proprio all'armamentario dei linguaggi di propaganda del nazionalsocialismo (con qualche spolveratina di realismo socialista). E allora il braccio teso del guerriero celtico qualche allarme lo desta.

Anche perché nelle adunate, congressuali e no, di Lega e destra, è del tutto assente il purché minimo accenno di ironia e di autoironia (a parte le tremende barzellette di Berlusconi o i suoi racconti sui mancati lunedì amo-

rosi del premier, dedicati invece alle cene con Bossi). Sembrano prendersi troppo sul serio e prendere tutto sul serio, anche un'iconografia che meriterebbe di finire nel cestino.

Renato Pallavicini

Non è solo folklore ma un immaginario estetico di stampo nazista chiamato a sostenere una politica pericolosa



## Arte di bassa Lega

Il guerriero celtico e (sotto) la nave alle spalle del palco del congresso della Lega. Sono opere, come il dipinto a sinistra, del pittore milanese Luigi Regianini



*Guerrieri biondi e navi che spezzano ormeggi come fossero catene: ecco l'iconografia leghista tra ingenuità e saghe celtiche. Una miscela di kitsch e ambigui richiami*

parole

## Amore e odio: «new age» da premier

Stefano Pistolini

La parola amore esiste. Parola di Silvio Berlusconi, gran visnù del gregge italico. Ce l'ha detto a sorpresa, in un convulso weekend di contestazioni, dibattiti e confronti. Lui ha scelto la terza via: ma quali cortei... è solo questione di «amore». E, guarda caso, l'amore ce l'ho io, nei magazzini di Forza Italia. Se non si è rotto il cielo politico, perlomeno lo scalagnato popolo dei fricchettoni imbiancati ha rialzato lo sguardo con una scintilla d'orgoglio: «Lo dicevamo noi...». Ma no, ragazzi. Ma quale rivisitazione della parabola hippie, ma quale lancio in grande stile di una «primavera dell'amore»: il premier ha solo fatto di testa sua. Sicuramente ha alzato il sopracciglio quando s'è visto sottoporre dai *ghostwriter* quel discorso eccentrico, tanto più dal momento che doveva spalmarlo su un'arcigna platea di industriali, in un improbabile, elettorale rito propiziatorio del solito matrimonio d'affari nord-sud. Ma poi col suo vecchio spirito da chansonnier, avrà fatto un sorrisetto pensando: «Perché no?». Gli intrattenitori di razza si riconoscono dal coraggio nei momenti difficili. Sarà pur vero che la platea veneto-pugliese l'ha osservato bovinamente mentre con quel detour inatteso Silvio esplodeva nella più bizzarra interpretazione degli scenari che si ricordi nella sua pur scoppiettante carriera di oratore. Ma i media sono piombati come falchi su quell'uscita da Berlusconi-millennium, su quell'ennesimo rimescolamento delle carte della comunicazione che di colpo apparentavano l'articolo 18 dello Statuto dei Lavoratori con il té ayurvedico.

All you need is love come dicevano i Beatles - anche se valutando accuratamente, nel quartetto di Liverpool la Casa delle Libertà di voti ne avrebbe presi pochi: John era un comunista creativo, Ringo non sa neppure cosa vuol dire andare a votare, George guardava ostinatamente a Oriente, magari due chiacchiere Silvio riusciva a farle giusto con Paul McCartney, almeno fino a quando quello non tirava fuori l'erba. «Tutto ciò di cui hai bisogno è amore», ricacciando la ringhiosa valanga rossa dell'Opposizione tutta in braccio a quei mezzi delinquenti dei Rolling Stones (*Simplicity for the devil*). Possono inscenare tutte le manifestazioni di piazza che vogliono, ha detto il Berlusconi al patchouli, tanto l'amore è qui dalla nostra parte, in questa sala (con gli industriali veneto-pugliesi, insomma). Dall'altra parte c'è solo l'odio e i cattivi, si sa, alla fine di una fiction che si rispetti o si impiccano o al massimo riparano in esilio.

Ecco fatto: nel sempre più variopinto campionario espressivo del leader della maggioranza è spuntata una nuova variazione, che chiameremmo *new age*, non fosse che Berlusconi - profeta e precursore della comunicazione semplificata - pare già situarsi oltre il culto dei quattrini e il Feng Shui. Lui, e chi elabora le linee oratorie per lui, con l'uscita sull'amore - termine invero desueto e assente dallo scenario politico italiano da chissà quanto tempo e chissà perché - prova a tastare la reazione di un auditorio popolare già stanco e vagamente stonato, sottoponendogli un appiglio sloganistico semplice, sempre condivisibile, che s'insinua nel calpestato spirito di comunità psicosociale del Paese. Siamo dalle parti dei 7 chili in sette giorni, del compri prima paghi dopo, del «ma che ce frega», della vacanza mordi e fuggi, degli italiani popolo di single, della donna di stagione «vampira dark» e di un popolo di figli delle campagne ombre e calabre che si nutre con malcelato imbarazzo di sushi e sashimi. Anzi di post-sushi, qualcosa che si compra a nove euro e novantanove centesimi in un supermercato del Cavaliere, dopo averne visto la pubblicità su una tv del cavaliere, amplificando il messaggio del cavaliere: «Cerca l'amore: col conveniente sushi confezione family, effetti afrodisiaci garantiti». Il tempo di mettere a letto i bambini e l'Italia potrà amarsi. Con l'avvertenza, si prega, di lasciare i televisori sempre accesi.