

Generale la guerra è finita...
dietro la collina
non c'è più nessuno
solo aghi di pino e silenzio
e funghi buoni da mangiare,
buoni da seccare, da farci il sugo
quando viene Natale,
quando i bambini piangono
e a dormire
non ci vogliono andare

«Generale»
Francesco De Gregori

il calzino di bart

DAL GIAPPONE ALL'AMERICA, PER FUMETTI E PER MARE

Renato Pallavicini

Questo è un calzino un po' speciale, fuori taglia e colore, intonato al Natale e a questa pagina. Invece del classico «calzino di bart» vi proponiamo un «calzino di natale» (anche se calze e calzini, secondo tradizione, si regalano alla Befana. Ci mettiamo dentro un po' di consigli per fumetti, illustrazioni, immagini, figure e figurine da regalare, leggere e vedere: una manciata di leccornie che potete trovare in giro per negozi e per l'Italia. Fumetti. Le proposte natalizie, in edicola e in libreria, sono tante, ma noi vi suggeriamo di dedicare un po' del vostro tempo (e dei vostri soldi) ad un autore soltanto: Jiro Taniguchi. In una lontana città (Coconino Press, pagine 208, euro 14,00) è il

primo di due volumi in cui quest'autore giapponese racconta una storia legata ai ricordi di scuola. Il protagonista, un uomo di 48 anni, si ritrova improvvisamente proiettato nel passato a rivivere i suoi 14 anni. Taniguchi ci ha abituato con i suoi lavori precedenti (*L'uomo che passeggia*, *L'olmo*, ambedue editi da Planet Manga) ad uno stile narrativo e grafico minimalista e ad atmosfere rarefatte. Ma è anche capace di grandi affreschi storico-culturali come in *Ai tempi di Bocchan* (mega-saga in corso di pubblicazione dalla Coconino Press) e di fantastiche metafore, come nel caso di *Icaro* (ancora edito dalla bolognese Coconino), scritto assieme a Moebius. Se non li avete ancora letti, procuratevi

questi piccoli capolavori che vi aiuteranno a scoprire - contrariamente al pregiudizio comune - quanto siano bravi i giapponesi a fare fumetti e quanto i «manga» siano capaci di raccontare con delicatezza e sensibilità storie, sentimenti e passioni. Sempre in tema di fumetti, ma solo in parte, da non perdere assolutamente è la mostra *Metamorfosi* (Castel S. Angelo a Roma, fino al 31 gennaio 2003) che raccoglie una cinquantina di opere di Guido Buzzelli. Buzzelli, morto prematuramente dieci anni fa, è stato uno dei più grandi nostri illustratori. Autore anche di originali ed innovative storie a fumetti, è noto per le sue tavole satiriche. *Segue a pagina 31*

In basso a sinistra un presepe napoletano e, a destra, particolare dei magi di Benozzo Gozzoli

Firenze città aperta
i giorni del
Social Forum

in edicola
con l'Unità
a € 4,50 in più

orizzonti

idee | libri | dibattito

Bruno Gravagnuolo

Ammettiamolo, quella del dono è una dittatura implacabile. Impossibile sottrarsi. Soprattutto a Natale, festività della natività e del re-inizio, che sembra fatta apposta per rinsaldare aspettative sociali, riconfermando i vincoli affettivi per il tramite «coatto» dei regali. Certo, come dice anche il Pontefice, il baraccone mediatico che circonda la festa, essicca ormai il significato più intimo e sacrale dell'evento nativo. Dal quale la cristianità, e la storia stessa dell'Occidente - che conta i giorni dall'Incarnazione - prende avvio. Consumando, in una donatività medioevale e pacchiana, persino un rito d'esclusione. L'esclusione di chi «prossimo» non è, e vive lontano dall'opulenza, senza il conforto della famosa *Teene* occidentale, che non è né gratis né donativa. Visto, ad esempio, che i farmaci anti-Aids hanno un prezzo di mercato. Nonché royalties da onorare. E non c'è Santa Claus che tenga a riguardo, per il governo e le multinazionali Usa, prodighi invece di strategie militari e imperiali in questa fase.

È allora, una piccola riflessione sul dono si impone oggi. In un momento segnato da angosce recessive in economia e corposi fantasmi di catastrofi belliche e interetniche, passata la sbornia fideistica sulle magnifiche sorti e progressive del «dopo 89» liberista. Una riflessione per sottrarsi al tran-tran natalizio e intendere che cosa è in gioco nell'atto di donare. Che cosa chiediamo agli altri nel celebrarlo. E chi ne rimane tagliato fuori. E quello che tentiamo di fare in queste pagine, fotografando il dono da angolature diverse, scientifico, artistico, letterario, antropologico. Intanto, fin dagli anni venti, ce lo ha spiegato in un celebre saggio Marcel Mauss il senso del dono: spreco, distruzione creatrice a tempo debito festivo. Regolati altresì da una ferrea grammatica comunitaria. È una trasmissione di forza, il dono. Veicolato da un oggetto materiale e simbolico che induce chi riceve a ricambiare. Colui che dona infatti sfida il ricevente a restituire. Mette un'ipoteca sulle sue capacità elargitive, provoca e verifica la sua forza e il suo ruolo sociale. E il meccanismo

non è solo inter-umano, bensì metafisico. Perché la distruzione creatrice di beni nel *Potlach* irochese ha significato espiatorio verso gli Dei, e costringe il divino a rispondere. Ancora oggi nel diritto americano «Potlach» è un negozio giuridico che prevede un risarcimento doppio per il creditore. Perciò, nessuna *gratuità* nel dono, bensì un ferreo legame di reciprocità, sebbene non immediatamente *utilitario*, ma cosmico e rituale. La *gratuità*, è piuttosto appannaggio dei moderni, come retaggio dell'individualismo romantico e dell'amor che nulla chiede (ma già Dante sapeva di «amor che a nullo amato amar perdona»,

dunque dispotico). E la carità cristiana? Anche essa biunivoca e relazionale, a ben guardare. Perché inserita in una scena teologica. Dio ci crea per amore e pretende di essere riamato. Anche se poi Gesù, figlio del suo amore che si incarna, prescrive annullamento totale di sé nell'amore dell'Altro. Ma qui Nietzsche aveva buon gioco nel dire: un amore che si annulla in un'oblatività senza residui è sublime sino al «nichilismo perfetto». È pura fusionalità indistinta, una sorta di onnipotenza inermi e rovesciata, alla fine disumana. Insomma una patologia religiosa «troppo umana». Già, perché di contro il senso del dono (e

dell'amore come dono di sé) è esattamente quello di suscitare gratitudine. Di catturare con un regalo magari - il desiderio dell'Altro, e intrattenersi. Il dono è il *desiderio del desiderio* altrui, di quell'altro che ci è più *prossimo*. Perciò il dono è seduzione e sortilegio. Un trucco del potere? Sì, e tanto vale portarlo a trasparenza, farne un gioco manifesto, dirselo apertamente a vicenda, più che subirlo o subirne i ricatti. Includendo quanti più altri nel proprio giardino, e non solo a Natale. «Vi insegno l'amore del lontano» - diceva ancora Nietzsche - «dal prossimo c'è sempre qualcuno che è escluso». Aveva ragione da vendere.

L'arte del dono Vizi e virtù

Cosa si nasconde dietro il rito
dei regali natalizi?
Amore, egoismo, potere,
seduzione o soltanto
conformismo?

antropologia

Il marketing dei sentimenti

Marino Niola

Lo spirito di Natale soffia ormai sull'intero pianeta e tutti, cristiani e non cristiani, si apprestano a celebrare il rito globale di Santa Claus, grassoccio dio del consumo. È proprio un intreccio tra celebrazione religiosa e santificazione dello shopping la cifra del Natale contemporaneo, con la sua frenetica giandola di doni.

The Big swap, il grande scambio, così gli americani, chiamano questo business cerimoniale da migliaia di miliardi che coniuga Natività e marketing, economia e affetti familiari, spot melensiti e vere emozioni. Il fatto che festa ed economia, solennità religiosa e consumo vadano di pari passo non deve però meravigliare oltremisura. In un certo senso è sempre stato così almeno dall'avvento della rivoluzione industriale. I Goose Clubs dell'Inghilterra vittoriana e i Christmas Clubs americani, associazioni di lavoratori del primo Novecento, nacquero proprio come una sorta di casse di risparmio popolari che con il versamento di qualche spicciolo a settimana garantivano a tutti di potersi permettere l'abbuffata natalizia e l'acquisto di qualche regalo. Come Londra e New York, anche grandi città italiane potevano vantare le loro forme di «previdenza» festiva. Nei quartieri popolari di Napoli si usa ancora lasciare ogni giorno ai negozianti di generi alimentari delle piccole somme, a mo' di anticipo, nei mesi autunnali. Costituendo così un credito, un salvadanaio, per garantirsi l'abbondanza rituale. La vera differenza tra ieri e oggi sta nella dimensione dell'economia della festa.

Una volta l'unico tempo di consumo e di abbondanza era quello festivo, che introduceva un'eccezione lieta in una quotidianità dominata dalla scarsità e dal risparmio, quasi sempre forzato. Il nostro è invece un tempo di abbondanza e di consumi senza sosta. Come se il festivo avesse trascinatosi spalmandosi uniformemente su tutto il nostro tempo. Se il Natale dei nostri nonni andava acquistato in anticipo, giorno dopo giorno, il nostro lo prendi subito e cominci a pagare le rate a Pasqua. Tutto questo dà alla festa il profilo di questo tempo. Nel bene e nel male. Perché se noi possiamo consentirci un Natale al giorno, nei Sud del mondo il vecchio con la slitta non è mai arrivato.



iconografia

La Cabala dei Re Magi

Flavia Matitti

Chi non ha in mente la scena natalizia dei Magi che rendono omaggio al bambino, offrendogli i loro doni preziosi? Nell'arte occidentale il tema dell'adorazione dei Magi è uno dei più popolari, ma anche dei più complessi. È ai Magi, infatti, che Cristo manifesta, per la prima volta, la propria natura: umana e divina. Perciò, soprattutto nel Rinascimento, gli artisti, da Mantegna a Botticelli, hanno rappresentato i Magi nell'atto di ammirare la prova meravigliosa che Dio, incarnandosi, è nato con tutti gli attributi propri di un uomo. Ma questioni teologiche a parte, il soggetto è sempre stato molto amato dagli artisti anche per il suo carattere esotico, legato all'Oriente, mentre le sue implicazioni socio-politiche lo hanno fatto prediligere dai committenti: usato, a seconda dei casi, o per ribadire che il potere temporale deve sottomettersi alla Chiesa, o per ricordare che anche i ricchi e i potenti sono graditi a Dio. È per questo che, pur nella sua sacralità, il tema ha spesso un risvolto mondano, come nel mirabolante corteo dei Magi affrescato da Benozzo Gozzoli nel Palazzo Medici Riccardi a Firenze. I Medici, del resto, partecipavano vestiti da Magi alle fastose cavalcate organizzate in città il giorno dell'Epifania.

Ma chi sono in realtà questi Magi? Il tema trae origine da dodici versetti del Vangelo di Matteo, l'unico a ricordare l'episodio di alcuni *magusaiot* giunti da Oriente portando in dono oro, incenso e mirra. Matteo però non specifica né i nomi, né il numero, né dice che fossero re. Nell'arte paleocristiana e bizantina il loro numero è variabile, mentre l'abbigliamento è quello dei sacerdoti orientali di Mitra, con il tipico berretto frigio. Il termine greco, del resto, significava maghi e questo ha sempre creato un certo imbarazzo. È l'apologeta cristiano Tertulliano il primo a definirli re, per cui in seguito sono raffigurati con la corona e gli abiti regali. Dal numero dei doni, poi, si è dedotto che fossero tre, numero divino per eccellenza. Sempre nel corso del Medioevo, a simboleggiare l'universalità del messaggio, vengono associati alle tre parti del mondo allora conosciuto: Europa, Asia e Africa (di qui la tradizione del re «moro»), e alle tre età dell'uomo. E acquistano perfino un'identità: Gaspare, Melchiorre e Baldassarre, i nomi con i quali ancora oggi crediamo di conoscerli.

