

## ECCO IL NUOVO LOBO ANTUNES. MA DOPO I «MAGNIFICI SETTE» DELUDE

Michele De Mieri

I sessantaduenne scrittore portoghese Antonio Lobo Antunes è una delle personalità della letteratura mondiale che come pochi altri meriterebbe per la grandezza assoluta della sua opera un premio Nobel non solo politico, geografico o basato sulle distinzioni uomo/donna, poesia/prosa, noto/sconosciuto.

Addentrarsi nelle storie polifoniche di questo scrittore è un'esperienza totalizzante, un viaggio nella storia del suo paese - attraverso le reminiscenze di una dittatura pluridecennale e del colonialismo tardivo - ma dove il tema resta, sempre e comunque, il cuore dell'uomo, la miseria degli individui reiterata

dalla memoria dentro quella costruzione spesso altamente urticante che è la famiglia. Di questo, infinite volte e con una scrittura poderosa, sono fatti i romanzi di Lobo Antunes. Lì ho qui davanti, almeno i sette usciti in italiano a partire dal 1996 presso gli editori italiani Einaudi e Feltrinelli e, purtroppo, a fatica vi accosto questo ultimo *Che farò quanto tutto brucia?* (traduzione di Vittoria Martinetto, Feltrinelli, pp.526, euro 20).

Quando ti giunge tra le mani il nuovo libro di uno scrittore così straordinario eserciti con intatta impazienza quella facoltà di chiudere fuori tutto il resto del mondo circostante per gettarti tra i segni di quel solo

universo a creatore certo. Da quel ristretto nucleo di autori che fanno parte del gotha di ciascuno di noi ricavi ore intense che vanno a rinsaldare l'instabile affermazione che la letteratura è il mondo.

C'erano anche questa volta tutti i segnali che fosse un altro incredibile segmento di questo infinito fado lusitano a firma Lobo Antunes: c'è una famiglia che viene ben presto abbandonata da Carlos, il padre, che si dedica al suo travestitismo da drag queen in locali malfamati, con la madre, la povera e alcolizzata Judite che mentre va con altri uomini sogna ancora una passata carezza dal suo marito fuggito, e c'è Paulo, il figlio tossicodipendente,

che anni dopo tenta di ordinare piccoli ricordi e grandi dolori; è lui che, devastato dalle crisi d'astinenza, e sempre più confuso su tempi e luoghi, insieme alla sua famiglia naturale, ci racconta di quella adottiva, del giovane amante del padre e suo iniziatore all'eroina, ma i punti di vista, come sempre in Lobo Antunes, vengono prestati anche ad altri testimoni come l'infermiera Gabriela.

Sembrava un'altra dolente discesa agli inferi dentro cui balenano improvvisi e indicibili momenti di poesia, ma questa volta purtroppo non è così. Antonio Lobo Antunes chiede troppo al suo lettore anche più fedele e soprattutto chiede troppo anche a se stesso, alla sua

capacità di smontare e sminuzzare tutto il narrato in cerca di un brusio ancor più fitto e indistinto. Da questa protratta dissoluzione non riesce a farsi strada nessuna significativa poltiglia, e non sono i nessi che si bramano ma le fitte di coinvolgimento che stillavano da tutti i suoi sette precedenti romanzi. In *Che farò quanto tutto brucia?* resta troppo visibile il lavoro di smembratura che lungi da portare alle polifonie coinvolgenti e dolorose delle opere precedenti ci spalanca davanti solo l'impossibilità della sua lettura. Un peccato davvero, anche se coloro che vogliono ascoltare la voce di questo scrittore straordinario hanno a disposizione i precedenti sette libri.

narrativa

## Warhol, che grande affare è l'arte

Oggetti, moda, video e polaroid: alla Triennale una grande retrospettiva dell'artista

Paolo Campiglio

«Pop art significa apprezzare le cose» diceva Andy Warhol, e in tale affermazione è sottesa tutta la leggerezza della sua persona, il suo volere essere immagine, quasi disfarsi di ogni incombenza terrena e materiale per disperdersi in mille occupazioni. Così egli tentava tutto ciò che lo incuriosiva, si provava in ogni esperienza estetica che non coinvolgesse direttamente la persona nella condizione esistenziale, solo nel suo lieve passaggio terreno. Nota è la sua cinica frase: «morire è la cosa più imbarazzante che ti può accadere, perché qualcuno deve curarsi dei dettagli». Questa filosofia, tra l'autoironia e il cinismo, emerge chiaramente dalla grande rassegna retrospettiva alla Triennale di Milano dedicata alla star americana, una mostra che, come un virus, ha contagiato tutti i media. Ed effettivamente l'evento, curato da Gianni Mercurio e Daniela Morera, testimone diretta della Factory warholiana, è senza dubbio tra le più complete retrospettive del grande artista americano organizzata finora in Italia. Complice, il colosso della Chrysler che ha permesso, fra l'altro, prestiti inconsueti d'oltreoceano garantendosi un inedito ritorno d'immagine, in ciò ricalcando in un certo sen-

so il pensiero di Warhol, in base al quale l'immagine è più avvincente e suggestiva della realtà. «The best business is Art» avrebbe concluso Warhol.

Così alla Triennale trovano una giustificazione i suggestivi apparati grafici dell'allestimento, a cura dello Studio Lissoni-Peja Associati, che recupera ambientazioni dello stesso Warhol all'interno della Factory: la grande parete di pellicola d'alluminio, o l'ambiente creato utilizzando come trama di fondo l'immagine della mucca

iterata nella mostra personale da Leo Castelli nel 1966, sulla quale si sovrappongono le vere opere, dando origine a un'inedita combinazione linguistica. Non è la filologia a determinare le scelte curatoriali poiché la mostra è organizzata per temi, che si intrecciano ispirandosi a

frasi celebri dell'artista statunitense, senza una particolare attenzione alla cronologia. Le prime sezioni sono dedicate, infatti, alle celebrità, ai divi di Hollywood nei confronti dei quali Warhol nutiva un'attrazione morbosa, in particolare al volto di Marilyn (subito dopo la sua precoce scomparsa nel 1962) Liz Taylor, Elvis: oltre a testimonianze emblematiche degli anni sessanta, sono affiancate qui le fonti, le fotografie originali alla base del lungo processo di elaborazione dell'immagine. In genere si tratta di fotografie di produzione



«Ladies &amp; Gentlemen» (1976) di Andy Warhol

cinematografica, cartoline o stampe ritagliate su carta, che andranno a costituire l'icona ricorrente; un'icona, quella di Marilyn, stravolta e ridotta a puro motivo grafico, a maschera, che rivela l'intenzione di riportare in vita il mito e al tempo stesso svelarne il cupo senso di morte. L'intera serie dedicata a Jackie Kennedy, una sequenza di Mao e le opere che riproducono ritratti in fotostampa come quello dedicato a Judith Green, sono affiancate alle fitte serigrafie ispirate ai «miti», da Topolino a Superman a Babbo Natale, allo stesso Warhol, creatura di se stesso, secondo il principio della rappresentazione di ciò che già soffre di un eccesso di rappresentazione. Warhol si nutre di miti ma al tempo stesso li svuota, come radiografando il nulla, così come assimila la mercificazione del prodotto dando vita alle scatole di prodotti di largo consumo (qui le celebri Brillo boxes,) e li presenta in serie per imitare l'esposizione di supermercati, in realtà truccando abilmente le dimensioni e i materiali delle scatole per dar vita a opere di scultura. Appare chiaro, quindi, il continuo sconfinamento dell'artista dal mondo delle merci al mondo dell'arte e ritorno, con una strategia di travestimenti e di trucchi che fa dei suoi prodotti inevitabilmente opere d'arte, aggirando ogni scorciatoia costituita dall'object trouvé. Nulla è casuale tratto dalla strada, solo ciò che è artefatto, seppure attraverso la meccanizzazione e la standardizzazione delle procedure, diviene opera.

Nell'ampio salone centrale intitolato *Show off*, sorta di nucleo ideale della kermesse, trova posto tutta l'ampia produzione per la moda e nella moda, in cui fanno da corollario i video che riproducono i film d'artista. Questi, tuttavia, appartengono alla fase centrale della Factory mentre l'attività nel campo della moda si esplica soprattutto nel primo e nell'ultimo periodo. È nella moda e nella lunga attività grafica che Warhol ha maturato l'attrazione per gli oggetti, i materiali riflettenti e i colori artificiali, nonché ha assimilato soprattutto una metodologia di lavoro e di produzione del tutto estranea all'arte, riproducendola nella seconda esperienza della Factory. L'ampia serie di ritratti degli anni Settanta, di cui la mostra presenta un campionario notevole e di alta qualità come il *Portrait of Leo Castelli*, 1975 o *Joseph Beuys*, 1980 rappresenta la svolta nel business artistico warholiano: tutti vogliono un ritratto per venticinquemila dollari, e così non solo le icone del proprio tempo, ma anche gli aspiranti, che proprio attraverso il ritratto diverranno icone, si fanno riprendere dalla Polaroid dell'artista che è ormai votato all'arte di fare i soldi, e lo dichiara esplicitamente.

Le ultime sezioni sono infine dedicate alla riflessione sulla morte e sulla propria malattia (la sezione *All about it e Vanishing*) e, infine alle collaborazioni con altri artisti, tra cui quella con Basquiat e Clemente, giovani autori che ebbero un grande impulso dalla presenza di Warhol.

**okei**  
discount del mobile

# Il meglio prezzo garantito



**NEMO**  
cameretta a ponte

€ 359,00\*

Unica rata dopo 9 mesi € 384,00\*  
11 rate dopo 9 mesi € 38,40\* cad.  
23 rate dopo 9 mesi € 19,20\* cad.



**PIERA**  
cucina cm. 255  
completa  
di elettrodomestici

€ 790,00\*

Unica rata dopo 9 mesi € 815,00\*  
11 rate dopo 9 mesi € 81,50\* cad.  
23 rate dopo 9 mesi € 40,75\* cad.  
41 rate dopo 9 mesi € 24,45\* cad.



**PRAGA**  
soggiorno come foto

€ 345,00\*

Unica rata dopo 9 mesi € 370,00\*  
11 rate dopo 9 mesi € 37,50\* cad.  
23 rate dopo 9 mesi € 18,25\* cad.

Questo tipo di finanziamento è valido per tutti i prodotti. Importo minimo € 300,00.

\*Per tutte le condizioni di finanziamento si rivolga ai "Punti vendita" a disposizione della Clientela presso i punti vendita TAN-TAFB in funzione del domicilio e della durata (Es. per € 1.000,00 da pagare 4 € 25,00 di spesa istantanea e finanziamento € 1.025,00 con rate mensili e unica rata Tan zero, Tang 3,55%)

## Paga come e quando vuoi!

### Puoi acquistare i mobili e pagarli tra nove mesi!

## Anche senza anticipo

consum.it  
credit al consumo

I nostri punti vendita:

**BASSA - CERRETO GUIDI (FI)**  
Via Catalani, 20  
Tel. 0571 580086

**TORRITA DI SIENA (SI)**  
Via P. del Cadia, 65  
Tel. 0577 685170

**ACQUAPENDENTE (VT)**  
Zona Ind. Loc. Campomorino  
Tel. 335 6071798

**MONSUMMANO TERME (PT)**  
Via Risorgimento, 474  
Tel. 0572 520112

**GROSSETO**  
Via Monterosa, 14  
Tel. 0564 451887

**FIGLINE VALDARNO (FI)**  
Via Petrarca, 89  
Tel. 055 9544164

**CALENZANO (FI)**  
Via V. Emanuele, 44  
Tel. 055 8874045

**CRESPINA (PI)**  
Via Lavoria, 9/11  
Tel. 050 643221

**AREZZO - Loc. Pratacci**  
Via Edison, 42  
Tel. 0575 381325

**OSIMO (AN) S.S. n. 16**  
Centro Comm.le CARGO PIER  
Tel. 071 7819775

**PROSSIME APERTURE: SCARLINO (GR) - CASTELLINA SCALO (SI) - CAMUCIA (AR)**