

«Are you lost?» Una cartografia delle nostre storie

FRANCESCA DE SANCTIS
ROMA

È UNA MAPPA PRIVATA E COLLETTIVA, UNA MAPPA SPECIALE CHE ANNOTA MINUZIOSAMENTE RICORDI, LUOGHI, PICCOLE E GRANDI PERDITE DI UNA VITA. *Are you lost?* è una grande cartografia, un immenso archivio di storie, immagini, voci, tracce nel quale - in questi giorni - è possibile immergersi,

perdersi, girovagare. Un tuffo che può durare pochi minuti oppure ore, dipende da quanto tempo si è disposti a perdere nella perdita collettiva di persone che hanno dai 13 ai 99 anni e che hanno accolto l'invito a consegnare un oggetto personale e significativo, a partecipare ad un percorso che invitava a lasciare tracce biografiche intorno al tema della perdita. Il progetto è di Lisa Ferlazzo Natoli, Alice Pa-

lazzi, Maddalena Parise, Monica Piseddu (Iacasadargilla); Claudia Sorace e Riccardo Fazi (Muta Imago); Luca Brinchi e Roberta Zanardo (Santasangre); Matteo Angius e di Elisa Di Francesco, Alessandro Ferroni, Maria Elena Fusacchia, Gianluca Tomasella, Mario Ciro Zaza. Li citiamo tutti perché hanno fatto un grande bel lavoro.

Per ora negli spazi del Teatro India di Roma sono state esposte foto, sms, voci, disegni di circa 600 persone che dialogano fra loro e con i visitatori. Dalle mura esterne del teatro al foyer, dalle sale ai corridoi, tutto parla di loro/di noi. Il percorso (ancora aperto al pubblico fino a domenica) comincia con grandi e candide lenzuola firmate da seicento autori della grande installazione. Una volta dentro, comincia il viaggio nella città perduta e ritrovata:

prima la grande sala nella quale campeggiano fotografie in formato gigante ed sms, poi si entra nella foresta, una foresta vera e bellissima fatta di sugheri, cicas, e tante altre piante profumate pronte ad inebriarci. E attraversando il labirinto verdeggianti centinaia di voci sussurrano consigli: «sii più coraggioso», «balla!», «sii forte»... Poi le esortazioni sonore diventano scritte, a terra, su una grande mappa di Roma dove troverete indicazioni, luoghi d'infanzia, case che si trasformano in parole nelle storie collegate ai tanti e bizzarri oggetti lasciati dalle persone che hanno scelto di seguire il percorso di *Are you lost?*: biglie, sveglie, scarpe, fotografie, pupazzetti, orologi, libri, cartoline, calzini... Se volete immergervi nella città perduta che parla, vive e gioca con noi non vi resta che provare a perdersi.

«La belle joyeuse» Anna Bonaiuto al Teatro Vascello

ANNA BONAIUTO PORTA IN SCENA AL TEATRO VASCHELLO DI ROMA «La belle joyeuse» fino a domenica. Scritto e diretto da Gianfranco Fiore per la Pav, in collaborazione con l'Associazione Culturale Cadmo, «La belle joyeuse» è un monologo con cui la Bonaiuto porta sulla scena il personaggio storico di Cristina Trivulzio principessa di Belgioioso (1808-1871), da lei già interpretato nel film di Mario Martone «Noi credevamo». Scene di Sergio Tramonti, costumi di Sandra Cardini, luci di Pasquale Mari.



Dalla mostra «Propaganda», da oggi a Roma

Propaganda con ironia

I manifesti dell'Unione Sovietica come non li avete mai visti

A Roma una mostra di Carlo Miccio che aspira a realizzare un mondo «più bello, più buono, più giusto» con slogan molto divertenti, da «Innamoratevi» a «La felicità è un diritto»

FLAVIA MATITTI

OSSESSIONATO DALL'IDEA DI CREARE L'UOMO NUOVO IL NOVECENTO È STATO ANCHE IL SECOLO DEL TRIONFO DELLA PROPAGANDA. Sia i regimi democratici sia quelli totalitari, dall'Italia fascista alla Germania nazista, dall'America del New Deal all'Unione Sovietica fino alla Cina di Mao, tutti hanno messo in campo strategie di persuasione di massa. E spesso con risultati simili almeno dal punto di vista della politica dell'immagine. Molti dei manifesti creati allora, veri e propri capolavori di comunicazione visiva, hanno fatto storia e si sono impressi in maniera indelebile nel nostro immaginario. Ma che effetto fa oggi il loro messaggio di ottimismo, forza, coraggio, che un tempo era in grado di accendere la fantasia delle masse? E cosa accade quando questi stereotipi della cultura visiva vengono utilizzati per diffondere altri slogan?



Un'operazione originale e ironica condotta sui manifesti politici dell'Unione Sovietica è appunto al centro della divertente mostra di Carlo Miccio intitolata *Propaganda*, aperta a Roma da oggi (vernissage ore 18) fino al 3 marzo presso lo spazio Howtan Space, non una galleria ma un laboratorio permanente che accoglie idee, progetti e spunti provenienti da tutti i settori legati al mondo della creatività, fondato e gestito dall'artista italo-persiano Howtan Re con Andrea Saran.

I lavori presentati da Carlo Miccio in questa mostra, che aspira a realizzare un mondo «più bello, più buono, più giusto», non sono propriamente manifesti ma «artefatti digitali». Con lo stesso radioso ottimismo che caratterizzava i manifesti bolscevichi, l'autore cerca di diffondere un messaggio non tanto politico quanto etico e filosofico, riutilizzando - rivisitando con spirito dadaista - le icone inventate dalla grafica costruttivista e dal realismo socialista. Propagandati da impavidi soldati dell'armata rossa, fieri operai e contadine sorridenti troviamo, scritti in caratteri finto-cirillici, slogan quali: «Innamoratevi», «La bellezza è rivoluzionaria», «- Bisogni + Desideri. Consumismo = Niet libertà», «La felicità è un diritto», «Cosa vi aspetta nella direzione che non prendete? Esercitare il dubbio primo dovere di un comunista».

L'effetto ludico è spiazzante ma quelle immagini così potenti, così perentorie e invitanti seducono ancora e alla fine ci si domanda: - perché no? Perché non cedere al richiamo dell'ottimismo e seguire l'invito a innamorarsi o a coltivare i desideri piuttosto che i bisogni?

I manifesti di Miccio hanno infatti la capacità di trasportare in un mondo parallelo, come scrive Beppe Sebaste nella introduzione alla mostra: «Un mondo in cui l'immaginazione, se Dio vuole, non è "al potere" (non c'è nessun regime di pubblicitari), ma è pura potenza, e concilia la vita coi sogni. Un mondo dove il comunismo non sacrifica né bellezza né poesia, dove forza e lavoro sono valori senza guerra né omofobia; un mondo in cui nessuna generazione "ha dissipato i suoi poeti", in cui nessuno ha suicidato Majakovskij».

Howtan Space, vicolo del Polverone, 3 - Roma.
Vernissage ore 18, www.howtanspace.com
www.microcolica.com

Daniel Clowes un glaciale Allen a fumetti



IL CALZINO DI BART

RENATO PALLAVICINI

DANIEL CLOWES (CHICAGO, 1961) CI HA ABITUATO A STORIE DI PERDENTI INCISTATE NELLA LORO EMARGINAZIONE. Per lo più adolescenti e giovani stralunati che si lasciano trascinare dalla vita e dalle circostanze, attori supinamente agiti da quanto e da chi sta loro intorno: come David Boring, protagonista di una delle opere migliori di Clowes. Tutto, nei suoi fumetti, è rivestito di un sottile strato di ghiaccio che nemmeno gli scantonamenti surreali o certe irruzioni horror e allucinatorie alla David Lynch riescono a scalfire. Il segno di Clowes, netto e pulito è il refrigerante di questa glacialità. Ma con *Mister Wonderful* (Coconino Press - Fandango, pp. 80, euro 16) l'autore di *Ghost World*, *Ice Haven*, *Eightball* e *Wilson*, riesce a spiazzarci piacevolmente. Il libro è la raccolta, ampliata e rivista, delle strisce uscite nel 2007 sul *New York Times* e, certamente, la sede e il pubblico per cui è stata pensata hanno influito sul tono di questa storia a fumetti. Marshall è un uomo di mezza età, un solitario con un lavoro precario, abbandonato dalla moglie. Gli amici gli combinano un «appuntamento al buio» con una sconosciuta che scopriremo chiamarsi Natalie, anche lei infelice e in cerca di una storia d'amore. L'approccio e le primissime conversazioni sono goffe e impacciate, mentre i pensieri confusi di Marshall, rappresentati nelle didascalie, si sovrappongono (con un'originale trovata grafica) alle parole-fumetto che i due si scambiano. Poi la serata prenderà una piega inattesa a una festa dove si rifarà vivo, con conseguenze immaginabili, l'ex compagno di Natalie. Clowes tratteggia due personaggi in linea con i precedenti, ma il tono, dicevamo, cambia. Siamo dalle parti di una sarcastica commedia, con battute e dialoghi scoppiettanti. E Marshall - non solo perché porta un paio di occhiali con montatura nera - sembra quasi Woody Allen.
r.pallavicini@tin.it