

A nuovi modelli, nuovi principi

Scritto da Giusi Giovinazzo

Venerdì 11 Ottobre 2013 00:00 - Ultimo aggiornamento Martedì 29 Settembre 2015 16:25

Martedì scorso, 9 Ottobre, ero sull'autobus, di fronte a una signora sulla sessantina. Le chiedo: "Sa che oggi è l'anniversario della nascita di John Lennon?" Mi rivolge un affettuoso sorriso. E poi i ricordi, la narrazione fluida e spontanea dei suoi anni universitari. Sullo sfondo l'insofferenza di una generazione che ha il coraggio di prender in mano carta, penna e striscioni e chiedere una protensione autonoma verso il futuro. L'urlo arriva dalle macerie del dopoguerra e procede verso la speranza delle nuove generazioni sessantottine, di cui i Beatles furono i primi promotori. "Questo è un piccolo passo per l'uomo, ma un grande balzo per l'umanità": le parole sono di Neil Armstrong, il riferimento è all' "allunaggio" del '69 di una troupe americana aerospaziale.

Voglia di cambiamento, di rivoluzionanti mosse. L'abissale catastrofe delle panoramiche bellicose mondiali partorisce disperati (grazie a cui, Benjamin insegna e Marcuse ribadisce, ci è data la speranza) in cerca di novità. L'intervistata, elegante e brizzolata ben pettinata, ricorda l'introduzione di minigonne e nuove acconciature. Da una parte è vero, quei dettagli glamour non sono solo un taglio alla compostezza austera imposta per lo più dai regimi totalitari; oggi, nella Cina comunista, in alcuni istituti, le ragazze non possono farsi allungare i capelli. Il preside motiva che sarebbe elemento di distrazione per lo studio. Paul McCartney, cantautore e musicista, con John Lennon, George Harrison e Ringo Starr dei vinili pop dei Beatles dice: "non siamo i leader di una nuova generazione, ma i suoi portavoce". Ecco, la moda è essenzialmente commercio di idee.



È pur vero che una questione si pone: quanto l'assunzione di tali idee sia autentica. Quanto la metabolizzazione sia critica o omologazione passiva di modelli. L'euforia del boom economico degli anni '60 si irrigidisce, a poco a poco, negli schemi tecnici commerciali, nelle esigenze produttive della pubblicità. Ascoltiamo i Beatles oggi perché è di moda esser vintage (Domenico, 21 anni, "li ascolto per una costruzione alternativa del sé"), anticonformista? Per un messaggio che vince e passa attraverso la società, o per nostalgia dei tempi passati?

A nuovi modelli, nuovi principi

Scritto da Giusi Giovinazzo

Venerdì 11 Ottobre 2013 00:00 - Ultimo aggiornamento Martedì 29 Settembre 2015 16:25

La maggior parte degli intervistati, tra i 16 e i 30 anni, mi dicono che “i Beatles si ascoltano, hanno fatto la storia del rock’n’roll”. La formulazione impersonale della risposta dovrebbe suggerire slanci riflessivi. Ciò che dalla stagione del '68, dell'autunno caldo ci è arrivato, è il messaggio o la forma? Ma soprattutto noi che, come vuole Calvino, alla fine del secolo non troveremo più di quello che vi abbiamo posto, quanto siamo disposti ad inventare, venir incontro al nostro futuro, filtrando il già fatto? “The love you take it's equal to the love you make” (The end, Beatles). Le parole che l'ex studentessa ora insegnante in pensione mi rivolge si addensano ai rischi che una rivoluzione corre: “Quando entrai in classe come insegnante, gli studenti avevano alzato un muro contro i ruoli, simbolo di autorità; entravano in classe e con pretesa disinvoltura decidevano cosa e come imparare.”



Il rischio è giungere in un'utopia, un non-luogo, un non-previsto: essere all'altezza del cambiamento, cosa che non fu per la borghesia francese del 1789 e i bolscevichi post-zar del 1917. Rischiamo di approdare al plebiscito di Napoleone, passando per Robespierre, fino a Stalin, Berlusconi e il sistema competitivo socio-economico contemporaneo. La ricerca di nuovi modelli deve conciliarsi con la definizione di nuovi principi. Il vuoto formalismo strascinato non ci serve. I miti stanno nell'Iperuranio. Le vibrazioni italiane delle manifestazioni operaie, sindacali, studentesche si inseriscono in quell'ansia convinta di dover andare oltre. Oltrepassare le dinamiche clientelari e corrotte di un'Italia che sta progressivamente accelerandosi. Statuto dei lavoratori e generale diritto allo studio. Il problema è rielaborare costantemente modelli, conquiste tramite la riflessione. Ciò comporta l'assunzione di principi contestuali, onde evitare il rischio di trovarci su una pagina di giornale un raduno degli Hippy strumentalizzato da una banca o le t-shirt di John Lennon e Yoko Ono nelle vetrine di via Gioberti. Se la democrazia resta solamente scritta, rischiamo di dimenticarne. Rischiamo di accodarci al gregge delle ideologie che legittimano, in nome dell'esportazione di democrazia e diritti, guerre di interesse. La democrazia è conquista e pegno della modernità: solo la partecipazione vigile e l'associazionismo, come Paul Ginsborg sostiene, possono rivitalizzarla.

L'impegno al cambiamento, oggi anche se con sfumature diverse simile agli echi degli anni 70, non deve risolversi come per John Lennon nella sua intervista del '71 alla rivista “Rolling Stones”:
“Il sogno si è infranto. Tutto uguale, solo che ho 30 anni e un sacco di gente porta i capelli lunghi.”

A nuovi modelli, nuovi principi

Scritto da Giusi Giovinazzo

Venerdì 11 Ottobre 2013 00:00 - Ultimo aggiornamento Martedì 29 Settembre 2015 16:25
