

# DOPPIOZERO

---

## Parigi: la Valise Mexicaine e Manifesto

Mauro Portello

14 Maggio 2013

Quando Lucio Fontana squarciò il teatro della tela aprì nuove dimensioni. Dentro a quei tagli c'erano cose nuove, come delle intimità ancora inedite che potevano finalmente sprigionarsi, uscire alla luce. Ma anche il fuori poteva entrare da quei nuovi pertugi a esplorare qualcosa di sconosciuto. Viene effettivamente da collegare l'operazione di Fontana all'*extime* lacaniano, quel luogo dove interno ed esterno si rimandano l'un l'altro.



Camminando per Parigi pochi giorni fa, ho avuto la precisa sensazione di stare ficcando la testa dentro a uno di quei tagli, il fuori entrava in un dentro che poi sarebbe uscito con me. Davanti al Musée d'art et d'histoire du Judaïsme c'era la locandina, ben visibile ma per nulla altisonante, della mostra ospitata al suo interno [La Valise Mexicaine - Les nœuds retrouvés de la guerre civile espagnole](#), organizzata dall'International [Center of Photography di New York](#), fino al 30 giugno.





schiena per vederle correttamente, e questo Ã¨ certamente uno sforzo consentaneo alla materia, quasi degli inchini postumi che i curatori ti chiedono di fare a tutta quella gente sincera.



Poi si esce (dal taglio), si fanno due passi, appena al di lÃ  dell'Île de la CitÃ©, si alza lo sguardo e sui palazzi affacciati sulla Senna giganteggia Jessica Chastain (l'attrice di *Zero Dark Thirty* di Kathryn Bigelow e di *The Tree of Life* di Terrence Malick), nei panni della bizzarra artista che â nello spot ora in circolazione in ogni dove â compra una sua propria opera ad un'asta per donarla all'uomo prescelto tra il pubblico dei partecipanti, Ã¨ la promozione di *Manifesto - Eau de Parfum* di Yves Saint Laurent. Per chi ancora non ha visto lo spot ricordo che l'opera che l'artista regala al maschio destinato Ã¨ ottenuta con una variante saintlaurentiana dell'*action painting* in cui la pittrice imbratta il suo corpo di acrilico pervinca per gettarsi sulla tela e ivi depositare le essenze/umori di sÃ© per l'eternitÃ .

Praticamente una buffonata. La moda, l'effimero, lo spettacolo economico, bla bla! Ma io venivo da dentro/oltre il taglio, la mente intrisa di emozioni antiche, violente, quelle di una tra le peggiori inciviltÃ , una guerra civile! L'impatto con questo nuovo Manifesto mi ha impressionato: Manifesto come quello di Marx o quello dei Futuristi o il nostro quotidiano comunista ora di nuovo in lotta per la sopravvivenza, anche i Roxy Music chiamarono *Manifesto* un loro album nel 1979. Ma Aujourd'hui, Yves Saint Laurent propose un nouveau manifeste de fÃ©minitÃ© et vous invite Ã  dÃ©couvrir son nouveau parfum fÃ©minin, excessivement audacieux, excessivement couturÃ©, dice uno degli script della campagna pubblicitaria. Qui non si tratta di passare al setaccio filologico l'uso della parola manifesto, piuttosto mi pare il caso di stigmatizzare questa ennesima nuvola inconsistente attorno a cui avranno lavorato pagatissimi comunicatori per consegnarci questo anelito di nulla *excessivement audacieux, excessivement couture*.



Venendo da dentro/oltre il taglio lo scontro della consistenza dei fotografi e dei combattenti immersi nella guerra civile con lâ??inane divenuto valore del profumo-manifesto, produce un â??extimeâ??• drammatico che credo sia uno dei caratteri identitari del mondo in cui viviamo in Occidente, quello che si soleva definire il â??mondo migliore possibileâ??• fino a quando non abbiamo cominciato a percepire una nuova corporeitÃ che la crisi economica ci sta buttando addosso e di cui nemmeno sappiamo ben spiegare la natura.

*Excessivement audacieux* la neomiseria pare nutrirsi anche di questi prodotti paradossali, di costruzioni astratte lanciate contro i corpi poveri di una societÃ *excessivement couture* nella quale nÃ© riemergono le nostre doti ancestrali (la forza per sopportare le marce e i digiuni dei combattenti in Spagna), nÃ© si vedono formarsi nuove potenti capacitÃ se non nellâ??arte, questa sÃ¬ tutta nostra, del *packaging*. Pare quasi che la guerra civile spagnola sia il pixel acceso (o spento) e la campagna pubblicitaria del profumo quello spento (o acceso) del codice binario globale che sta lavorando alla definizione di altri linguaggi. Per chi passeggia non resta che stare a vedere, anzi a subire.

Intanto un grandioso *pouilly-fumÃ©* da [Le Buci](#) in Rue Dauphine, in dolce compagnia.

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio Ã” grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.  
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---

