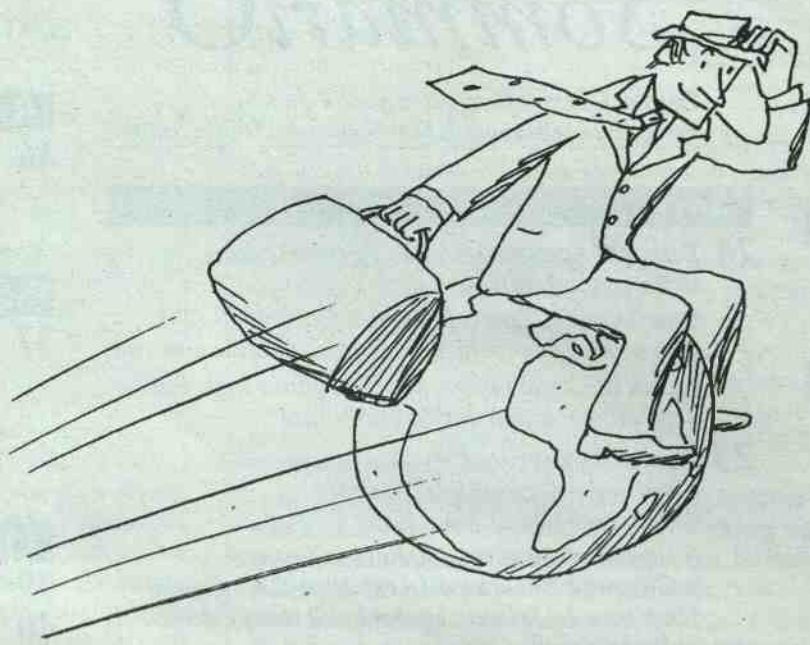


da BUENOS AIRES Francesca Ambrogetti

Di libri su Evita ne sono stati scritti tanti, ma il più recente, pubblicato in Argentina in occasione del sessantesimo anniversario della morte della mitica moglie di Perón, è stato accolto con particolare interesse. L'autore, Felipe Pigna, è un noto storico che ha approfondito uno degli aspetti più appassionanti del personaggio: quello dell'impegno politico. Il libro *Evita. Jirones de su vida*, è comunque un ritratto completo della donna che ancora oggi è la più amata e la più odiata dagli argentini. L'autore riproduce testi, testimonianze e documenti per fare luce sulla vita della "portabandiera degli umili", come Eva Perón amava farsi chiamare. "La storia non è stata molto giusta con Evita - sostiene Pigna - perché l'ha presentata sempre come un'appendice di Perón, mentre ha avuto un ruolo molto più importante e in alcuni periodi il suo potere era paragonabile a quello del marito". Nel libro la voce del personaggio è spesso presente attraverso lettere, stralci di discorsi e altri testi. L'autore non sfugge alla tentazione di paragonare la protagonista del suo saggio all'attuale presidente Cristina Kirchner: vite e circostanze diverse, ma un comune impegno con il movimento politico creato da Perón. "Per Cristina, come per qualsiasi donna peronista - afferma l'autore - Evita è un punto di riferimento ineludibile". Al raffronto tra le due, appena accennato nel libro di Pigna, la giornalista Araceli Bellotta dedica un intero saggio dal titolo *Eva y Cristina. La razón de sus vidas*. Somiglianze e differenze vengono accuratamente analizzate. Tra le prime l'abilità come oratrici, la passione politica, l'assoluta femminilità e il segno della tragedia: nel caso di Evita la malattia e la morte prematura; l'improvvisa scomparsa del marito per Cristina, che due anni dopo porta ancora il lutto per il compagno. Oltre a queste due novità editoriali, il quotidiano "Clarín" ha pubblicato un supplemento speciale dal titolo *Las mil caras de Evita* con foto emblematiche e molto note e altre inedite e un testo con approcci al personaggio da diverse angolature.

da NEW DELHI Silvia Annavini

L'India nelle librerie italiane si materializza in una miriade di copertine colorate che cercano di attrarre il lettore attraverso un immaginario latente ma potentemente condizionato da un'iconografia che tende a un appiattimento del concetto di "orientalità". L'India diventa, quindi, semplicemente l'"Oriente", una geografia vaga e un'indistinta identità "altra". In realtà, una geografia dettagliata della letteratura indiana riuscirebbe a fornirci un supporto ermeneutico fondamentale a comprendere quella "nuova India" millantata nelle quarte di copertina di tutti quei romanzi che sembrano geminare continuamente sugli scaffali delle nostre librerie. Non è un caso, infatti, che il vasto subcontinente ci arrivi soprattutto attraverso quel contenitore cronotopico che è Bombay, oggi più famosa con il nome di Mumbai. La vecchia capitale suscita ovviamente innumerevoli reminiscenze e fascinazioni di natura letteraria, oltre ad aver da tempo iniziato un lento processo di mineralizzazione della propria immagine di capitale economica del paese. Come ha scritto Jeet Thayl in *Narcopolis*, recentemente pubblicato da Neri Pozza, Bombay è "la città che ha cancellato la sua storia cambiando nome e alterando chirurgicamente il proprio volto". Ne è un esempio *Lo scrivano di Bombay* di



VILLAGGIO GLOBALE

Anjali Joseph (Bollati Boringhieri, 2012), che affronta il tema attuale quanto scottante dell'omosessualità nell'ambito di una società ancora condizionata da una fortissima pressione sociale sulle tematiche di tipo sessuale. Il romanzo di Joseph si distingue da una produzione più specifica sull'argomento (i romanzi di Raj Rao, ad esempio) presentandosi piuttosto come un ricamo attorno a una speculazione più profonda sulle chiavi intermittenti che regolano i legami e i rapporti umani in India,

anzi, a Bombay, finalmente una Bombay lontana dai lustrini con cui da anni viene decorata dalla letteratura mondana alla Shobhaa De e dalle lacrimose rappresentazioni macchietistiche degli slum. Il titolo originale, *Saraswati Park*, era certamente più atto a collocare l'azione del romanzo all'interno di un tessuto urbanistico e sociale medio in cui vengono scandagliate le routine di un lungo matrimonio combinato, il fiorire delle prime esperienze di un giovane omosessuale mentre sullo sfondo

della metropoli si ramificano le problematiche e i cortocircuiti di classe, casta e sessualità che, come ha spiegato John D'Emilio in un suo articolo dal titolo *Capitalism and Gay Identity*, provengono da pulsioni direttamente gestite dai nuovi mercati. Probabilmente, la traduzione non rende merito al romanzo di Joseph, che ha il pregio di presentare una notevole fruibilità sull'argomento, ma che spesso dissemina la scrittura di un'attenzione ossessiva al dettaglio descrittivo decentrando l'attenzione dal tema principale. Quest'ultimo sembra infatti perdere incisività e forse avrebbe meritato un impatto più nitido, soprattutto stagliandosi sullo scenario di una città che rappresenta il centro propulsore del riassetto di nuove gerarchie ed egemonie sociali oltre che economiche.

da LONDRA Florian Mussnug

Negli ultimi anni abbiamo assistito a un'ondata di rinnovato interesse per la religione e il potere della religione nella sfera pubblica. Secondo alcuni illustri pensatori laici, questa "svolta religiosa" è stata soprattutto una necessità politica. Definire postmetafisica la nostra epoca appare inappropriato dinanzi a una realtà dominata dalla guerra religiosa. Ma come risponde la filosofia davanti a una siffatta realtà? Per uno dei pensatori viventi più interessanti, Simon Critchley, non basta né il secolarismo tradizionale né un ritorno al teismo premoderno. Piuttosto, propone Critchley,

dobbiamo riconsiderare la nozione stessa di fede e la sua profonda importanza per ogni atto di autorealizzazione. Né la religione, né la moralità, né la ragione, scrive il filosofo inglese, possono esistere senza l'esperienza della *fideliitas* (l'essere leali a una qualsivoglia credenza), e questo accomuna agnostici, atei e credenti. L'ultimo, importante libro di Critchley esplora la condizione apparentemente contraddittoria descritta nel titolo: *The Faith of the Faithless* (Verso, 2012). L'autore parte dall'assunto, già discusso in lavori precedenti, che la filosofia trae origine dalla delusione religiosa. Questo, tuttavia, è solo lo sfondo della sua ultima, attualissima indagine. Qui Critchley ritorna a san Paolo, Agostino, Rousseau, Kierkegaard, Heidegger e Levinas, e definisce la fede, nell'assenza di dogmi o certezze metafisiche, come la nostra risposta a un'incalcolabile esigenza d'amore, senza garanzie né sicurezze. La fede, dunque, è particolarmente importante per coloro che non sono sostenuti dalla chiesa o da altre istituzioni; coloro che "non sanno credere" (Oscar Wilde), ma che aspirano a rivendicare dalle spoglie della religione l'autorità morale e il radicalismo politico. Come suggerisce Critchley, con forza e poeticità, la fede è la forza che tiene uniti gli esseri umani: offre un mezzo potente per formulare domande sul significato e il valore della vita umana in modi che non sono riducibili al naturalismo. In cosa consiste dunque l'esperienza della "fede dei senza fede"? Per Critchley, è una chiamata a cui non si può rimanere sordi, ma che impone un impegno nel mondo. È la credenza in un amore più forte della morte. Tale fede, ci ricorda Critchley, può essere proclamata senza le apparenti garanzie del battesimo, del dogma o della pratica religiosa, né, al limite, la certezza che la virtù sarà prima o poi premiata. La fede dei senza fede, dunque, non è l'opposto del sentimento religioso, ma la sua essenza. E forse tale esperienza - ardua e priva di ogni protezione - è quella che più si avvicina alla natura della fede proclamata da Cristo?

Appunti

di Federico Novaro

Prima dell'estate i banconi delle librerie di catena davano l'impressione che una mareggiata costante vi avesse gettato senza sosta dei detriti, resi indistinguibili gli uni dagli altri dal lavoro delle correnti. La coincidenza dell'arrivo dei reader e della crisi economica ha avuto sulle case editrici, soprattutto le grandi, effetti defatiganti. Proprio la nascita delle librerie di catena come le conosciamo ora, tasselli di una filiera di cui ogni ganglio risponde allo stesso proprietario, meno di una manciata di anni fa, anni già lontanissimi, sembravano il modello per sempre vincente, e tutte le energie economiche e societarie delle proprietà erano tese a occupare e presidiare ogni spazio possibile: prima il controllo, si diceva, poi avremo i prodotti, l'efficienza. Questo ha comportato però una sostituzione forte del proprio panel di clienti. L'efficienza produttiva e distributiva mal si coniuga con il profilo vagamente maniacale di chi consuma libri oltre una certa soglia, di più con chi ne consuma forse meno, ma rispondendo a un profilo più semplice, basato su risposte e attese meno mediate. Era una tendenza consolidata e sperimentata e nota (Nora Ephron, morta quest'anno all'inizio dell'estate, l'aveva già resa racconto con *C'è posta per te. You've Got Mail* nel 1998) e, come sempre capita alle idee apparentemente vincenti, sembrava l'unico modello possibile. Intrecciato al consolidarsi del modello, il dibattito - molto più vecchio - sull'essere o meno i libri prodotti come gli altri ("Le case editrici sono imprese come le altre, soggette soltanto al nero dei bilanci" si diceva da un lato, "I libri sono mica detersivi", si rispondeva); ora, non solo, più o meno, si sa che i corni del proble-

ma erano mal posti, ma l'oggetto del contendere, in un attimo, si è dissolto. Li si chiamava libri, ma l'avvento dei reader, e soprattutto dei tablet, con la loro possibilità di essere uno e infinito, privato e pubblico nel medesimo istante, ha chiarito che in realtà si parlava di *entertainment*, che, ancora, stava dentro degli oggetti chiamati libri. E le storie (lo *storytelling*, coerentemente venuto di moda come retorica intesa in modo egemonico nello stesso lasso di tempo) si raccontano intorno al fuoco, sono puntellate di sospensioni e commenti, si arricchiscono e modificano a ogni ripresa, accadono socialmente, come succedeva, si immagina, laddove i libri non c'erano, prima dei libri, attorno ai libri. Non servono i libri per questo, e ora, dopo tanto tempo, c'è di nuovo la possibilità che l'*entertainment* sia più compiutamente collettivo. Il pubblico vuole gridare la sua avversione a un personaggio, salvarne un altro, raccontare lui. Perciò, sta per andarsene altrove.

Non che le grandi case non si stiano attrezzando a comprare il fuoco, le pietre sulle quali sedersi, e le toffolette, e soprattutto il biglietto d'ingresso, ma faticano. La grande novità dell'estate è che da Feltrinelli si può comprare, e consumare, alimenti. La comunicazione che è stata fatta intorno al nuovo marchio, RED, ha avuto tratti lirici, e profondamente rivelatori; meriterebbe citare interamente il lungo e antifrastico comunicato stampa, a tratti una *excusatio non petita*: "Read, Eat, Dream... Perché il libro resta il centro anche di questi nuovi negozi, il motore primo, il cuore identitario, culturale ed economico dell'impresa. È dai libri e nei libri, qualsiasi forma decidano di assumere, che si elabora, depo-

sita, conserva, vive l'insieme di idee, storie, passioni, che fanno dell'essere umano un animale culturale. E quindi l'assortimento di RED sarà 'parlante', giocato più che mai sulla capacità di proposta, segnalazione, scoperta, dei librai Feltrinelli. Andare in libreria sarà un'esperienza, più piacevole, più fruttuosa, più ricca, più necessaria". La retorica, consueta per così tante generazioni, della lettura come silente via per la conoscenza, strumento di comprensione del mondo, come fatica, si è spenta; lo studio dei testi, parte importante del consumo librario, è sopravanzato dall'esperienza emozionale. D'altra parte si può osservare che se chi legge è schiacciato sul suo ruolo di consumatore, bisogna che questo consumi sempre più, pena l'implosione del sistema.

Come conciliare questo con una pratica che richiede tempo, molto tempo, cura, impegno, frustrazione? Per i grandi marchi editoriali sembra esserci una sola strada: cercare il profitto altrove. Sostituire alla merce l'uso della merce e riuscire a mettere a reddito il lavoro dei clienti. Per chi sia ancora legato alle vecchie retoriche: lo spazio, infinito, del commercio e consumo dell'usato. Per i piccoli marchi: un modo nuovo e da inventare di prossimità fra chi produce, chi edita, chi legge. La crisi spunta gli strumenti in mano ai grandi editori, che sbuffando come vecchi diesel per ora danno una mano di vernice alle vecchie carrozzerie, ma presto caleranno drasticamente il prezzo dei reader senza i quali è inutile arruolare un esercito che sarebbe disarmato, e consegneremo alla cassa, gaia, intrattenuti, la nostra, mai così assediata, solitudine.

