

il PALINDROMO

Storie al rovescio e di frontiera

Rivista trimestrale illustrata anno II numero



[Eu]carestie

La caduta degli dei e le nuove religioni



il **PALINDROMO** Storie al rovescio e di frontiera

ISSN 2039-9588

Rivista trimestrale illustrata, anno II, n. 5, marzo 2012

Registrata presso il Tribunale di Roma n. 10/2011 del 20 gennaio 2011

© 2012 - Tutti i diritti riservati

Sito internet: www.ilpalindromo.it

info@ilpalindromo.it

redazione@ilpalindromo.it

Ideata da Francesco Armato e Nicola Leo

Direttore responsabile: Giovanni Tarantino

Direzione editoriale: Francesco Armato, Carlo De Marco, Nicola Leo,

Redazione: Francesco Armato, Annalisa Cangemi, Nicola Leo

Responsabile ufficio stampa: Giuseppe Aguanno - ilpalindromo@ilpalindromo.it

Coordinamento illustratori: Monica Rubino - illustratori@ilpalindromo.it

Editing e grafica a cura di Nicola Leo e Francesco Armato

Logo e Heading a cura di Alessio Urso

Illustratori: Simone Geraci, Claudia Marsili, uno scoiattolo, Paolo Massimiliano Paterna, Monica Rubino, Vincenzo Todaro, Angela Viola e il vignettista Giuseppe Enrico "Pico" Di Trapani

Hanno scritto in questo numero: Giuseppe Aguanno, Annalisa Cangemi, Pierina Cangemi, Giuseppe Enrico Di Trapani, Marcello Gelardini, Armando Gnisci, Francesco La Rocca, Luisa Leto, Veny Parasiadou, Andrea Settis Frugoni

Si ringraziano Daniele Ficola e Nino Fasullo per le interviste concesse

Tutti i saggi pubblicati nella sezione *Eco vana voce* vengono valutati dalla redazione e da almeno due referee anonimi (*peer-reviewed*)

In copertina: Paolo Massimiliano Paterna, *[eu]carestie*, 2012



il PALINDROMO

Storie al rovescio e di frontiera

II / 5, 2011

[Eu]carestie

La caduta degli dei e le nuove religioni

Indice

Editoriale	7
I verbi brevi	
<i>Ora per poi io preparo</i> di Indro Palmo ovvero cavalieri nella tempesta al tempo della Prima [Eu]carestia Mondiale	13
<i>9 cigolii logici</i> di Nicola Leo ovvero se la fede è una questione di dita	19
<i>Ameno fonema</i> di Annalisa Cangemi ovvero desiderare come un santo o pregare come un ateo	27
<i>E noi sull'illusione</i> di Giovanni Tarantino ovvero in cui si ragiona delle similitudini tra calcio e religione	31
<i>9 tre sedili deserti</i> di Giuseppe Aguanno ovvero dalle stelle al Papato: le <i>fantareligioni</i> di Frank Herbert e Guido Morselli	35
<i>Eterni in rete</i> di Andrea Settis Frugoni ovvero prego rendo	43
<i>La voce vola</i> di Pierina Cangemi ovvero Musica e Liturgia nel brevi-ario di un'esistenza	55

<i>Radar (l'individua individui)</i> ovvero padre Nino Fasullo, il libero pensiero per una libera fede	63
<i>Radar (speciale La voce vola)</i> ovvero dal Sacro al Profano? La riforma dei conservatori nell'analisi di Daniele Ficola	73
<i>In otto bottoni</i>	79
<i>9 bar arabi</i> di Armando Gnisci ovvero Manifesto transculturale	81
<i>E la mafia sai fa male</i> a cura di Giuseppe E. Di Trapani	87
Eco vana voce	
Francesco La Rocca <i>Nuove e antiche fedi: la Chiesa Cattolica e i nuovi movimenti religiosi</i>	99
Marcello Gelardini <i>Mappa religiosa degli Stati Uniti d'America. Quando la diversità non compromette la convivenza pacifica tra gli uomini</i>	111
Luisa Leto <i>«Sic transit gloria mundi». Ascesa e declino della religione romana classica</i>	123
Valerio Pierbattista <i>Wake up!</i> con un'introduzione di Veny Parasiadou	149
Tavola delle illustrazioni	157

Valerio Pierbattista

Wake up

con un'introduzione di Veny Parasiadou

Ostacolare l'incantesimo non è una faccenda semplice, ma lo diventa osservando le opere, di Valerio Pierbattista. Se la serie delle sue opere avessero un titolo, quello sarebbe *wake up*: "Svegliatevi" e il grido è decisivo. La realtà circostante viene filtrata dallo sguardo criptato e ironico del giovane creatore, che spesso e volentieri si espande oltrepassando i confini italiani.

Le opere di Valerio nascono all'interno di un vortice sociale velenoso, dove si intravede una generazione che sta crescendo e sta crescendo male. Lo sviluppo massiccio della tecnologia coincide con una sorta di autolesione della natura umana e urbana. L'individualità e la diversità vengono eliminate, la perfezione è confezionata in una scatola di carta riciclata e il prezzo è alto.

«Ogni opera d'arte è figlia del suo tempo [...]»¹ dichiarava Kandinsky nel 1912. Era un periodo fertile. I giovani artisti nei diversi luoghi europei hanno agito quasi contemporaneamente, andando contro la situazione deprimente che dominava il mondo dell'arte. Come sappiamo bene è stato effettuato il tentativo di distruggere lo stesso concetto dell'arte. Quasi un secolo dopo, viene applicato un procedimento differente. Non si può ancora parlare di una vera e propria svolta. Anzi. L'arte da un certo punto di vista viene assorbita dal sistema economico e sociale. La cosiddetta distruzione dell'arte agli inizi del Novecento consisteva nel ricomporre o riprodurre una visione diversa da quella tradizionale, indipendente dai canoni cristallizzati fino a quel momento. Quale è la visione dell'arte in questo momento? Si nota una qualche riproduzione di un realismo, aiutata anche dai nuovi mezzi tecnologici. Realismo a volte estremo che rispecchia perfettamente la natura (urbanistica e tecnologica) nella quale viviamo, intrecciata a una cultura popolare, che ci potrebbe ricondurre a

1 W. Kandinsky, *Über das Geistige in der Kunst, Insbesondere in der Malerei*, 1^a ed., München, R. Piper & Co, 1912, p. 17 (ed. it. *Lo spirituale nell'arte*, a cura di E. Pontiggia, Milano, SE, 2005, pp. 20-21).

quella della telecamera puntata al centro dello studio di Schifano, che trasmetteva giorno e notte l'immagine dell'artista nell'atto della creazione.

«Dopo Aldo Moro, dunque, Tony Manero e siamo entrati in pieno nel “terzo dopoguerra” – perché quella contro il terrorismo è stata davvero una guerra, lunga e logorante – e come nei primi anni Cinquanta, la gente ha di nuovo la voglia di allontanare da sé la tragedia, divertirsi, uscire, curare il proprio aspetto, dal corpo all'abito, acquistare nuovi beni di consumo, dedicare più spazio a se stessa, alla felicità e alla realizzazione personale, insomma al sé come individuo». ² Secondo il testo citato pare che tutto debba essere riportato a una società consumistica. Aggiungerei che questo tipo di società indica le strade da intraprendere, imponendo ulteriormente il gusto della massa.

Dunque, al declino sociale, alle azioni mancate della massa narcotizzata, alla visione totalitaristica di una generazione che propone il consumo come ideale e morale, l'altare dell'arte viene controllato da un flusso continuo di immagini e notizie galleggianti. Sotto questo sguardo e secondo questa tendenza l'arte deve fermarsi alla superficialità della realtà sociale, e nella sua fragilità, viene racchiusa entro una sfera di cristallo, attraverso la quale i concetti vengono deformati e riproposti secondo i gusti imposti dalla visione piatta della società consumistica.

Il consumismo si estende verso una dimensione sacrale, assume le vesti di una *nuova religione* che si sta innalzando creando delle vertigini sociali, mentre spinge nel ridimensionare modi e motivi di essere o sentire. Il benessere dell'individuo e spesso il significato della sua vita tende ad essere strettamente legato al consumo dei beni materiali. «Il consumismo è interessante perché non è affatto un materialismo, ma una forma di spiritualismo, perché il consumatore non si attacca agli oggetti. Consumare è prendere, utilizzare e gettare, distruggere nel consumo» ha dichiarato a proposito il filosofo francese di origini tunisine, Fabrice Hadjadj.

Il consumismo si basa su un esercito di individui-*fedeli* consumatori di prodotti che garantiscono felicità, benessere, amore eterno, famiglie perfette, adolescenti che sorridono ai genitori, madri con i capelli bellissimi che sfornano pizze pronte e torte nauseantemente gonfie. Immagini utopiche pubblicitarie vengono servite come un piatto caldo sulle nostre tavole desolate e maltrattate dai bombardamenti continui di quel sistema contorto che in modo lento ma decisivo ha assorbito e modificato gran parte del pensiero collettivo, oramai destinato all'annullamento totale.

«La religione è il singhiozzo di una creatura oppressa, il sentimento di un mondo senza cuore, lo spirito di una condizione priva di spirito. È l'oppio dei

² *Padiglione Italia: collaudi. Omaggio a F.T. Marinetti*, a cura di L. Beatrice e B. Buscaroli, Milano, SilvanaEditoriale, 2009, p. 40.

popoli» dichiarava Karl Marx nel 1844.³ L'inganno del quale parla Marx a proposito della religione è un discorso potenzialmente trasportabile all'era del consumismo. L'uomo ha sempre bisogno di consolazione, non potrà mai essere liberato da qualsiasi tipo di religione. In questo caso la forma cambia ma la sostanza rimane sempre la stessa.

Migliaia di immagini vengono trasmesse e proiettate promuovendo, vendendo, creando o distruggendo – dipende dai punti di vista – una vera e propria cultura *popolare*. Queste immagini spesso vengono filtrate attraverso lo sguardo e le opere di Valerio Pierbattista: sono opere che non interpretano, non rispecchiano, ma denunciano, anche forse in modo incosciente, questa realtà degli anni Zero che stiamo attraversando.

La natura delle figure che compongono la parata delirante dello sguardo febbrile e tormentato di Valerio non è omogenea. Si intravede in maniera provocatoria l'immagine di Gesù vicino a quella di Charles Manson: uno dei personaggi negativi più *imponenti* degli anni '60. Il volto di John Lennon vicino a quello del suo assassino Mark Chapman. *I swear I'm not the Devil!* il titolo dell'opera raffigurante il busto di una giovane donna, che sembra far parte dei cerchi infernali danteschi: lei peccatrice dell'*Incontinenza*. Il corpo indomabile e provocante è quello che comanda. Il corpo che diventa padrone dello spirito e distrugge sotto un certo senso la ragione, attraverso una serie di torture di natura psicofisica. Impressionante la figura della testa con le chiome nere che diventano uno con l'oscurità che avvolge l'immagine, riprodotta con gli occhi nascosti sempre dalla penombra e la bocca aperta per esternare il piacere o il dolore. Divererà ciò che avverrà in seguito.

Le opere di Pierbattista e soprattutto quelle dell'ultimo anno mostrano l'essere umano che pian piano perde il contatto con la sua "physis" distruggendola. Raccontare ciò che generalmente viene negato è un atto coraggioso. Siamo bombardati da una serie di immagini felici e spesso *fiabesche* che cercano di mascherare il vero volto di una società disagiata, proiettati anche attraverso la pubblicità come si è già accennato, che spinge a far «somigliare a qualcosa o qualcuno» attraverso il consumo dei prodotti di consumo.

«Chi mi ama mi segua» oppure «Non avrai altro jeans all'infuori di me» due degli slogan più celebri del noto marchio italiano di jeans nella storia della pubblicità. Le parole sacre di Gesù vengono parafrasate e usate per la promozione della campagna pubblicitaria fortemente provocatoria. Immagine provocatoria anche quella proposta da Pierbattista nell'opera intitolata *Crucifixion*, dove viene presentata la crocifissione di Gesù portante attorno il collo lo strumento pesante della Sua morte: simbolo del martirio, del dolore e dell'istituzione del cristianesimo in seguito.

3 K. Marx, *Critica della filosofia del diritto di Hegel*, Introduzione in *Scritti politici giovanili*, p. 395

«Guardatevi e tenetevi lontano da ogni cupidigia, perché anche se uno è nell'abbondanza la sua vita non dipende dai suoi beni»⁴ predicava Gesù secondo le sacre scritture del cristianesimo. A questo punto arriviamo alla considerazione che il possesso dei beni materiali anche all'interno della società di allora era importante per garantire piacere o felicità. Il pensiero della figura di Gesù è indirizzato alla strada opposta. I beni materiali non possono garantire una vita senza sofferenza oppure una vita eterna. L'uomo moderno è un uomo illuso e convinto di poter tenere tutto sotto controllo.

Ma nonostante tutto, non è l'uomo che si trova al centro dell'universo ora, neanche Dio se è per questo. Sono gli oggetti di consumo che dominano rendendo l'uomo speciale, capaci di donare felicità o serenità e che assumono degli effetti antidepressivi o diventano elementi che possono costruire una sorta di status sociale "importante". E questi prodotti si trasformano pian piano in oggetti di culto che rafforzano le mura costruite non per proteggere ma spesso per dividere.

Veny Parasiadou

Nelle pagine seguenti, in ordine:

I swear im not the devil (30x42 cm, smalto e acrilico su carta, 2008)

Mark Chapman (30x42 cm, smalto e acrilico su carta, 2008)

Charles, oh Charles (149x81 cm, smalto su carta, 2006)

Crucifixion (50x70 cm, acrilico e acquerello su carta, 2010)

Valerio Pierbattista è nato a Roma, cresciuto in Israele e in Svizzera, mentre il ritorno alla capitale italiana avviene verso la metà degli anni Novanta. Il suo pensiero e sguardo artistico spesso lo spingono al di fuori dei confini italiani con mostre in paesi come Francia, Svizzera, Olanda, Inghilterra, Cile e Stati Uniti. Recentemente e a partire dagli inizi del 2011, il suo operare artistico ha subito una delle svolte più significative e radicali nel corso della sua vita creativa cambiando totalmente approccio, tecnica e stile. Maggiori informazioni all'indirizzo www.valeriopierbattista.info

Veny Parasiadou è nata e cresciuta in Grecia. Nel 2000 si è trasferita in Italia e si è iscritta all'Università di Lettere e Filosofia dell'Aquila, specializzandosi in storia dell'arte. Ha continuato la ricerca e lo studio anche al di fuori del cerchio accademico. Dal 2010 vive a Roma, dove è in contatto con la realtà artistica romana e internazionale.

4 Vangelo Secondo Luca, 12, 15.







