

IL TRAMEZZINO DEL DINOSAURO - 100 oggetti, comportamenti e manie della vita quotidiana

di Marco Belpoliti, Guanda, pp. 214, Euro 13,00

Il termine “virtuale”, sempre più usato nel linguaggio di tutti i giorni, è diventato un momento di confronto e riflessione per molti studiosi. Se nel linguaggio comune il significato viene esteso fino ad includere qualsiasi surrogato della realtà in formato digitale, da un punto di vista tecnico con “realtà virtuale” ci si riferisce ad un particolare tipo di simulazione interattiva, nella quale lo spettatore, in interazione con un computer, può esplorare ed interagire con una rappresentazione tridimensionale di oggetti ed ambienti, provando la sensazione di essere nell’ambiente stesso che, pur non esistendo concretamente, può essere percorso ed osservato.

Ormai abituati a questo mondo virtuale sempre più perdiamo contatto con quello reale, fatto di oggetti che nascono dalle manipolazioni che l’uomo da millenni opera sulle materie prime che la Natura ci offre (grano, carbone, ferro, latte, pietre preziose, petrolio), che sono alla base della nostra economia, che testimoniano una lunga storia di utilizzazione da parte dell’uomo e che possono insegnarci una geografia sorprendente. Per esse l’uomo ha lavorato ed ha lottato:

sapere cosa c'è dietro ogni singolo bene della Terra che usiamo nella nostra vita quotidiana ci consente di apprezzare meglio il valore non solo economico di quel bene e di scoprire che dietro l'acquisto di un oggetto c'è un mondo di storie, luoghi, culture, creatività e abilità affascinante. Dalla conoscenza non può che nascere il rispetto anche per gli anonimi artefici di oggetti che in qualche modo hanno contribuito anche alla crescita delle potenzialità umane.

Questo volume è una raccolta di cento pezzi brevi, accompagnati da disegni - già usciti sulle colonne della «Stampa» nell'arco di una decina d'anni - in cui Marco Belpoliti getta uno sguardo inusuale sulla nostra vita quotidiana e, più esattamente sugli oggetti, i comportamenti e le piccole manie di ogni giorno.

Il suo sguardo si rivolge alle cose minime, quelle di cui nessuno si cura, ma che invece definiscono molti aspetti della nostra vita: gli oggetti d'uso hanno infatti invaso la nostra casa, gli ambienti dove lavoriamo, mangiamo, i luoghi che frequentiamo. Dagli shopper alle chiavi, dai sedili agli spazzolini da denti, dai tornelli ai tramezzini questi piccoli oggetti consentono all'autore di intessere fulminanti ragionamenti sull'abitare, sul consumo, sulla natura stessa delle merci, sugli spazi pubblici, sulle manie private, sulle paure e sulle ansie a cui andiamo soggetti.

Questi dettagli sepolti nell'inconscio, se osservati con occhio attento, posso raccontarci cose di noi che nemmeno i migliori saggi sociologici-antropologici-massmediologici riescono a fare. Un viaggio interessantissimo nella vita di tutti i giorni che si può leggere in ordine alfabetico o saltando leggiadramente di qua e di là, assumendolo come una pastiglia contro la superficialità sulla quale la vita di tutti i giorni ci fa

inevitabilmente scivolare.

* * * * *

Dal sito www.tecalibri.it riprendiamo alcune voci estratte dal libro: ***Bottiglietta***

Improvvisamente, quattro o cinque anni fa, negli uffici, nelle scuole, nelle caserme, nei tribunali, nella maggior parte dei luoghi pubblici, sono comparse le bottigliette d'acqua. Bottiglie di plastica che hanno sostituito le lattine per dissetare migliaia, o forse milioni, di italiani. Da tempo, da molto tempo, le fontane sono sparite dalle strade di gran parte delle città del Bel Paese. Resistono solo nelle piazze dei paesi e nelle città ricche d'acqua. Ma spesso il getto libero è stato sostituito dall'economico rubinetto. Perciò quasi nessuno, con un gesto molto antico, si piega più sotto il getto dell'acqua tendendo il cavo della mano per bere. Fino a una decina d'anni fa, si ricorreva al bicchiere d'acqua nei bar. Sulle acque pubbliche era caduto il discredito e la bottiglia di vetro era diventata il simbolo di una nuova purezza igienica. Ma poi quel decilitro di acqua minerale è diventato caro, carissimo. Perciò la gente ha smesso di bere nei bicchieri e al bar, sia perché più economico

(oggi una bottiglia da 0,50 litri costa mediamente tra i 50 centesimi e un euro) sia perché più pratico (si può bere dove e quando si vuole). La maggior parte degli italiani, soprattutto giovani, è passata alla bottiglietta. Così tutti bevono dal collo della bottiglia, attingendo direttamente dal recipiente, contravvenendo a un principio di etichetta che, almeno per la mia generazione, era categorico: in nessun caso si beve dalla bottiglia, ma dal bicchiere. Solo gli operai, i contadini, i lavoratori in genere, si dissetano accostando le labbra alla bottiglia. Ma non è solo una questione di costi e di ceto sociale. Nella nostra società postindustriale trionfano gli oggetti portatili. Ogni cosa è diventata sempre più piccola per essere portata con sé: dal computer al telefono cellulare, dal palmare all'ombrello, tutto l'essenziale per comunicare, scrivere, registrare, proteggersi, offendere, si è miniaturizzato. L'emblema di questo mondo portatile è ovviamente lo zainetto: la casa portatile, dentro cui c'è di tutto. L'acqua potabile è ora portatile. La bottiglietta è il nostro modo per accedere alla purezza, in modo pratico e conveniente. L'acqua, simbolo della vita stessa, della rigenerazione, della freschezza e della salute, grazie alla bottiglietta in polivinilcloruro, è ora un bene individuale. Se le fontane rappresentano la civiltà contadina e il bicchiere condensa l'immagine della civiltà borghese, la bottiglietta raffigurerà invece la società postindustriale: trasparente, fluida, flessibile, autonoma, immateriale. Tuttavia, come ci ricordano gli organizzatori della prossima «giornata mondiale dell'acqua» due miliardi di persone non hanno ancora accesso all'acqua potabile.

Bottone

Hanno aperto nuovi negozi. Vi si rammenda, si cuce, si fanno gli orli a gonne e pantaloni, s'attaccano i bottoni. Per lo più nelle grandi città — Roma e Milano —, perché nelle città di provincia questi mestieri di piccola sartoria li fanno ancora le donne di casa. Sempre più persone vivono da sole — single — e hanno sempre meno tempo per la manutenzione di oggetti, cose, vestiti. Anche la scomparsa dal programma delle scuole medie delle ore di cucito ha contribuito a questo; la materia «Economia domestica» è stata abolita in modo unilaterale dal Sessantotto, invece di estenderla, lo ricordava Carlo Petrini, ai maschietti. Un altro colpo l'ha ricevuto dall'abolizione del servizio militare obbligatorio: lì si imparava per forza di cose a cucire i bottoni della divisa, essenziali per ricevere licenze. Poco prima della sua scomparsa, nel 1985, Italo Calvino, interrogato da un intervistatore televisivo sulle cose essenziali da sapere per il prossimo millennio, aveva detto: prima cosa, saper attaccare i bottoni. Un'affermazione che dà da pensare. Del resto, in molti alberghi, oltre a fornire ai clienti saponette, sali da bagno, shampoo, spazzolino, pantofole, si offrono piccoli nécessaire con ago, filo e qualche bottone di emergenza. Il bottone, spiega Daniel Roche in *Storia delle cose banali*, è un oggetto prettamente maschile, segno della potenza virile; donne e bambini uniscono invece gli orli dei loro abiti per mezzo di spille e lacci. Lo si vede bene nei giochi infantili. Lucien Febvre, il grande storico francese, prima della Seconda guerra mondiale aveva pensato di

scrivere una storia del bottone, per rivelare la geografia e la gerarchia di un tipo di abitudine mentale in cui il cucito si oppone al drappeggiato, il maschile al femminile. La donna viene sempre frenata nella sua attrazione per stoffe e articoli di merceria, e anche questo è un aspetto, seppur occulto, della lotta tra i sessi. I bottoni sono apparsi nel XIII secolo in Italia, mentre erano già in circolazione in Francia da prima. Si chiamavano «pomelli» o «maspilli», e servivano ad aprire la manica per infilarla e poi abbottonarla stretta (Rosita Levi Pisetzky,

Il costume e la moda nella società italiana).

Nelle miniature dell'epoca la loro forma e dimensione è volutamente esagerata, probabilmente a scopo ornamentale. La praticità sembra l'ultima cosa che interessa ai medievali. Indossavano i vestiti passandoli dalla testa e su un abito al massimo applicavano uno o due bottoni per allargare il varco dello scollo. Nella prossima riforma scolastica dei primi cicli d'insegnamento si può pensare d'introdurre di nuovo «Economia domestica», affiancandola ad «Applicazioni tecniche», sia per le femmine sia per i maschi? Visto che i bottoni li hanno introdotti i secondi, è bene che sappiano attaccarli. Calvino docet.

Occhiali

Gli occhiali sono cambiati. Da strumento ottico sono diventati un oggetto di moda. A dire il vero è un'evoluzione iniziata da parecchio tempo, almeno da quando le griffe del settore ne hanno fatto un capo d'abbigliamento producendoli con il proprio marchio. Ma forse anche da prima. Sono apparsi occhiali in cui le stanghette stringono le tempie invece di appoggiarsi alle orecchie, ritorno alle origini medievali. Poi sono comparsi occhiali decorati con strass o brillantini di diversi colori. Una marca, Mood, ha messo in commercio occhiali colorati, in cui il cigliare (o frontale) e le aste sono prodotte mediante due lastre di acetato che inglobano uno strato di tessuto di seta: pezzi unici, diversi l'uno dall'altro. Alan Mikli, un altro produttore francese, vende occhiali numerati. Un recente modello ha il cigliare dello spessore di tre centimetri, decorato da una scacchiera bianca e nera, motivo riprodotto anche nella parte interna delle aste. Da un paio di estati si sono però diffusi occhiali a mascherina con la lente polarizzata, che ricoprono parte del viso. Li ha messi sul mercato quattro anni fa Gucci, ma senza troppo successo. La scorsa estate li avevano tutti, o quasi, uomini e donne. Anche in questo caso la produzione diversifica aste e frontale decorandoli: la griffe o marchio diventa un elemento decorativo o strutturale (Dolce & Gabbana). I maggiori produttori industriali sono italiani, in particolare Luxottica, la più grande industria mondiale del settore. Del resto,

l'invenzione degli occhiali è avvenuta in Italia. Come racconta Chiara Frugoni in *Medioevo sul naso*, nel 1304 durante una predica in Santa Maria Novella a Firenze, Giordano da Pisa ne annuncia la nascita tacendo però il nome dell'inventore. La Frugoni afferma che si tratta di un laico; li ha costruiti con vetro e ossa e ne ha conservato per un certo tempo il segreto. All'inizio la loro forma è a pince-nez; li usano soprattutto i religiosi per correggere la presbiopia; servono a leggere, ma anche a far di conto, ovvero a «fermare sul foglio debiti altrui e illeciti guadagni»: gli usurai. L'occhiale è il perfetto complemento per l'intellettuale. Oggi è invece un abito o un suo accessorio, qualcosa da ostentare, invece che da nascondere. Non ha più infatti la forma di una protesi spartana. Diventa una vera e propria maschera. E non se ne possiede uno solo, bensì tanti e diversi, da indossare a seconda dell'umore o del gusto, per dar forma alla propria identità. Servono non solo per nascondere, ma anche, e soprattutto, per mostrare.