



## Il dibattito

### Quei cuori trafitti come il buon gusto



Raffaele Aragona

**N**apoli città d'arte e cuori trafitti. È quanto può notarsi in questi giorni in città laddove, nell'approssimarsi del giorno di San Valentino, campeggiano grandi cuori rossi, alcuni luminosi e naturalmente trafitti dal dardo di un invisibile Cupido.

> Segue a pag. 31

## Dalla prima di cronaca

### Cuori trafitti e buon gusto

Raffaele Aragona

A migliorare la scena, enormi pubblicità, tutte luminose, impegnano l'intera larghezza delle strade prescelte, mentre altrove ritornano immancabili le installazioni del LOVE in caratteri cubitali.

Se la stupidità, a dire di Carlo Maria Cipolla, danneggia l'intera società attuando una congiura contro il senso e la ragione, la mala intelligenza degli imbrattatori del pianeta non è da meno. Se, infatti, merita credito l'affermazione di Dostoevskij a proposito della

bellezza salvatrice del mondo, viene da ritenere vero anche il contrario: «il brutto occluderà il mondo» e, citando Gilles Hertzog, «ci sono episodi del contemporaneo che decivilizzano e gli autori di certi misfatti diventano gli «imbruttitori» di se stessi».

Come nel caso più volte ricordato dei totem di Mendini, posizionati a volte in zone di pregio o? del medesimo designer milanese? dei chioschi realizzati ai margini della Villa Comunale e della stessa cancellata (ormai anch'essa in parte «cancellata» da interventi sconsiderati) o delle mastodontiche pubblicità a copertura di restauri più o meno effettivi, come quello recente della cosiddetta «colonna spezzata» oscurata dalla figura della fascinosa Belén, tanto per fare qualche esempio nostrano.

Il cattivo gusto impera ovunque, però; basti soltanto

pensare al palazzo dei Dogi a Venezia, chiuso anni addietro da una gigantesca pubblicità Coca-Cola.

Del resto, a proposito di tali «coperture», non possono sempre valere le motivazioni di ordine economico; i benefici, in realtà, sono soltanto apparenti e sono superati dal costo che vien pagato in termini di immagine. Un'immagine scalfita che può produrre un mancato «ritorno» anche in termini economici. A Raffaele La Capria capitò di notare come oggi «si insista troppo poco sull'importanza del fattore estetico; ma l'Arte e la Bellezza hanno un'importanza che travalica l'ambito comunemente loro attribuito e si estende in altre direzioni». Il restauro rischia allora di spazzare via il patto di bellezza tra i monumenti e noi e «aiuta» a diffondere una sorta di diseducazione alla bellezza e accentuare certe disuguaglianze

che sono la causa di ogni avvertito affronto.

Certamente non c'è tanto da reagire contro le aziende pubblicizzate, diventate modificatrici di un ambiente originario lungi dall'aver ordito un complotto; l'imbruttimento potrebbe allora sembrare un processo senza soggetto e senza colpevoli. Non è invece così: le reazioni possono e devono essere rivolte contro coloro che, in un modo o nell'altro sono a tutela di un bene non materiale: in primo luogo la Soprintendenza ai beni culturali e, perché no?, l'assessorato al decoro urbano, quando c'è.

Qui a Napoli non c'è, c'è soltanto una delega affidata a chi agisce attivamente e principalmente per cose dello sport. Se non è in grado di interessarsene, allora si faccia aiutare e consigliare da «esperti»: basteranno persone di buon senso.