

## «Rinascimento nero» o marketing?

La giovane poetessa di colore, star del giuramento presidenziale, è già un'icona di stile  
Tra interviste e ricchi contratti, ci si chiede che spazio resti per la battaglia culturale

■ «Il rinascimento nero». È attorno a questo concetto che ruota l'ultimo numero della rivista *Time*. Numero che trova al proprio centro l'intervista dell'ex first lady, **Michelle Obama**, ad **Amanda Gorman**: la giovane poetessa afroamericana, divenuta particolarmente nota dopo aver recitato un suo componimento (*The Hill We Climb*) durante la cerimonia di insediamento di **Joe Biden**. L'intervista verte in generale su questioni artistiche, ma affronta anche temi di carattere politico. «La poesia e il linguaggio», ha dichiarato la poetessa nel corso del colloquio, «sono spesso al centro dei movimenti per il cambiamento. Se guardiamo alle proteste di Black lives matter (Blm), vedete striscioni che dicono: "Ci hanno seppelliti ma non sapevano che eravamo semi". Questa è la poesia che viene messa in campo per parlare di giustizia razziale. Se analizzi il discorso di **Martin Luther King** "I have a dream", è un ottimo documento di retorica che è anche un grande documento di poesia, di immaginazione, di canto».

Ora, questa intervista e la stessa figura della **Gorman** pongono degli interrogativi sullo stato dell'attivismo americano a favore delle minoranze. Un attivismo che, sotto molti aspetti, suscita

delle perplessità per le sue connessioni con significative galassie del capitalismo. E il punto qui non è soltanto il contratto firmato dalla poetessa - subito dopo l'inaugurazione presidenziale - con la nota agenzia di moda newyorchese **Img Models**, né l'aver prestato la sua arte all'evento commerciale per antonomasia del **Super Bowl**. La domanda è più profonda. Se ti proponi di combattere un sistema che ritieni corrotto e negativo, come puoi farlo se accetti di entrare a far parte di quello stesso sistema? È su questa sottile linea che si gioca la differenza tra il condurre una battaglia politica, sociale, culturale (giusta o sbagliata che sia) e il cavalcare le sofisticate dinamiche del marketing.

È sempre molto facile citare la figura di **Martin Luther King**, facendone un santino buono per tutte le stagioni. Meno facile è ricordare che **King** fosse innanzitutto un pastore battista e che avesse vissuto sulla propria pelle che cosa volesse dire essere afroamericano nella Georgia o nell'Alabama degli anni Quaranta e Cinquanta. Meno facile - soprattutto oggi - è sottolineare che il suo fosse un messaggio dalle radici cristiane e che la sua battaglia per i diritti civili si muovesse in

un'ottica di unità nazionale. Un'ottica quindi lontana dalle forme di separatismo conflittuale, sul cui fuoco soffia invece oggi **Blm**. Senza poi contare il paradosso insito nelle radici storiche proprio di **Blm**: un movimento che, pur avendo ottenuto sostegno da ampi settori del capitalismo statunitense (a partire dalla **Silicon Valley**), dice di battersi contro le disuguaglianze economiche. Eppure fu **Malcolm X** (con cui **Blm** ha svariati tratti in comune) a dire: «Non puoi avere il capitalismo senza il razzismo».

Dimenticanze e paradossi che sono l'inevitabile conseguenza della cancellazione della storia. Un'operazione in cui il grande capitalismo è da tempo impegnato e a cui - guarda caso - si presta lo stesso **Blm**, nella sua furia iconoclasta. L'assenza di storia, tradizioni, radici, riferimenti rende l'essere umano un atomo manipolabile: una pura macchina da consumo. Tutto questo, mentre il passato diventa una melassa inestricabile e decontestualizzata, veicolata dalla **Netflix** di turno per rielaborazioni supinamente integrate al sistema. Perché alla fine qualcuno dovrebbe pur chiedersi che cosa c'entri l'arresto di **Rosa Parks** con i cappotti gialli griffati **Prada**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



OPERAZIONE La poetessa Amanda Gorman all'insediamento di Biden



2994 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE