

L'ARTE, IL TROPPO E IL FARE *IN MENO*

Pensieri intorno a uno spazio di resistenza possibile.

Questa riflessione prende spunto dal mio testo *I numeri rovesciati di Piquemal e Il fare in meno*, comparso sul n°6 di STRABISMI¹ interamente dedicato alla Biennale di Venezia e che riporto qui integralmente. Si parla dei numeri della Biennale come destino ineluttabile della Biennale.

Di questi tempi l'argomento, nei suoi tratti generali, sembra ricorrere in diverse pubblicazioni dedicate al sistema dell'arte contemporanea. In forme e con terminologie spesso diverse esse disegnano un panorama di critica del sistema che evidenzia alcune costanti, prima tra tutte il riconoscimento di una "deriva" entro cui si consuma una morte dell'arte non hegelianamente intesa quanto piuttosto quale portato del suo consumo, in quanto sparizione nell'espansione, o anche come morte impressa in filigrana nell'immagine ipervitalistica che oggi le appartiene. Si tratta di una "sparizione" diversa da quella che intendeva Paul Virilio² quando si riferiva esclusivamente alla perdita di materia imposta soprattutto dalla natura immateriale dei media. Oppure si tratta di un'altra faccia di quella "sparizione", dove la smaterializzazione trova la sua ragione nel cambio di statuto subito dall'opera quale effetto di quei fenomeni che riguardano l'economia nel suo insieme, sempre più smaterializzata in un processo esasperato di finanziarizzazione. L'opera non solo diventa un prodotto industriale -quindi inserita in meccanismi di produzione diretta del profitto- ma come tendenzialmente si conviene alla produzione industriale essa cessa di avere un corrispondente reale e si identifica esclusivamente con il valore finanziario conquistato. Damien Hirst e Jeff Koons, tanto per citare i casi più noti, lo sanno bene e il loro lavoro è esemplare da questo punto di vista. Per partecipare a pieno titolo ad un sistema che la vuole come componente attivo della propria economia, l'arte ne assume le modalità strutturali ridefinendo il proprio "corpo" secondo i dettami di un'industria culturale matura, propria di un sistema "postindustriale" quale è quello contemporaneo.

Ma andiamo con ordine. Mario Perniola³ parla di "artistizzazione" come di una condizione in cui "I confini del paradigma dell'«arte» si sono a tal punto allargati da comprendere potenzialmente qualsiasi cosa, vale a dire nulla". In tale accezione la nozione di "arte" si stempera e si ridefinisce in relazione a un sistema complesso di cui è parte attiva il suo contesto. Il contesto oggi si caratterizza per una "turistizzazione" della fruizione che si fa sempre più superficiale in quanto dominata essenzialmente da due fattori: la velocità e la quantità. I tour operator vendono programmi di visite alle città che includono le visite ai musei seguendo l'imperativo del *più in minor tempo*. L'"artistizzazione" dunque con la perdita di specifico comporta la perdita di significanza.

La fibrillazione dei confini del paradigma "arte" contenuto nel concetto di "artistizzazione" si avvicina per alcuni aspetti al dominio della "creatività generica" di cui parla Gabriele Guercio⁴, riferendosi al senso che il termine "generic" aveva in Clement Greenberg. La perdita di specifico si moltiplica e va di pari passo con "(...) una spinta a produrre, vendere e consumare «creativamente». (...) L'ideologia del marketing e il credo nel generico vanno in tandem" (Guercio, cit.)

¹ STRABISMI n°6, foglio aperiodico di Zentrum a cura di Ermanno Cristini e Luca Scarabelli

² Paul Virilio, *L'arte dell'accecamento*, Milano 2007, che sviluppa alcune tesi anticipate in *Estetica della sparizione*, 1992, Napoli 2016

³ Mario Perniola, *L'arte espansa*, Torino, 2015

⁴ Gabriele Guercio, *Il demone di Picasso*, Macerata, 2017

Due gli effetti principali: anzitutto un dilatarsi dell'offerta e della sua appetibilità presso un pubblico sempre più allargato che vede nel consumo di "creatività", genericamente inteso, un'occasione di promozione sociale e di impiego del tempo libero; in secondo luogo l'affinarsi di strategie culturali mutate dal marketing affidate a nuove figure professionali adeguate a vendere "sapore" di creatività.

Il primo effetto è quello che Tommaso Montanari e Vincenzo Trione⁵ definiscono "mostrismo", richiamandosi a quella "nefasta epidemia" che già indicava Cesare Brandi alla fine degli anni '60:

ovvero un declino della *densità* dell'arte entro una logica blockbuster che coinvolge l'intero sistema dalle componenti più direttamente mercantili, come sono le gallerie, a quelle più istituzionali come i musei e le Biennali. Organismi impegnati ad aumentare vertiginosamente di numero e di dimensioni, spesso ibridandosi nella ricerca della spettacolarità. È implicita la tendenziale trasformazione dei " (...) visitatori di una mostra in consumatori o, peggio, in clienti". (Montanari, Trione, cit.)

Il secondo effetto è quello che David Balzer⁷ indica con la nozione di "curazionismo", ovvero l'affermarsi diffuso della curatela nell'offerta culturale, e non solo, in quanto sigillo di qualità presunta. "A cura di..." si applica indifferentemente alla cucina e al fashion, ai viaggi e all'arte. "Il curatore assume un ruolo cardine, indispensabile, come agente, ambasciatore, organizzatore, mediatore e provocatore". (Balzer, cit.) Le pratiche curatoriali sono la forma di produzione/organizzazione/confezionamento dell'offerta con un'ispirazione cultural-manageriale. In ambito artistico, le mostre diventano *display* e il curatore in quanto nuovo giudice di valore si sostituisce al critico e assume un protagonismo che però nulla ha a che vedere con il protagonismo del *curatore-artista* teorizzato e praticato da Szeemann o da Bonito Oliva⁸, per esempio. Il *curazionismo* implica la perdita della valenza "etica" della curatela nell'accezione che essa poteva avere entro il concetto heideggeriano di "cura autentica" e, più che diventare "cura inautentica", si annulla in un "ismo" il cui senso si esaurisce nel vocabolario del management.

Dinnanzi all'avvento del curatore in questi termini, ovvero più precisamente del *curator*, come non pensare a *l'eclisse* dell'intellettuale di zolliana memoria?⁹ Senza voler cadere in visioni apocalittiche, tuttavia è un dato di fatto che la professionalizzazione del ruolo intellettuale è tendenzialmente preclusiva dell'esercizio di quella trascendenza capace di sfuggire alla specializzazione per sfuggire alla frantumazione imposta dalla divisione del lavoro, in modo da costituirne presenza critica.

I fenomeni indicati come "artistizzazione", "mostrismo", "curazionismo" trovano conferma in una delle analisi forse più organiche comparse di recente sull'argomento, quella dedicata alla "società transestetica" di Gilles Lipovetsky e Jean Serroy¹⁰.

⁵ Tommaso Montanari, Vincenzo Trione, *Contro le mostre*, Torino, 2017

⁶ Cesare Brandi, *Le mostre, ahimè* (1968), in *Il patrimonio insidiato. Scritti sulla tutela del paesaggio e dell'arte*, Roma, 2001

"(un') infestante proliferazione di mostre-evento di scarso o nullo valore culturale, votate ad un'effimera spettacolarizzazione fine a sé stessa".

⁷ David Balzer, *Curazionismo*, 2015, Monza, 2016

⁸ Si vedano per esempio di Ambra Stazzone, Harald Szeemann, *L'arte di creare mostre*, Bologna 2014; Antonello Tolve, *ABOrigine*, Milano 2012

⁹ Elemire Zolla, *Eclissi dell'intellettuale*, 1959, in *Il serpente di bronzo*, Venezia 2015

¹⁰ Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, *L'estetizzazione del mondo. Vivere nell'epoca del capitalismo artistico*, 2014, Palermo 2017

I due autori collocano la questione dell'arte entro un universo complesso segnato da un capitalismo iperconsumistico fondato su un "modo di produzione estetico" diffuso ed esteso all'intera sfera dei prodotti e dei servizi. Ne consegue che un viaggio presso un tour operator è trattato alla stessa maniera di un prodotto artistico o del servizio di un centro benessere; tutti realizzano un "mercato globale dell'esperienza".

"(...)siamo in un'epoca in cui i sistemi di produzione, di distribuzione e di consumo sono impregnati, penetrati, rimodellati da operazioni di natura fondamentalmente estetica".

(Lipovetsky, Serroy cit.) Con il termine "estetica" gli autori intendono operazioni che toccano la sensibilità. In altre parole l'economia si evolve in quello che tradizionalmente è il suo opposto e si rigenera nell'assunzione di tale elemento polare svilito a simulacro di sé stesso.

"L'attività estetica del capitalismo, che era minore o periferica, ne è ormai diventata parte strutturale e fattore esponenziale (...) Non un'apogeo della bellezza nel mondo della vita, dunque, ma una riorganizzazione di quest'ultimo sotto il segno dell'artistizzazione commerciale e della fabbricazione industriale di emozioni sensibili". (Lipovetsky, Serroy cit.)

L'iperbole "fa mondo" declinandosi in processi di brandizzazione, Ibridazione, finanziarizzazione, globalizzazione, fino a disegnare una "cultura" dell'*iperspettacolo* e dell'*entertainment senza frontiere*.

Gli argomenti delle analisi a cui abbiamo fatto riferimento si ritrovano parzialmente già nella storia della critica alla società di massa e in prima istanza, ovviamente, in Adorno e Horkheimer¹¹. È il concetto stesso di "industria culturale", o, potremmo dire, di spostamento dell'asse dalla *sovrastruttura* alla *struttura*, a rendere naturalmente conseguente l'assimilazione della cultura ai modi e ai fini della produzione capitalistica. Sfrondata del manicheismo tipico del periodo, la visione francofortese coglieva già chiaramente quello di cui oggi, *mutatis mutandi*, stiamo parlando. In particolare l'*amusement* come imperativo etico della cultura di massa e suo valore primo è il medesimo concetto che più tardi svilupperà Edgar Morin¹² con la nozione di *cultura del loisir* e se si vuole è quello che oggi chiamiamo *entertainment*. Cambiano le dimensioni del fenomeno e naturalmente gli strumenti, ma esso ci appare come l'evoluzione di un processo, non privo di contraddizioni eppure relativamente organico, i cui prodromi erano leggibili nell'industria culturale "classica". Da questo punto di vista possiamo dire che il passaggio dal moderno al postmoderno al virtuale è segnato dalla conferma dei fondamentali d'origine. E tra questi fondamentali vi è anche quello che Morin indica con *sincretismo*, una unificazione o omogeneizzazione delle differenze -sotto le mentite spoglie della loro valorizzazione- attraversata da una confusione tra realtà e finzione. Quella confusione è indispensabile per dar corpo all'"irrealismo della società reale", per usare le parole di Guy Debord¹³: "Nel mondo *realmente rovesciato*, il vero è un momento del falso. (...) Tutto ciò che era realmente vissuto si è allontanato in una rappresentazione (...) Lo spettacolo in generale, come inversione concreta della vita, è il movimento autonomo del non-vivente" (Debord cit)

La nozione di "non-vivente" esclude che l'allargamento dell'area culturale corrisponda ad una diffusione reale della cultura. È indubbio che la massificazione segni un allargamento dell'area

¹¹ Mark Horkheimer, Teodor W Adorno, *Dialettica dell'illuminismo*, 1944, Torino 1966

¹² Edgar Morin; *L'industria culturale*, 1962, Bologna 1963

Ma negli anni 60 sono numerose le analisi dell'industria culturale; tra queste non si può non menzionare per esempio l'approccio sociologico di Abraham Moles, *Sociodinamica della cultura*, 1967, Bologna 1971, e naturalmente l'ampio lavoro di Jean Baudrillard da *La società dei consumi*, 1974, Bologna 1976; a *Per un'economia politica del segno*, 1972, Milano 1974

¹³ Guy Debord, *La società dello spettacolo*, 1967, Bari 1968

culturale, e in qualche modo una forma di “democratizzazione”, ma è altrettanto indubbio, e sono molte le riflessioni che si sono succedute su tale questione, che la diffusione di informazione non comporta necessariamente la crescita estesa di cultura. Anzi, l’iperbole del contemporaneo, sancendo la turistizzazione della fruizione, sembra confermare quel principio della teoria dell’informazione –già ricordato dall’ Umberto Eco di *Apocalittici e integrati*¹⁴– secondo cui il sovraccarico di informazione produce un sovraccarico di ignoranza. Il fenomeno riguarda l’“ontologia” dei media ma è particolarmente tangibile oggi dove la cultura della rete, e dei *social* in particolare, esprime nella logica del *like* un analfabetismo di ritorno a tutti gli effetti. “Non più «penso dunque sono», ma sono quel che mi piace, quel che mi piace qui ed ora. (...) Non è necessario dire perché «mi piace»: quel che conta è dire se mi piace o no.”. (Lipovetsky-Serroy, cit.)

Ovvero, il diventare direttamente economico dell’attività culturale e direttamente culturale dell’economia, più che produrre cultura diffondono intrattenimento. Anzi a tal proposito risulta particolarmente illuminante il concetto di *edutainment*, avanzato sempre da Lipovetsky-Serroy, per riferirsi ad una condizione in cui l’educazione è in realtà alibi dell’intrattenimento¹⁵.

In tale quadro si muove il sistema dell’arte e il rilievo che esso sta via via assumendo, sia come volume economico che come *appeal* anche presso il grande pubblico fa capo comunque ad una condizione in cui “ Si scivola sulle opere d’arte come si scivola con i pattini nei corridoi e come si naviga a gran velocità sul web”. (Lipovetsky / Serroy cit.) Allo “scivolare” non sfugge neppure la trasgressione che, come già osservava Windt, ha perso il suo “pungiglione”, *arrotondato* dall’integrazione del “sensazionale” nello spettacolo. Quella condizione che anche Žižek¹⁶

addita quale possibile “verità nascosta” del contemporaneo: il trash che tende a riempire “il Luogo Sacro della Cosa”

Dunque in realtà la “società estetica” è una società *non* estetica, in quanto *estetizzante*, di qui il “non vivente”.

Se per estetica si intende un’attività formativa – quel “mettere in forma”¹⁷ capace di dare forma a una *weltanshaung*, a un *ethos*, allora la “società transestetica” è una società non estetica perché è implicita nel suo presupposto la rinuncia ad una *narrazione* intesa come disegno di un percorso di senso.

Quasi paradossalmente, l’unica risposta possibile alla deriva dell’*estetizzante* è l’affermazione dell’estetica, nella sua natura di “significante eccedente”, ovvero di quella conoscenza che riguarda il *sapere che non si sa* e che per essere conoscenza presuppone appunto la capacità di tracciare percorsi di senso.

Un’attività “silenziosa” e “lenta” , se si vuole; l’antitesi dello “scivolare sui pattini” e la cui voce può manifestarsi solo nell’afonia di una marginalità spettacolare.

Christian Caliandro¹⁸ recentemente parlava della necessità di “opere e artisti umili che si sottraggono”; per certi aspetti è il “darsi alla macchia” duchampiano che tra l’altro ha il suo

¹⁴ Umberto Eco, *Apocalittici e integrati*, Milano 1977

¹⁵ Si pensi per esempio al “didattichese” ormai eletto a lingua ufficiale dei musei, sempre più impegnati a confezionare *display* dal sapore educativo per adulti e bambini.

¹⁶ Slavoj Žižek, *Il trash sublime*, 2000, Milano-Udine 2013

¹⁷ Ancora continua a costituire un imprescindibile riferimento per quanto riguarda la nozione di forma come processo la lucida visione di Luigi Pareyson, *Estetica. Teoria della formatività*, 1954, Bologna 1960

¹⁸ Christian Caliandro, *Essere presenti scomparendo*, in *Artribune*, 2018

presupposto nel “dilettantismo” in opposizione alla specializzazione. Potremmo dire: una sottrazione dell’intellettuale alla sua eclisse attraverso l’eclisse.

Ma ciò non ad intendere una sparizione *tout court*, che in qualche modo corrisponderebbe ad una fuga o ad una abdicazione al ruolo.

La sparizione duchampiana è un esserci in assenza e tale sfida oggi sembra assumere un significato particolare quando l’iperbole della presenza trasforma le cose in pura apparenza delle cose. *L’inazione* si esercita come spazio di resistenza solo se si staglia sullo sfondo dell’azione, in un “mostrarsi”, cioè, intermittente. Forse potrebbe essere una forma di *discrezione* nell’accezione che il termine ha in Pierre Zaoui¹⁹: “Gli eroi moderni incarnano ora i fantasmi di onnipotenza di chi sogna solo di apparire (...) Da qui la scommessa politica e attuale della discrezione. (...) a renderla viva (la discrezione n.d.r.) è proprio il contesto e il gioco dei luoghi in cui si manifesta. (...) Non potremmo dunque essere costantemente discreti, dal momento che la discrezione stessa presuppone una dialettica più sottile dell’apparizione e della scomparsa, della mostrazione e del riserbo.”

Poiché lo specifico stesso dell’attività creativa è una dialettica tra potenza e privazione, la discrezione è in assoluto una condizione del fare artistico, ma essa risulta assumere un’urgenza particolare oggi in quanto sfuggire all’aggiungere nutrendosi del togliere pare essere l’unico spazio possibile a cui attribuire il valore di una sorgente di senso.

<https://walktable-art.jimdofree.com/>

¹⁹ Pierre Zaoui, *L’arte di scomparire. Vivere con discrezione*, 2013, Milano 2015