

MUSE POLIFILE

Ricerche di sociologia dell'arte

La presente pubblicazione è stata realizzata con il contributo di



Università degli studi di Udine



EST Dipartimento di Economia Società e Territorio



Consorzio universitario del Friuli

In copertina

Abito di Roberto Capucci, 1995

© **FORUM** 2005

Editrice Universitaria Udinese Srl
Via Palladio, 8 – 33100 Udine
Tel. 0432 26001 / Fax 0432 296756
www.forumeditrice.it

ISBN 88-8420-297-3

MUSE POLIFILE

Ricerche di sociologia dell'arte

a cura di
Raimondo Strassoldo

volume 3

FORUM

INDICE

<i>Prefazione</i> di Raimondo Strassoldo	pag. 7
<i>Introduzione</i> di Raimondo Strassoldo	» 11
I. Arte e natura	
<i>Raimondo Strassoldo</i> Arte e natura: cenni introduttivi.....	» 25
<i>Lorena Di Valentin</i> Giuliano Mauri in Valle di Sella.....	» 33
<i>Marina Meleleo</i> César Manrique a Lanzarote.....	» 49
<i>Silvia Mason</i> Bruno Munari: arte, design e natura.....	» 63
<i>Anna Marzona</i> I nuovi giardini delle meraviglie. I parchi-museo di scultura contemporanea e la collezione Marzona a Verzegnis.....	» 79
<i>Laura Scapolan</i> I cerchi nel grano. Tra arte, natura e mistero.....	» 97
II. Arte e...	
<i>Sergio Floreani</i> Arte e sport.....	» 105
<i>Francesca Zambon</i> Arte e moda.....	» 131
<i>Aiguana Foscarini</i> Arte e pubblicità.....	» 173

Illustrazioni	» 191
 III. I soggetti dell'arte: critici e artisti	
<i>Paola Granzotto</i> I critici.....	» 227
<i>Marika Brun</i> Essere artisti nella provincia di Pordenone.....	» 247
<i>Claudia Calligaris</i> Gli artisti e il loro pubblico.....	» 253
<i>Eugenia Cerioli</i> Essere artista a Padova.....	» 269
 IV. Varie	
<i>Sabrina Martinelli</i> I paesi dipinti. Il caso di Bordano, 'paese delle farfalle'.....	» 287
<i>Elena Sciacca</i> Tattoo. L'arte di decorare la pelle.....	» 303
<i>Silvia Grosso</i> La Movida. Un caso di effervescenza socio-artistica.....	» 315
<i>Eleonora Di Filippo</i> Comunicare l'arte contemporanea. Un'indagine sulle riviste di settore.....	» 329
<i>Sandra Bresin</i> Fondazioni per l'arte.....	» 343
<i>Katja Tonelli</i> La percezione di <i>Guernica</i> : un'indagine psico-sociologica.....	» 363

Prefazione

*Ai/alle giovani
che illuminano
questo nostro bel mestiere*

Tra i miei amori giovanili c'è anche l'Hypnerotomachia Poliphili: quest'opera capitale del Rinascimento, scritta in una sontuosa lingua inventata, corredata da splendide xilografie, lussureggiante di affascinanti simbolismi innestati in un itinerario iniziatico; una specie di Divina Commedia neo-pagana. Sulla reale identità del suo autore, Francesco Colonna, si scontrano ancora, con straordinario impegno, gli studiosi più illustri dei nostri tempi; chi continua ad indicarlo in un lussuoso fraticchione trevigiano e chi propone di individuarlo in un principe romano, della superba famiglia che si gloriava di discendere dai Giuli e quindi, via Anchise, da Venere stessa. L'ho scoperta, quest'opera, quando ho cominciato a interessarmi di storia dei giardini, perché l'Hypnerotomachia è stata una delle fonti dei programmi iconologici dei giardini rinascimentali.

Polifilo è l'amante di Polia, la Natura nella sua infinita molteplicità e diversità (da polùs). Non ho dovuto quindi pensare molto per trovare un aggettivo che, mantenendo una certa eufonia con quelli usati nei titoli dei precedenti due volumi di questa collana (Muse demotiche e Muse neotecniche), descrivesse con qualche accuratezza i contenuti di questo terzo volume. Il blocco caratterizzante è infatti costituito da cinque lavori che esplorano altrettante diverse modalità di rapporto tra arte e natura. Non ho potuto fare a meno di premettere alcune pagine di mie personali riflessioni su questo tema, perché esso costituisce il nucleo fondamentale dei miei interessi di sociologia dell'arte; come è evidente anche dal mio manuale introduttivo del 1998, che inizia con un capitolo dedicato ad 'arte e natura', prosegue con un altro su 'la natura dell'arte', e conclude con approfondimenti su 'la natura nell'arte'. È, ne sono cosciente, un approccio piuttosto anomalo a questa disciplina, e deriva ovviamente sia dalle mie esperienze personali sia dai miei precedenti studi di ecologia umana e sociologia dell'ambiente.

Polifilo, si è detto, è anche l'amante della molteplicità, della varietà. E in effetti in questo volume, oltre ai capitoli su arte-e-natura, ve ne sono anche tredici altri che trattano di svariati argomenti. Un secondo blocco riguarda infatti le relazioni tra l'arte 'in senso stretto' (quella di cui si occupano i testi e le istituzioni di critica e storia dell'arte) e altri ambiti istituzionali importanti nella nostra società: lo sport, la moda, la pubblicità. Il terzo blocco approfondisce invece quello che, secondo qualche concezione, dovrebbe essere il nucleo centrale della sociologia dell'arte, cioè la figura dell'artista. Personalmente sono sempre stato molto attratto più dai fenomeni di margine (di frontiera, di confine, di interstizio; cioè dalle relazioni tra sistemi, dalle zone di sovrapposizione e con-fusione tra ambiti sociali diversi) che da quelli 'centrali'. I rapporti tra l'arte e altri fenomeni sociali mi hanno interessato più di quelli tutti interni al sistema dell'arte stessa; come si può vedere anche dagli indici degli altri due volumi. In particolare il sistema dell'arte contemporanea, in sé e in senso stretto, non riesce ad affascinarmi più di tanto. Per questo non avevo finora promosso molto gli studi sui suoi attori. Comunque, dopo i galleristi e i collezionisti, stavolta tocca a critici e artisti. Infine, al solito, vi è un'ultima categoria mista, con sei lavori.

Dopo quanto scritto nelle precedenti prefazioni, sulle motivazioni, finalità e criteri redazionali di questi volumi, non ho molto da aggiungere qui. Posso solo ribadire che, di norma, alle tesiste ho sempre chiesto di premettere alle ricerche sui loro oggetti specifici un breve inquadramento storico-teorico generale. Ovviamente in queste parti introduttive non si possono pretendere grossi 'contributi originali alla conoscenza scientifica'; esse servono allo studente, e all'eventuale lettore non specialistico, a contestualizzare l'oggetto in uno scenario culturale più ampio. Della bontà di questo metodo (forse più didattico che scientifico) non sono riuscito a convincere tutti i colleghi; spesso, in sede di commissioni di laurea, ho dovuto difendere queste introduzioni contro colleghi specialisti (soprattutto di storia, che è la disciplina dominante nella mia Facoltà) che le trovavano banali, superficiali, scontate, generiche, imprecise, eccetera. Ciononostante continuo a ritenere di aver ragione, e le ripropongo qui.

Come già avvertito nelle precedenti prefazioni, i miei interventi sono stati di solito più consistenti in tali introduzioni. Non si può infatti pretendere che una laureanda sia in grado di ricostruire con maturo senso delle proporzioni, in poche pagine, grandi scenari storico-teorici. Ho invece rigorosamente rispettato le considerazioni conclusive delle autrici, più legate alla loro personale esperienza di ricerca, e ai loro valori vitali profondi; anche quando non le condividevo del tutto. Nelle conclusioni di un lavoro, come diceva G. Homans, ogni autore ha diritto di andare al di là delle risultanze del suo studio, ed esprimere i propri sentimenti e valori personali. Le conclusioni di una tesi – di norma, la prima e l'ultima grande esperienza intellettuale, scientifica e letteraria di una persona – dovrebbero essere una gioiosa esplosione di energia spirituale, un salto finale verso cieli ancora sconosciuti, ma fortemente sentiti.

La pratica di relatore delle tesi e poi di curatore dei loro sunti mi ha fatto meglio comprendere il nucleo di verità del 'post-strutturalismo' circa la difficoltà di attribuire un testo ad un singolo individuo. Ogni testo è sempre una combinazione di significati derivati da altri testi, o da altri discorsi con altri soggetti; alcune di queste derivazioni possono essere riconosciute nelle note bibliografiche, ma in linea di principio ogni singola parola che usiamo dovrebbe essere accompagnata, in nota, da lunghe analisi sulla sua storia e sul modo in cui è arrivata fino a noi. Le rules of thumb che raccomandavo alle autrici erano di inserire mediamente due o tre note per pagina; ma chiaramente avrebbero potuto essere molte di più, o nessuna. Su questo tema non vi sono regole generali. Vi sono libri fondamentali nella storia della scienza in cui non appare alcuna nota; e tomi in cui per ogni pagina vi sono tre righe di testo e trenta di note. Si potrebbe sostenere che quello delle note è un problema eminentemente estetico, ma esso implica anche molte altre considerazioni di sostanza. Qualche volta ho accarezzato l'idea di scrivere un saggio sulla teoria delle citazioni bibliografiche, con particolare enfasi sul loro ruolo nella cristallizzazione delle gerarchie d'autorità e di potere nella comunità scientifica.

Un altro aspetto problematico in tema di citazioni è quello della bibliografia nell'era di internet. Ormai una quota notevole dei testi utilizzati dai laureandi nelle ricerche non è reperito nelle biblioteche e librerie ma scaricato dalla rete; e con questo strumento è ormai facilissimo costruire anche bibliografie lunghe a piacere, almeno su argomenti di attualità, come sono di solito quelli sociologici. La mia indicazione alle laureate è di riportare nella bibliografia di questi sunti tra dieci e venti testi fondamentali, prevalentemente libri, ma senza escludere qualche articolo e qualche sito web. Per questi ultimi tuttavia si pone il problema del controllo, data la loro volatilità nel tempo. Non ritengo di dover fare, oltre che il relatore e curatore, anche l'agente di polizia informatica.

Tre delle ricerche sono di argomento spagnolo e hanno tutta la bibliografia in quella lingua. In due casi, anche gli elaborati originali erano in lingua spagnola. Questa è una felice conse-

guenza del programma di internazionalizzazione delle università, in particolare dell'Erasmus/Socrates. La Spagna è divenuta una meta molto popolare di destinazione, tra le studentesse dell'Università di Udine. Ho accettato con piacere la richiesta delle laureande di scrivere la tesi in Spagna e in spagnolo – superando anche qualche perplessità della Facoltà – non solo quale ardente vecchio fautore dell'integrazione europea, ma anche quale recente innamorato di quel paese.

Contrariamente ai volumi precedenti, in questo i capitoli hanno una lunghezza molto variabile, da un minimo di cinque ad un massimo di cinquanta pagine. Spero che le autrici non me ne vogliano, ma questa volta ho temperato il sacrosanto principio dell'eguaglianza con mie personali valutazioni sulla quantità di informazioni interessanti e originali contenute nelle tesi.

Ringrazio le laureate che hanno collaborato a questa impresa (oltre alle diciassette femmine c'è anche un maschio; in queste condizioni credo che la vecchia regola grammaticale secondo cui 'il maschio sormonta' abbia meno senso che mai). Ringrazio i colleghi che hanno collaborato ad alcune di esse in veste di correlatori; in particolare, Bernardo Cattarinussi, Gianugo Cossi, Gian Paolo Gri, Simone Volpato e Lucia Zanuttini.

Raimondo Strassoldo

Novembre 2005

Introduzione

1. Arte e natura. Il primo capitolo di questa sezione è stato scritto quale ‘cappello’ teorico-concettuale comune ai cinque lavori seguenti. In ognuno di essi le autrici avevano premesso considerazioni più o meno ampie sui rapporti tra l’uomo, la società e l’artificio da un lato, e la natura (ambiente naturale, ecologia, ecosistemi, ecc.) dall’altro; argomento evidentemente molto attuale e sentito, e su cui esiste abbondante letteratura. Mi è sembrato opportuno farlo io per tutte, sia per evitare ripetizioni che per ridurre nella forma più breve e schematica possibile un tema molto complesso e infestato di luoghi comuni. Ma la motivazione di fondo è, come ho accennato in prefazione, che questo è un tema che mi appassiona profondamente, su cui ho lavorato per la maggior parte della mia vita, e non solo professionale; e al quale spero di poter tornare più sistematicamente in futuro. La bibliografia riportata è ovviamente solo un minuscolo campione-omaggio ad alcuni dei pensatori che più hanno modellato il mio pensiero, tanto tempo fa, su questi temi, e una segnalazione dei miei testi in cui si possono trovare molte altre indicazioni bibliografiche. Non vi si trovano indicazioni di testi specifici sui rapporti tra il pensiero estetico-artistico e quello naturalistico; questo è un tema su cui sto ancora lavorando. Qui posso anticipare che mi sto vieppiù convincendo che la natura sia più importante dell’arte e, contrariamente alla tradizione romantico-idealistica hegeliana, ritengo che la bellezza dei fenomeni naturali sia una qualità oggettiva e in complesso infinitamente superiore a quella prodotta dall’uomo. Credo cioè che dobbiamo tornare all’estetica classica e pre-moderna, e vedere nella bellezza della natura (e quindi della *natura naturans*, del suo Creatore) la fonte e il fine della bellezza artistica.

Lorena Di Valentin si è appassionata anch’essa a problematiche socio-ecologiche, ma anche, al tempo stesso, al ‘mistero’ delle cattedrali gotiche. In prima ipotesi, il suo lavoro di tesi avrebbe dovuto riguardare le radici ‘naturalistiche’ di queste fabbriche: la nuova sensibilità per la natura nella cultura basso-medievale, la famosa tesi della cattedrale come ‘foresta pietrificata’, la più recente tesi dei vincoli ecologici che ne spiegano alcuni caratteri strutturali, ecc. Tuttavia, durante le sue ricerche si è imbattuta nella ‘cattedrale vegetale’ eretta da Giuliano Mauri in Valle di Sella e la tesi ha assunto tutt’altra configurazione. Tenendo al suo centro la cattedrale vegetale, ha ruotato da un lato attorno alla figura del suo ideatore e dall’altro all’esperienza di ‘Arte nella natura’ dell’Associazione Arte Sella. La Di Valentin si è entusiasmata di tutto ciò, ha raccolto la documentazione, è andata più volte sul posto e da Mauri, e devo dire che ha saputo trasmettermi tale entusiasmo. Qui si sperimentano forme d’arte organicamente inserite nella natura, umili, francescane, piene di sentimento e valori, lontanissime da ogni speculazione di mercato. Alcune parole di Mauri mi hanno fatto vibrare corde profonde. Qualche riserva ho invece sulla riflessione conclusiva, in cui il valore della cattedrale vegetale e delle altre opere in Valle di Sella è attribuito alla loro capacità di farci ritrovare la nostra identità. Credo che questa enfasi sull’identità soggettiva, che permea i nostri tempi, sia sbagliata; e che il significato di quelle opere stia invece nel richiamarci a valo-

ri a noi esterni, oggettivi, trascendenti, assoluti; se non esplicitamente cristiani – come nei quadri di Friedrich, in cui si rappresenta l'unità di cattedrale e foresta – almeno di una religiosità naturalistica.

Marina Meleleo invece si è entusiasmata per César Manrique e l'isola di Lanzarote. Vi sono molte differenze tra i due casi: là una minuscola valle verde del Trentino, abitata da una manciata di persone; qui un'isola nerastra di lava e grigia di cenere, al largo del Sahara, con oltre 100.000 abitanti. Là una serie di modesti segni lignei nel bosco, destinati alla scomparsa; qui importanti costruzioni sulla roccia e dentro di essa, nelle caverne. Là arte 'pura e semplice'; qui l'applicazione di un rigoroso ed unificato design ad ogni sorta di strutture, dalla segnaletica stradale alle residenze, ai ristoranti, agli aeroporti. L'intera architettura e urbanistica dell'isola è stata modellata dalla visione del pittore César Manrique nell'intento di realizzare in essa una perfetta sintesi di arte e natura, per la felicità dell'uomo. Questo è, in tutte le civiltà, il compito del giardino, e per questo Manrique è stato definito il 'giardinere' di Lanzarote. Ciò che accomuna i due casi è la volontà di armonia tra le opere dell'uomo e il mondo naturale, e la concezione dell'arte come fonte di piacere, di gioia, di elevazione. La Meleleo si è imbattuta nel caso di Lanzarote mentre sondava la biblioteca della fondazione Benetton di Treviso, specializzata in storia e restauro dei giardini; è subito volata a Lanzarote, dove ha soggiornato alcuni mesi a studiare le opere e l'ambiente, parlare con i testimoni locali e raccogliere documentazione alla Fondazione Manrique. Ne è risultata una tesi molto accurata, ampia, articolata, approfondita, illustrata, che essa giustamente ha voluto scrivere in spagnolo. Ora sta continuando a lavorare in questo campo, in un master di progettazione ambientale a Madrid.

Di primo acchito può sembrare strano che un lavoro su Bruno Munari sia compreso in questo primo blocco, dedicato ai rapporti tra arte e natura. Munari compare alla ribalta, negli anni Venti, come pittore futurista e astrattista, e quindi in un contesto culturale non solo lontanissimo, ma anche fieramente avverso, per molti aspetti, alla natura. Gran parte delle sue opere più note sono di design industriale, e anche formalmente mostrano aspetti spigolosi, geometrici, meccanici, e adoperano materiali tipici dell'industria – metalli, plastica, ecc. – le stesse forme che si ritrovano nei suoi lavori di grafica pubblicitaria ed editoriale. E tuttavia anch'egli, in molti suoi scritti, afferma di aver tratto dalla natura i fondamenti della sua ispirazione, i criteri metodologici della sua progettualità. Arte non come imitazione della natura, ma come adozione dei principi con cui opera la natura: efficienza, funzionalità, semplicità, eleganza. Su questo aspetto si concentrano le più recenti interpretazioni critiche dell'opus munariano, che stanno alla base del lavoro di Silvia Mason. Qualche problema però rimane; se ne fa cenno nel mio saggio introduttivo. L'idea che l'artista non deve imitare le forme della natura, ma i suoi principi operativi, i suoi meccanismi interni; che la creatività artistica si pone in continuità con la creatività della natura, e quindi può superarla, in realtà sembrano abbastanza vaghe da giustificare qualsiasi cosa; e in effetti stanno alla base anche dell'astrattismo e di molte filosofie prometeiche e faustiane. Questi richiami alla natura suonano molto bene nel clima culturale degli ultimi trent'anni, caratterizzati dal pensiero ecologista e ambientalista; ma rimane l'impressione che siano un po' forzati. A parte questo problema di collocazione, non c'è dubbio invece che Munari sia un personaggio di grande rilievo culturale e artistico, di prodigiosa creatività, e umanamente molto interessante e simpatico; e Silvia Mason ha saputo ben trasmetterci questi sentimenti. Personalmente, quello che più mi convince di Munari è la sua insistenza sull'unità della creatività artistica, il suo rifiuto della distinzione tra 'arte pura' e 'arte applicata', l'enfasi sul bisogno umano di bellezza e sulle funzioni educative e sociali dell'arte.

Anche nel caso del ‘prato di sculture’ della collezione di Egidio Marzona a Verzegnis il richiamo alla natura appare un po’ esterno. Sì, è vero, una delle ragioni d’essere di questo tipo di esposizioni artistiche – la collocazione di sculture ‘d’avanguardia’ in giardini, parchi, campagna, boschi – sta, ideologicamente, nel porle in relazione (di armonia ma anche di contrasto) con l’ambiente naturale: la terra, le piante, il cielo, l’atmosfera, la luce. Ma v’è anche una ragione più pratica, e cioè che le sculture richiedono, di regola, ampi spazi attorno a sé per essere rettamente ammirate, e quindi la loro collocazione al coperto risulta costosa. D’altronde, gran parte delle sculture sono sempre state realizzate in materiali resistenti alle intemperie, appunto perché il loro destino normale è all’aperto.

Anna Marzona (non parente del collezionista: a Verzegnis Marzona è il cognome più diffuso) premette allo studio del caso una ricognizione di due distinti fenomeni artistici: uno, antichissimo, quale il collezionismo d’arte, e l’altro, recente, dei ‘parchi di scultura’. In ognuno dei due filoni cita alcuni casi famosi; non però Giuseppe Panza, la cui esperienza è per molti aspetti la più simile a quella di Egidio Marzona. Anche Panza, ad esempio, è riuscito a rivendere gran parte della propria collezione alla Fondazione Guggenheim, come Marzona al museo dell’Hamburger Bahnhof di Berlino. Per quanto riguarda il secondo tema, rileva che la moda dei parchi di scultura si trova alla confluenza di diversi filoni: quello, tradizionale, del giardino; quello, più recente, della land art; ma anche quello dei musei etnografici all’aperto e degli eco-musei, che a loro volta si inquadrano nella nuova sensibilità per i valori della natura e della campagna, che si traduce anche nell’agriturismo. Un esempio macroscopico e pionieristico di ‘parco di sculture’ che coinvolge un intero paesone può essere considerata Gibellina, sull’esperienza della quale bisognerebbe forse meditare un po’. Il caso Marzona è ancora del tutto aperto, sotto questo profilo; vi sono spinte per fare di Verzegnis un polo di attrazione di turismo culturale, e altre per collocare la collezione in un luogo più accessibile; a queste si oppongono quanti non credono molto nei valori dell’arte contemporanea. Devo confessare che personalmente io sono tra questi ultimi, ma, per solidarietà tra paesani, auguro ai Marzona e a Verzegnis ogni successo.

L’ultimo, brevissimo capitolo riguarda un fenomeno di incertissima collocazione, sotto ogni punto di vista: i ‘cerchi nel grano’, cioè quelle forme, anche di grandi dimensioni, spesso di notevolissima complessità, perfezione tecnica e fascino estetico, che a partire dal 1972 e dall’Inghilterra meridionale hanno cominciato a comparire improvvisamente nella notte sui campi coltivati di tutto il mondo (sviluppati). L’incertezza riguarda non tanto il genere artistico cui assegnarli – il candidato più ovvio è la land art, ma c’è qualche analogia anche con il *writing* – quanto la loro origine e le tecniche di esecuzione. C’è stato qualcuno, è vero, che ha affermato di esserne l’autore; ma si tratta di casi rarissimi e molto dubbi, a fronte di molte centinaia di ‘agroglifi’ documentati. C’è stato anche qualcuno che ha tentato di realizzarli pubblicamente, ma con risultati qualitativi lontanissimi da quelli dei cerchi ‘veri’. In sostanza, si tratta di una forma d’arte clandestina (e anche illegale), notturna, labile e sostanzialmente anonima; un po’ come i graffiti urbani. Ma vi sono anche delle differenze: in primo luogo, sono apprezzabili solo dall’aereo; in secondo luogo, molti credono che non siano opera umana, ma di misteriose forze naturali (telluriche o atmosferiche), extraterrestri o sovranaturali. Laura Scapolan ne è rimasta affascinata, e ha raccolto e analizzato centinaia di fotografie di cerchi, organizzandole in una tipologia e mettendole in relazioni con le immagini archetipe e le figure simboliche di tutti i tempi e paesi. Ha anche cercato di inquadrare sociologicamente il fenomeno, nella categoria dei *fads* (voghe) e dei *crazes* (manie); e ha compiuto una piccola ricerca sul campo (letteralmente) in due paesi del Veneto, Nervesa e Vigonovo,

dove rispettivamente nel 2003 e nel 2005 sono apparsi fenomeni forse definibili come agroglifi. Da un punto di vista sociologico-scientifico, non c'è molto da dire; ma non c'è dubbio che i cerchi nel grano sono frutto di grande maestria tecnica, che sono spesso molto belli e che sono tracciati su supporti biologici (se non proprio naturali), come le colture agricole. Hanno quindi tutti i titoli per essere trattati in questo blocco, dedicato ad 'arte e natura'. Da ex sociologo rurale posso aggiungere infine, *tongue in cheek*, che, in tempi di grandi dibattiti sui destini dell'agricoltura europea, le cui colture non sono più competitive sui mercati mondiali, forse trasformare i nostri campi in tela e pigmenti per questi quadri non è una cattiva idea.

2. Arte e... In questa sezione sono compresi tre lavori che esaminano le relazioni tra le arti in senso stretto (arti visuali: pittura, scultura e derivati) e alcune importanti istituzioni sociali: rispettivamente lo sport, la moda e la pubblicità.

In tutti e tre i casi si sono adottate prospettive storiche molto lunghe: dalle origini della civiltà occidentale nel caso dello sport, sostanzialmente dagli ultimi secoli nel caso della moda, e di un secolo abbondante nel caso della pubblicità. Nei primi due casi si è dato largo spazio – forse prevalente – all'analisi sociologica o storico-sociale, rispettivamente dello sport e della moda, piuttosto che ai loro rapporti con l'arte; e devo confessare che qui mi sono lasciato sfuggire un po' la mano, con il risultato che questi due capitoli sono risultati molto lunghi. Ciò è avvenuto anche perché da tempo sono affascinato dal ruolo che sport e moda hanno assunto nella società contemporanea. Fascino puramente intellettuale e professionale, perché personalmente non ho mai praticato né l'uno né l'altra. Da dove viene dunque questo interesse? Nel caso dello sport, dall'adesione ai valori della corporeità. Il corpo umano è un pezzo di natura, è lo strumento di realizzazione di ogni scopo e valore umano, anche i più alti; è fonte di piacere estetico e di altri tipi; la sua cura ed esercizio comporta anche effetti benefici sullo spirito (*mens sana in corpore sano*); ed è stato per molti secoli uno degli oggetti principali della figurazione artistica. Lo sport è una delle principali forme di valorizzazione della corporeità, e quindi è senza dubbio un'istituzione positiva. Ovviamente anche la corporeità e lo sport possono degenerare in forme esagerate, maniacali e dannose; come sta avvenendo, per alcuni aspetti, nel nostro tempo. Da un punto di vista socio-artistico è curioso notare che lo sport – la figura dell'atleta – è centrale nell'arte classica (dove è paragonabile solo a quello degli dei, dei principi e dei guerrieri), scompare del tutto nell'età di mezzo ma, a differenza di altri generi di figurazioni del corpo, *non* risorge nel Rinascimento. Tra Quattrocento e Settecento, le rappresentazioni di sport e atleti sono rarissime e di mediocre rango qualitativo. Le rappresentazioni dello sport nell'arte hanno una modesta ripresa nell'Ottocento, mentre nel Novecento si ha una polarizzazione tra le correnti d'avanguardia, che (salvo il futurismo) lo ignorano del tutto, e l'arte dei regimi totalitari, i quali per un paio di decenni lo rilanciano. Il rifiuto delle avanguardie artistiche di occuparsi di sport è un aspetto del loro rifiuto radicale della cultura di massa; cui fa da pendant, naturalmente il rifiuto da parte delle masse dell'arte di avanguardia. Invece, lo sport diviene uno degli argomenti centrali delle arti tecnologiche e dell'industria culturale (fotografia, editoria, cinema, televisione, ecc.). Questo, in sintesi, è quanto risulta dalla rassegna compiuta da Sergio Floreani sulla letteratura sia di storia e sociologia dello sport che di storia dell'arte; supportata anche dalla sua passione ed esperienza prima di sportivo e poi di dirigente in questo ambito (Floreani è stato uno studente *non più* lavoratore).

Francesca Zambon invece si è occupata di moda non solo sui libri, ma anche con una clas-

sica ricerca sul campo, per interviste ad alcune categorie di soggetti attivi in questo mondo (stilisti e rappresentanti di case di moda nel Nordest). Le dimensioni anomale del suo capitolo sono colpa mia. Come ho accennato, personalmente non pratico affatto la moda; ma ne sono affascinato come osservatore, sia per i suoi aspetti puramente estetici, sia per la sua importanza nella vita quotidiana della gente e nell'economia delle nazioni (e specialmente l'Italia), sia infine per il perdurante mistero che, malgrado molte analisi sociologiche, ancora circonda i suoi meccanismi più intimi. Faccio parte di un gruppo universitario di studi sui fenomeni di moda, con sede centrale a Milano, e ho letto parecchio sull'argomento; ma ancora non sono sicuro di aver ben capito come e perché la moda cambi come fa, e come e perché la gente accetti e anzi festeggi tanto i suoi cambiamenti. Francesca Zambon qui riporta molte analisi sociologiche illuminanti, ma c'è ancora molto che sfugge. Anche perché, mi pare, nessun sociologo finora è riuscito a compiere una ricerca sufficientemente ampia, approfondita, scientificamente rigorosa, sistematica, all'interno degli ambienti centrali del mondo della moda, le sue cabine di regia a livello globale. Esso vive in condizioni di splendido isolamento, quasi sacrale; sulle ragioni e finalità del quale si possono fare molte ipotesi. Come l'arte contemporanea, la moda sostanzialmente rifiuta di farsi analizzare (e quindi demitizzare, smascherare, demistificare) dalla scienza sociale.

Nello studio della Zambon si mettono in evidenza numerosi e stretti rapporti, in ogni tempo, tra arte e moda; essi sono ormai del tutto ufficializzati negli ultimi anni. Personalmente penso che da tempo la moda vestimentaria sia una forma d'arte per conto suo, che ormai non deve riconoscere alcuna superiorità a quelle tradizionali (pittura, ecc.). Una delle arti più vive, vitali e importanti del nostro tempo (accanto a cinema, architettura e design industriale), perché maggiormente contribuisce al piacere del vivere e alla crescita economica. Il lavoro della Zambon è articolato su diversi piani: c'è una sintesi storico-sociale dell'evoluzione della moda negli ultimi centocinquanta anni, una rassegna delle interpretazioni teorico-sociologiche, un'analisi dei rapporti tra la moda e le arti, in particolare la pittura e la fotografia, una rassegna di alcune problematiche teoriche e pratiche ancora aperte, e infine l'esposizione dei risultati delle interviste a 15 giovani stilisti e 16 rappresentanti di case di moda.

Alla pubblicità era stato già dedicato un blocco nel volume precedente di questa serie. Ho ritenuto non disdicevole tornarci, sia per l'ovvia centralità di questa istituzione nel mondo contemporaneo, sia perché allora si erano toccati argomenti piuttosto specifici (il caso Oliviero Toscani, i manifesti di pubblicità automobilistica della collezione Salce, l'uso di citazioni dall'arte 'alta' negli spot televisivi). Qui, nell'articolo di Aiguana Foscari, si affronta uno degli aspetti centrali, in un'ottica socio-artistica, del fenomeno: cioè i rapporti tra la pittura 'ufficiale' ('alta', 'pura', d'avanguardia' o come altro la si vuole chiamare) e la grafica pubblicitaria. Ma c'è un'altra ragione, latente, del mio interesse per questo mondo: ed è che da giovane avevo intenzione di fare il pubblicitario, e in quest'ottica ero anche partito per gli USA a studiare queste materie (pubblicità, comunicazione, relazioni pubbliche, ecc.) allora (1962) sconosciute nelle università italiane. Poi arrivò il '68 e cambiai prospettive, ma una certa nostalgia per quel primo amorazzo professionale mi è rimasta; e continuo a pensare, con i futuristi, che davvero la pubblicità sia una delle arti più vive e dinamiche del nostro tempo, e quella dove l'abbondanza di risorse attira e attiva i migliori talenti creativi. Nella rassegna della Foscari si evidenzia che la grafica pubblicitaria ('cartellonismo') è divenuta, a partire dal 1880 circa, una forma d'arte, seppure 'minore' e 'applicata', di grande valore; che essa ha risentito soprattutto di due correnti artistiche, il liberty e il futurismo, con qualche influenza

anche del cubismo, dell'astrattismo e del surrealismo; e che, a partire dal secondo dopoguerra, l'influenza delle correnti artistiche d'avanguardia sulla pubblicità è sostanzialmente cessata, soprattutto per effetto della diffusione in essa delle immagini tecnologiche (fotografia, cinematografia, televisione). Nella seconda metà del secolo XX, un fenomeno di spettacolare e intima fusione, a molteplici livelli, tra pubblicità e avanguardia è stato quello della pop art. Il lavoro della Foscarini si conclude con uno studio del caso di Armando Testa, uno dei massimi pubblicitari italiani di tutti i tempi. In Testa sono chiare le influenze di varie correnti dell'avanguardia tra le due guerre, e per tutta la vita egli è rimasto molto attento all'arte 'alta', anche praticandola personalmente. Per Testa la pubblicità è certamente un'attività creativa alla pari dell'arte, e con l'arte ha molti legami; ma da essa si distingue per i suoi vincoli operativi e la sua finalizzazione commerciale. Come ho avuto modo di sostenere altrove, credo che questo sia un caso di 'falsa coscienza', dovuto alla perdurante dominanza del paradigma romantico-idealista dell'arte come attività del tutto 'disinteressata' e libera da vincoli esterni; paradigma che personalmente ritengo sbagliato.

3. I soggetti dell'arte: critici e artisti. In questa sezione si porta avanti lo studio di alcuni soggetti dell'arte, dopo che nel primo volume già ci si era occupati dei galleristi e dei collezionisti. Qui tocca in primo luogo ai critici. Nella sua tesi, Paola Granzotto aveva analizzato anche la letteratura storico-sociale sullo sviluppo della figura del critico d'arte, da Diderot a Baudelaire ai nostri giorni. In questa sede si limita a presentare lo stato attuale della problematica della critica artistica, e in particolare: il ruolo della critica nella definizione dei valori artistici (anche monetari); la trasformazione del critico da scrittore di testi a co-autore di opere e curatore di mostre, da giudice a promotore; il problema del 'critichese', ovvero del peculiare linguaggio dei critici; la scomparsa della critica negativa, come sintomo della scomparsa di 'pensieri forti' (ideologie) anche in campo artistico. Dalle diciassette interviste a personaggi che nel Friuli Venezia Giulia scrivono critiche d'arte, risulta che essi sono piuttosto al corrente di tali problematiche, ma che si difendono con fermezza dalle accuse più correnti, e minimizzano il potere del critico nel mondo dell'arte, attribuendolo piuttosto ad altri soggetti. Di regola affermano di non aver rapporti privilegiati con mercanti e galleristi; più spesso, con artisti. Nessuno di essi esercita esclusivamente la professione di critico; tutti vivono di un'altra attività (insegnamento, giornalismo, direzione di gallerie, organizzazione di mostre, ecc.). D'altra parte, aggiungo io, questa è la situazione normale anche altrove; negli USA, secondo Roberta Smith, critica d'arte del New York Times, vi erano nel 1997 solo ventiquattro critici professionali a tempo. Personalmente, una delle risultanze di questa ricerca che ho trovato più gratificante è stato il generale consenso dei critici sul fatto che la posizione geografica del Friuli, così marginale rispetto ai principali centri dell'arte italiana, lo rende invece particolarmente attento e aperto agli scambi culturali con i paesi vicini.

Paola Granzotto espone la sua ricerca con grande organicità, intelligenza, finezza ed economia espressiva; il suo capitolo non ha avuto bisogno del benché minimo intervento da parte mia. L'autrice ha cominciato a lavorare nel mondo dell'arte e delle mostre in Friuli, e sembra avere tutti i numeri per diventare una buona critica d'arte.

Seguono tre ricerche sugli artisti: una in provincia di Pordenone, una in quella di Udine e una a Padova. Nei primi due casi la ricerca si è basata su interviste qualitative, nel terzo su interviste sempre faccia-a-faccia, ma con un questionario strutturato. I campioni sono stati selezionati sostanzialmente grazie alle indicazioni di alcuni esperti, completati con la tecnica dello *snow-balling* (raccolta di ulteriori nominativi presso i primi intervistati). Un criterio di

selezione è stato quello della professionalità: si sono studiate solo persone che considerano l'arte la loro vera professione, e da cui ricavano una parte significativa del reddito; anche se, nella maggioranza dei casi, per vivere hanno dovuto adattarsi a svolgere altre professioni, comunque vicine al mondo dell'arte: tipicamente, l'insegnamento di materie artistiche. Diverse, nei tre casi, sono le tematiche prevalenti: nel primo caso, analizzato da Marika Brun, si tratta soprattutto del processo formativo dell'artista, nel secondo (Claudia Calligaris) dei suoi rapporti con il pubblico, nel terzo (Eugenia Cerioli) di una gamma più varia di temi. In tutte e tre le ricerche emergono però alcuni motivi comuni. In primo luogo, la maggioranza degli artisti ha compiuto studi artistici (istituto professionale, liceo o accademia). In secondo luogo, l'immagine dell'artista che si ricava è ben lontana da quello del bohémien solitario, arrabbiato, capriccioso, scontroso. Il numero di rifiuti non è stato molto alto, e quelli che si sono lasciati intervistare lo hanno fatto generalmente di buon grado, e si sono dimostrati aperti, interessati, e anche lusingati dell'attenzione; e sempre cortesi. Il loro stile di vita appare del tutto normale, familiare, piccolo-borghese. In terzo luogo, comune è anche un diffuso clima di insoddisfazione, di disagio, di pessimismo sull'evoluzione dell'arte e soprattutto del ruolo e dello status dell'artista nella società, in generale e in riferimento alla situazione locale. Prevalgono le lamentazioni sulla scarsa sensibilità e cultura del pubblico, sullo spirito speculativo di galleristi e mercanti, sulla venialità dei critici, sulla disattenzione dei media e delle pubbliche istituzioni. Prevalente è anche la sindrome secondo cui 'l'erba del vicino è sempre più verde': gli artisti di ogni provincia pensano che la situazione sia molto migliore in altre province.

La ricerca di Marika Brun sugli artisti di Pordenone si caratterizza per l'alta età media del campione: 77 anni, valore portato in alto dalla presenza del maestro Armando Pizzicato, di 94 anni; ma sui quindici intervistati la metà sono ultrasessantenni. Ciò deriva da una scelta precisa: vi voleva un campione dotato di una esperienza, e quindi memoria storica, quanto più lunga possibile, per poter ricostruire i mutamenti dell'arte e degli artisti a Pordenone nel tempo. Tuttavia, un risultato non propriamente atteso è stato una chiara accentuazione degli atteggiamenti pessimistici sopra accennati. In altre parole i vecchietti avvicinati da Marika Brun, benché particolarmente lieti della visita della giovane intervistatrice, e molto gentili nei suoi confronti, per l'attenzione e l'occasione di parlare delle proprie esperienze, si sono rivelati anche particolarmente brontoloni e pessimisti riguardo alle problematiche attuali dell'arte e degli artisti in generale e nel pordenonese in particolare.

La ricerca di Claudia Calligaris ha coinvolto 34 artisti in provincia di Udine. Qui le lamentele principali riguardano la scarsa sensibilità dei friulani per l'arte e la cultura, a causa della peculiare concentrazione di questa gente nelle attività economico-produttive e concretamente utilitarie. Si denuncia anche il 'localismo' dei gusti del pubblico friulano, che apprezza forme d'arte tradizionali e rappresentanti realtà locali (paesaggi, scene di genere, ecc.), ma molto meno le proposte più innovative dell'arte contemporanea. D'altra parte si criticano anche gli sforzi di qualche pubblica istituzione di portare in Friuli mostre d'arte d'avanguardia di origine internazionale, invece di valorizzare gli artisti contemporanei locali. La Calligaris ha svolto con molto successo la sua inchiesta, riuscendo a far parlare a lungo, su una grande varietà di temi, quasi tutti i più noti artisti friulani. Ha anche riassunto il suo ricco raccolto in una relazione eccellente, che non ha avuto bisogno del minimo intervento da parte mia. Mantengo solo qualche lieve riserva sulla sua adesione, a mio parere un po' acritica, all' 'ideologia' dell'arte contemporanea: se non viene sufficientemente capita e amata dal pubblico, la colpa è del pubblico stesso, o di chi (scuola, pubbliche istituzioni, media, ecc.) lo

tiene in condizioni di ignoranza, incompetenza e insensibilità. Personalmente credo che qualche colpa ce l'abbia anche l'arte contemporanea stessa.

Eugenia Cerioli ha somministrato ad un campione di 25 artisti padovani un questionario in gran parte coincidente con quello usato da Danila Bertasio alcuni anni prima su un campione nazionale di 238 artisti. Si tratta quindi di una replica a livello locale di uno studio nazionale. La comparabilità non è perfetta sia perché in alcuni casi lo schema di risposta ammessa è stato modificato, ma soprattutto perché diversa è stata la tecnica di somministrazione: per via postale e autocompilazione nella ricerca nazionale, con intervista faccia a faccia nel caso padovano. Tuttavia è interessante notare che, malgrado queste differenze, molti risultati della Cerioli confermano quelli della Bertasio. I temi toccati con le trentacinque domande sono stati numerosi e non è il caso di dilungarsi sui risultati particolari (oltre a quelli, accennati prima, comuni alle ricerche in Friuli). Ci limitiamo a notare che anche a Padova gli artisti sembrano particolarmente insoddisfatti della situazione dell'arte, e forse anche più pessimisti e cinici dei colleghi friulani. Nella ricerca padovana sono stati esplorati anche due temi che non figurano in quella nazionale: quello della presenza e dei problemi delle donne nell'ambiente artistico e quello dei rapporti tra l'artista e la città. Quanto al primo, l'arte sembra ancora un mondo fortemente dominato dai maschi (almeno anagrafici, ha alluso qualcuno); quanto al secondo, la città di Padova non sembra oggetto di grande entusiasmo da parte degli artisti; si lamenta la mancanza di spazi e programmi pubblici per l'arte contemporanea, e la condizione di totale isolamento in cui vivono i singoli artisti. A quasi la metà degli intervistati l'ambiente padovano piace poco o nulla, e un quarto vorrebbe andarsene. Tuttavia i due terzi si dichiarano abbastanza soddisfatti dell'apprezzamento riscontrato in città dalle proprie opere.

4. Arti varie. In questa sezione, come d'uso, si raccolgono ricerche su argomenti particolari e non collegabili tra loro.

Sabrina Martinelli è stata colpita dal caso di Bordano, paesino friulano in cui dal 1996 al 2000 l'Amministrazione comunale ha promosso la decorazione delle facciate delle abitazioni con dipinti dedicati al tema delle farfalle. Bordano è entrato così a far parte della categoria dei 'paesi dipinti', un fenomeno che in Italia si è diffuso a partire dagli anni Settanta, con qualche precedente immediato negli anni Cinquanta; ma che ha molteplici e illustri antecedenti, dalle *urbs pictae* basso-medievali e rinascimentali ai murales messicani e fascisti. Vi è anche qualche richiamo alle pitture popolari devozionali sulle case contadine. La Martinelli passa in rassegna questi antecedenti, descrive alcuni tra i più noti esempi di paesi dipinti (ce ne sono un centinaio, in Italia) e, per quanto riguarda il caso di Bordano riferisce i risultati delle sue interviste ai promotori, agli artisti partecipanti e alla popolazione coinvolta. Uno degli aspetti significativi dell'esperienza è che ad essa hanno partecipato soprattutto 'dilettanti', anche se talvolta di ottimo livello; gli artisti friulani più noti e professionali se ne sono tenuti alla larga. Pare che non ritenessero dignitoso parteciparvi, e non ritenessero all'altezza i promotori e la giuria. Ma l'atteggiamento altezzoso dell'ambiente artistico-intellettuale friulano sull'esperienza di Bordano potrebbe avere anche altre origini; ad esempio ideologiche o economiche. Qualunque sia la valutazione degli esperti sul livello artistico delle pitture sulle case di Bordano, non c'è dubbio che l'iniziativa ha avuto successo: gli artisti sono stati felici di parteciparvi, i residenti sono soddisfatti degli abbellimenti delle facciate, il paese è divenuto un polo di attrazione turistica, e le farfalle, dopo aver ispirato il concorso di pittura, ne hanno anche ispirato uno di fiabe e l'investimento di 500.000 euro nella costruzione di una

‘casa delle farfalle’, con shop, bacheche, postazioni multimediali e serre per cinquecento farfalle tropicali, e gran traffico di scolaresche. Da un punto di vista socio-artistico non si può che apprezzare questa espressione veramente disinteressata, e quindi autentica, da parte degli artisti; e questo uso sociale dell’arte, i suoi positivi effetti psico-socio-culturali ed economici sulla comunità. Personalmente poi io, come in genere i visitatori, trovo gran parte dei dipinti molto gradevoli, o addirittura belli; alla faccia degli snob.

Elena Sciacca invece ha sviluppato un interesse per un altro genere di pittura decorativa, quella che, invece che sui muri o sulle tele, viene applicata nella pelle umana: il tatuaggio. Questa pratica gode di notevole popolarità tra i giovani a partire dagli anni Settanta, nel quadro di più generali sindromi trasgressive, contro-culturali, esotiste, narcisiste, identitarie; divenendo poi una semplice moda, senza tanti riferimenti simbolici o ideologici. Uno degli aspetti più curiosi del tatuaggio è la sua ostentata permanenza, carattere del tutto anomalo in una società, come quella post-moderna, dominata dalla labilità e volatilità di ogni cosa.

Nella civiltà occidentale il tatuaggio ha avuto una storia difficile, clandestina, ai margini della legalità; ma essa è molto sviluppata in altre culture, come nell’Oceania e in Giappone, dove ha assunto forme di grande bellezza. Da quelle culture viene buona parte del repertorio iconografico ora imitato anche in Occidente. Nella maggior parte dei casi il livello estetico-artistico dei tatuaggi, oggi, è modesto; ma in linea di principio non li si può escludere dal mondo dell’arte, e in effetti questa pratica ha ormai attirato l’interesse di storici, critici e sociologi dell’arte. Nel capitolo della Sciacca il lettore noterà qualche discrepanza tra alcune pagine, a taglio più macro-sociologico, in cui traspare un atteggiamento piuttosto critico verso questa pratica; ed altre, di taglio più psicologico-soggettivistico-intimistico, di calda adesione. Confesso che le prime rappresentano la mia posizione. Per diverse ragioni – e soprattutto per la loro irreversibilità – condivido la tradizionale contrarietà occidentale verso i tatuaggi. Tuttavia non mi sono sentito di censurare anche l’apologia finale di questa pratica da parte dell’autrice. Noto però con soddisfazione che, mentre in origine essa era intenzionata di farsi un tatuaggio da esibire quale prova sperimentale in occasione dell’esame di laurea, vi ha poi rinunciato, e a tutt’oggi non si è tatuata. Forse le mie argomentazioni sociologiche hanno avuto qualche effetto.

Silvia Grosso ha avuto un’esperienza Erasmus a Murcia, si è innamorata della Spagna e del suo stile di vita, e ha voluto dedicare la sua tesi di laurea alla Movida madrilenia. La Movida ha avuto una certa risonanza anche nel resto d’Europa, negli anni Ottanta, specie tra i giovani e gli intellettuali, come un’epoca di sfrenata, orgiastica trasgressione e creatività. Per la sua tesi, la Grosso è tornata alcuni mesi a Madrid, ha raccolto e analizzato la letteratura e la documentazione, ha parlato con alcuni veterani di quella mitica stagione (1978-1988), e ha steso in lingua spagnola un lavoro in cui si presenta il contesto socio-politico, i settori di attività (musica, fotografia, fumetto, moda, pittura) e i più famosi protagonisti di quel fenomeno. Vi sono molte cose interessanti e anche divertenti in questo lavoro, ma devo dire che, dal punto di vista dei valori artistici, non mi pare – dal materiale presentato dalla Grosso – che la Movida abbia prodotto niente di importante e duraturo. Salvo, ovviamente, Pedro Almodóvar. I termini che mi sembrano più appropriati per definire la pittura della Movida vanno dal kitsch al *bad painting*: i fumetti mi sembrano andare dallo sgradevole al ripugnante; la moda e la musica sono nient’altro che importazioni dal punk inglese. La filosofia della Movida, come appare dai testi delle sue canzonette, non mi pare avere altra dignità che la rivendicazione anarchica della totale libertà individuale, l’abbandono al principio del piacere, senza alcun senso delle esigenze dell’organizzazione sociale e politica. Dalla tesi impari-

mo anche che la Movida è stata in vario modo finanziata dai governi cittadini socialisti, ed è cessata quando questi finanziamenti sono venuti meno, a seguito della constatazione che essa favoriva anche la cultura della droga, dell'alcoolismo, e quindi della micro-criminalità giovanile. Impariamo anche che gran parte degli artisti-protagonisti erano omosessuali militanti; e possiamo quindi meglio capire come da quella stagione culturale la politica spagnola – il programma del PSOE – abbia tratto quella centralità dei problemi degli omosessuali, i cui frutti si sono colti in modo così clamoroso dopo la strage dell'11 marzo 2004.

Nella letteratura più recente e nella memoria di alcuni dei protagonisti pare emergere la tendenza a minimizzare l'importanza della Movida, o addirittura a negare la sua esistenza come fenomeno autonomo rispetto al normale stile di vita della gioventù metropolitana e del milieu artistico. Tuttavia la Grosso ne sembra ancora affascinata, e dalle sue battute conclusive temo che voglia inserirsi in quel mondo. Dio gliela mandi buona.

Seguono due lavori su altrettanti elementi un po' più tecnico-strumentali del sistema dell'arte: le riviste d'arte contemporanea e le fondazioni d'arte.

Il tema delle riviste si riallaccia a quello dei critici d'arte, perché è sulle riviste specialistiche che si ritrova gran parte dei loro scritti. La funzione delle riviste quali mezzi di comunicazione è ancora essenziale, anche se sempre più insidiata da Internet. Tuttavia su di esse si appuntano da tempo anche due ordini principali di accuse. La prima è di essere in gran parte veicoli di pubblicità palese o occulta, di essere organi del mercato dell'arte più che dell'arte in sé; in parole povere, di essere al soldo delle gallerie e degli agenti degli artisti. La seconda è di essere palestra dei proverbiali esercizi retorici del 'critichese', di cui si è già fatto cenno; di favorire lo sviluppo di quel linguaggio allusivo, ambiguo, enigmatico, oscuro, che da tempo è la famigerata cifra di quel mestiere. Eleonora di Filippo ha reperito la non ampia documentazione dei pubblici dibattiti organizzati sulle riviste d'arte contemporanea, ha individuato le principali riviste d'arte contemporanea pubblicate in Italia (11), ha interpellato con un questionario postale tutti i docenti universitari della materia (hanno risposto in 70 su circa 120) per conoscere il loro giudizio sulla frequenza d'uso, la validità scientifica e l'utilità pratica di ogni testata, formandone una graduatoria; ha analizzato con maggior profondità, ricorrendo anche a interviste con i loro responsabili, la storia, gli scopi e le modalità operative delle prime quattro classificate (escluso il *Giornale dell'Arte*, che risultava il primo, ma si è negato all'intervista); e infine ha condotto un'analisi bibliografico-contenutista di ogni rivista, secondo i criteri stabiliti dall'Archivio Collettivo Nazionale dei Periodici (ACNP). La ricerca termina con il ribadimento dei due problemi di fondo – i legami privilegiati tra le riviste e il mercato dell'arte, da un lato, e la loro promozione di linguaggi esoterici che contribuiscono a tener lontano il grande pubblico dall'arte contemporanea.

Sandra Bresin affronta il tema delle fondazioni, questo soggetto sempre più importante del sistema dell'arte. La diffusione di questo modello organizzativo nel mondo dell'arte può essere considerato uno dei tanti sintomi di americanizzazione, perché è nota l'importanza che le fondazioni hanno sempre avuto in quel paese, fin dai tempi di Tocqueville. Mediante le fondazioni una persona fisica finalizza in modo duraturo (anche al di là della propria vita) un patrimonio a certi scopi di pubblico interesse; nel caso di nostro interesse, alla promozione dell'arte (conservazione di collezioni, stabilimento di musei, erogazione di premi e borse, acquisto e vendita di opere, ecc.). Ciò avviene dotando il patrimonio di propria personalità giuridica e rispettivi organi operativi (consiglio di amministrazione, staff, ecc.). Sul continente europeo questo modello si è sempre (dai tempi dell'illuminismo) scontrato con la diffidenza dello Stato verso qualsiasi struttura intermedia tra sé e l'individuo; e in particolare con

gli umori anticlericali, perché in precedenza erano i beni ecclesiastici ad assumere la forma giuridica di fondazioni. Così in Francia, Spagna e Italia le fondazioni in generale erano molto scoraggiate. Nei paesi germanici la situazione era più articolata e mutevole nel tempo. Tuttavia l'esempio americano, dove le fondazioni hanno sempre avuto un ruolo fondamentale anche nel settore artistico, negli ultimi due o tre decenni ha preso piede anche in Europa; ed è fiorita anche, in tempi recentissimi, un'importante letteratura sull'argomento. Sandra Bresin compie un'ampia ricognizione delle interpretazioni sociologiche del fenomeno (teoria del dono, del terzo settore, ecc.); ripercorre le vicende storiche di questa istituzione, nei vari paesi; ricorda le diverse ideologie che le promuovono o vi si oppongono; presenta una serie di studi statistici sulla loro diffusione, modelli organizzativi, ambiti di attività ecc.; si concentra poi, sempre in termini statistici, sulle fondazioni attive nell'ambito della cultura e dell'arte. Infine compie quattro studi in profondità, con sopralluoghi e interviste, di altrettanti casi di fondazioni per l'arte contemporanea: la Caraian di Trieste, la Querini Stampalia di Venezia, la Sandretto-Re Rebaudengo di Torino (e Guarene) e la Teseco di Pisa. Ognuna fa caso a sé, sotto ogni aspetto, ed è difficile trarne delle conclusioni unitarie. Forse, uno degli aspetti comuni più significativi è l'importanza del ruolo delle donne nella promozione dell'arte contemporanea; come è ben noto, fin dai tempi di Gertrude Stein, Hilla Rebay, Peggy Guggenheim e molte altre.

La letteratura storico-sociologico-statistica su cui si basa lo studio di Sandra Bresin è in gran parte promossa dalle fondazioni stesse, e quindi piuttosto apologetica. Ho ritenuto perciò opportuno inserire, ad un certo punto, tre righe per ricordare che sono possibili anche interpretazioni critiche del fenomeno, in quanto meccanismo di trasformazione del potere economico privato in potere culturale-pubblico, e quindi di legittimazione morale del potere economico stesso.

Guernica è uno dei quadri più famosi del XX e uno dei più carichi di significati socio-politici. Commissionato dal governo repubblicano per decorare il padiglione spagnolo all'esposizione universale di Parigi del 1937, fu pensato da Picasso come una denuncia della violenza in generale, e della guerra civile spagnola in particolare. Ricevette il nome di *Guernica* solo a dipinto quasi finito. Con la sconfitta e la diaspora dei repubblicani, fu portato in giro per il mondo per raccogliere fondi per i profughi. Dal 1939 trova anch'essa rifugio a New York, al MoMA, dove, salvo alcune altre trasferte temporanee, rimane fino al 1981, quando i legali della Fondazione Picasso accolgono finalmente la richiesta del nuovo governo spagnolo di ospitarla definitivamente, prima al Cason accanto al Prado e poi, dal 1992, al Centro Reina Sofia.

Anche Katja Tonelli, come decine di milioni di visitatori, è rimasta affascinata da quest'opera (durante un suo periodo Erasmus in Spagna), e ha voluto dedicarle la sua tesi di sociologia dell'arte. Ha passato alcune settimane nella biblioteca del Centro Reina Sofia ad esaminare una selezione della vastissima letteratura fiorita intorno a questo quadro, per ricostruire il contesto socio-politico-culturale in cui esso è stato pensato, e poi le sue vicende successive. Ha poi elaborato un suo progetto di ricerca sul modo in cui *Guernica* è percepita dai visitatori. Il progetto si è articolato in due fasi. Nella prima, una riproduzione di *Guernica* è stata mostrata, a Udine, ad un campione di 48 persone, di varie caratteristiche socio-anagrafiche, cui si chiedeva di esprimere verbalmente le loro impressioni e interpretazioni dell'immagine. Un problema non secondario in questa fase è, che per ovvi motivi pratici, la riproduzione era piuttosto piccola (17 x 35 cm), mentre una delle molte ragioni del fascino dell'originale è la sua grandezza (350 x 800 cm). Dalle interviste libere l'autrice ha raccolto sia interpretazioni

spontanee che in vario modo collimano o meno con quelle codificate dalla critica, sia una serie di aggettivi descrittivi. Sulla base di questi ultimi ha costruito un 'differenziale semantico', cioè un particolare strumento, ampiamente utilizzato da decenni nelle ricerche psicosociologiche, anche in campo artistico, per agevolare l'espressione dei giudizi soggettivi e renderne possibile il trattamento statistico-quantitativo. Con questo strumento di rilevazione, tradotto anche in spagnolo e in inglese, l'autrice è tornata al Reina Sofia ed ha avuto il permesso di intervistare un campione di visitatori, sia nella sala dove è esposto il quadro, che nelle immediate vicinanze e all'uscita. Questi dati, elaborati statisticamente grazie all'aiuto della professoressa Lucia Zanuttini, hanno prodotto una serie di interessanti grafici. Il risultato sostanziale è che *Guernica* induce in tutti gli osservatori, quali che siano le loro caratteristiche socio-anagrafiche, sostanzialmente lo stesso modello di impressioni: buio, disperazione, dolore, angoscia, morte. Risultato non sorprendente; ma quel che conta è che ci si è arrivati con un procedimento scientifico rigoroso, animato da grande passione.

I. Arte e natura

Arte e natura: cenni introduttivi

RAIMONDO STRASSOLDO

1. Introduzione. Il tema dei rapporti tra arte e natura attraversa tutto il pensiero e la cultura umana. Ambedue i termini si sono caricati di numerosi, diversi, contraddittori significati, estendendosi al punto da perdere ogni precisione e definitezza. L'elenco dei significati registrati sotto ognuno dei due lemmi nei principali dizionari e enciclopedie è molto lungo; e in ogni lingua i termini che si riferiscono più o meno a ciò che nelle lingue neo-latine si indicano con 'arte' e 'natura' assumono denotazioni e connotazioni diverse. Nelle lingue più lontane da quelle occidentali può anche non esserci niente di simile a quello che in Occidente si intende con quelle parole, o quelle analoghe nelle lingue non-neolatine. Già le corrispondenti parole greche *physis* e *techne* (e *poiesis*) hanno campi semantici diversi.

2. Arte e natura: antitesi o unità? I fili da dipanare in questa matassa sono molto numerosi. Proveremo a tirarne alcuni. Uno è quello del rapporto ontologico, essenziale, tra arte e natura. Di primo acchito, l'arte può essere considerata il contrario della natura: è il lavoro umano – la mano guidata dal pensiero – che manipola e trasforma le cose della natura, producendo qualcosa di nuovo. L'artificiale (artificioso) è il contrario del naturale.

Questo modo di vedere le cose presuppone che l'uomo – quanto meno il suo pensiero, la sua anima, il suo spirito, la sua cultura – siano qualcosa di diverso dal, e magari contrapposto al, resto della natura; come è proprio di filoni importanti della cultura occidentale. Questo principio è tipico delle culture basate su religioni monoteiste, che postulano l'esistenza di un livello di realtà staccato e superiore rispetto alla natura – lo spirituale, il celeste, il divino – cui l'uomo in qualche modo e misura partecipa. Ma c'è anche la versione laica di questa contrapposizione, in cui l'alterità dell'uomo rispetto al resto della natura si basa su qualche altro principio – il suo essere dotato di coscienza, ragione, fantasia, libertà, lingua, mano o altro.

Dall'altra parte c'è l'idea che l'uomo, con tutta la sua anima, sia parte integrante della natura, totalmente immerso in essa. Questa idea assume due forme diverse. La prima comprende l'animismo e il panteismo, ovvero l'idea che sia l'uomo sia la natura siano animati; che all'interno dei fenomeni materiali e sensibili vi siano delle forze invisibili che li muovono. Tutte le cose hanno una loro propria anima (animismo), o sono manifestazione di un'unica anima universale (panteismo). La seconda, al contrario, assume che l'uomo non sia altro che un organismo naturale, anche se con alcune funzioni cerebrali particolarmente sviluppate; ma senza residui meta-fisici (*metà ta physikà*, al di là della natura).

In questo caso anche le opere dell'uomo possono essere considerate interne alla natura; una risultante del rapporto tra le forze naturali che operano dentro l'uomo (i suoi processi bio-fisiologici, neuro-muscolari, cerebrali, ecc.) e quelle che operano al di fuori di lui (l'ambiente esterno). Nella storia della cultura umana l'idea dell'unità tra uomo e natura si è affac-

ciata più volte: nelle culture 'primitive', nel 'paganesimo' antico, nel panteismo romantico, nelle filosofie materialistiche. Queste ultime, pur avendo in Occidente una tradizione lunghissima, risalente ai pre-socratici e Democrito, sono rimaste ai margini della cultura fino al XVIII secolo; da allora si sono estese sempre più.

Il monismo – l'idea di un'unica essenza della realtà, comprensiva di uomo e natura – può portare a diverse posizioni, in tema di arte e natura. Una posizione può essere definita apologetica e antropocentrica: anche l'artista non è altro che una forza della natura, un mezzo attraverso cui la natura manifesta le proprie potenzialità. Le sue opere hanno la stessa dignità di quelle della natura. Come la natura, nel corso dei miliardi di anni della sua evoluzione, ha inventato infinite nuove forme, così compito dell'uomo-artista è di portare avanti questo processo formativo. L'uomo artista non deve limitarsi a pedissequamente imitare le forme create in passato dalla natura; ma crearne di nuove, mai prima viste né immaginate. La creazione artistica (L. Pareyson: «formatività») è una funzione squisitamente biologica, che l'evoluzione naturale ha assegnato all'uomo. L'uomo secerne arte essenzialmente allo stesso modo che la chiocciola secerne il suo guscio, o la sua bava. Si può anche sostenere che, come l'uomo, con il suo pensiero e la sua cultura, è il prodotto più alto dell'evoluzione naturale, così le sue opere sono per molti versi superiori alle altre forme naturali. Un grattacielo è più bello di un termitaio, una sinfonia più bella del canto di qualsiasi uccello, la Cappella Sistina più bella di qualsiasi tramonto o panorama, e così via. In questa prospettiva, l'arte umana supera la natura non perché discende dal cielo, ma perché cresce sul ramo più alto dell'albero della vita.

Ma vi può essere anche una posizione diversa, che possiamo definire dell'umiltà: la natura, nel corso della sua lunghissima evoluzione, ha prodotto forme di tale complessità e bellezza che nessun artista potrà mai eguagliarle; e anche qui si potrebbero fare molti esempi. Come poetava Walt Whitman, anche in un semplice filo d'erba si possono trovare strutture di infinita bellezza. L'apparato percettivo di cui l'uomo è dotato è tarato per una gamma intermedia di fenomeni naturali, quella che chiamiamo 'mesocosmo'; e anche qui si possono trovare forme di meraviglioso splendore. Se poi, grazie alle protesi tecnologiche (microscopi e telescopi) spingiamo lo sguardo nell'infinitamente piccolo e nell'infinitamente grande, ci appaiono meraviglie senza fine, e la nostra fantasia creatrice ne risulta totalmente umiliata.

3. Arte: imitazione della natura o forma simbolica? Un secondo filone della matassa è quello del rapporto morfologico tra l'opera d'arte e la realtà naturale quale appare ai nostri sensi, in particolare la vista. Non c'è dubbio che per gran parte della storia della cultura umana, l'arte si sia posta lo scopo di rappresentare, ovvero imitare, la realtà (il vero, i fenomeni storico-naturali): in pittura, la rappresentazione di figure di uomini, animali, piante e ogni altro elemento dell'ambiente; in letteratura, la narrazione di storie sulle cose e sugli uomini (e sugli dei); nella musica, i suoni della natura. Certamente, non di tutta la natura/realtà/ambiente; ma di quelle sue componenti che sembrassero, in virtù di certe categorie di preferenze, particolarmente importanti, o interessanti, o utili, o piacevoli, o belle. Il naturalismo nelle arti, l'ambizione di rappresentare aspetti selezionati della realtà naturale come appare ai sensi, e nel modo più preciso, simile, illusionistico, perfetto, è certamente stato uno dei motori della storia dell'arte, e soprattutto delle arti plastiche e figurative, almeno in Occidente. Le cose della natura – il corpo umano, il paesaggio, gli animali e le piante – sono tra i soggetti principali di questa tradizione plurimillenaria.

Tuttavia ad essa si sono sempre contrapposti altri filoni, in cui prevalevano interessi per

la produzione di forme che, pur se in origine radicate nella natura, si staccano da essa e vengono rielaborate in altre direzioni, sotto altre spinte. Una di queste spinte è quella dell'*astrazione*, che deriva sostanzialmente da principi di fisiologia dell'occhio umano, per cui certe forme elementari appaiono belle, interessanti, piacevoli in sé, senza riferimento (almeno diretto, esplicito e cosciente) a realtà naturali: è il fascino delle forme geometriche, della ripetizione e combinazione di elementi semplici, dei 'motivi' meramente decorativi e non rappresentativi. È il famoso tema del contrasto tra naturalismo e astrazione, che, esposto da Wilhelm Worringer nel 1908, tanto entusiasmo ha suscitato tra i pittori d'avanguardia dell'epoca. È tuttavia da ricordare che, nella storia dell'arte, le più antiche e complesse manifestazioni pittoriche – le pitture rupestri di Lascaux, Altamira, ecc. – sono strettamente naturalistiche e non astratte; e inoltre che è stato recentemente documentato (M. Gimbutas) che gran parte delle forme astratte più antiche derivano, per via di semplificazione, stilizzazione e schematizzazione, da prototipi naturalistici.

Una seconda spinta è quella della *simbolizzazione*: le forme vengono prodotte non tanto per rappresentare realtà naturali, quanto per veicolare significati convenzionali, propri di una cultura, o personali, propri dell'artista. La funzione simbolica è presente in gran parte delle opere dell'uomo; ma vi sono momenti e tendenze della storia dell'arte in cui questi aspetti hanno di gran lunga sopravanzato, o addirittura escluso, quelle rappresentative. Ad un'arte realistica, naturalistica, figurativa, mimetica, illusionistica, in cui quanto meno un primo livello di rappresentazione è immediatamente comprensibile a tutti, si contrappone un'arte comprensibile solo a chi sa riconoscere i simboli, le convenzioni, le associazioni, i concetti, i riferimenti culturali, le teorie e le filosofie da cui nasce.

Ambedue le tendenze – all'astrazione e alla simbolizzazione – sono molto antiche, e in qualche misura, anche molto avanzata, si riscontrano in tutte le tradizioni artistiche conosciute. Ma è solo nelle avanguardie artistiche occidentali del Novecento che esse sono divenute dominanti, con pretese di esclusività. È solo in questo secolo che si è abbandonato il principio del naturalismo, o lo si è stravolto al di là di ogni riconoscibilità (ad esempio Mondrian). Perché e come ciò sia avvenuto, è storia complessa. Due fattori sono di tipo tecnico. Il primo è che nel corso del secolo precedente, la capacità della pittura occidentale di rappresentare le forme della natura ha raggiunto la perfezione assoluta, oltre la quale non era più possibile progredire; e quindi i pittori si sono dovuti inventare altri obiettivi. Il secondo è stata l'invenzione della fotografia, che ha affidato alla macchina il compito di riprodurre la realtà fisica. Ma ci sono anche ragioni più squisitamente socio-culturali, che non possiamo analizzare in questa sede.

4. Bellezza naturale e bellezza artistica. Per gran parte della storia della cultura non ci si è posto il problema delle eventuali differenze di fondo tra il bello naturale e quello artistico, tra la sensazione di piacere (estetico) prodotta da un oggetto naturale e quella proveniente da un'opera d'arte; e ciò perché, come abbiamo visto, si dava per scontato che la bellezza risiedesse nella cosa, e che l'arte avesse solo la funzione di riprodurla. L'opera d'arte è bella semplicemente perché riproduce fedelmente (riflette, rispecchia) la bellezza della natura. La questione evidentemente non è mai stata così semplice. In primo luogo perché è ovvio che in natura non ci sono solo le cose belle, ma anche quelle brutte. E allora si deve introdurre un principio di selezione a monte, e introdurre criteri per distinguere oggettivamente il bello dal brutto, in termini di ordine, equilibrio, simmetria, armonia, proporzione, ecc. Poi bisogna trovare una spiegazione al fatto che anche la rappresentazione di cose in sé brutte può pro-

vocare sensazioni di piacere estetico (la bella rappresentazione del brutto); e ne nascono tutte le complesse teorie dell'effetto catartico dell'arte, la teoria del sublime, l'estetica del brutto, e così via; fino all'affermazione novecentesca che l'arte non ha niente a che fare con la bellezza; ma con l'originalità, la sorpresa, lo spiazzamento, l'irritazione, lo scandalo, o altro. Ancora, nell'arte si rappresenta non solo la natura, ma anche la storia, la società, i fatti, i sentimenti, riguardo ai quali è difficile applicare il concetto di bello/brutto; ma si devono introdurre altre complicazioni (rapporto tra bello e buono, tra bello e vero, tra vero e verisimile, ecc.). Infine, ci si può chiedere se la bellezza sia una proprietà oggettiva, insita nella natura, o non invece un'illusione ottica soggettiva, un'opinione, un gusto personale, o il prodotto di convenzioni sociali, di categorie storico-culturali.

Una via d'uscita da queste problematiche è stata, nel '700, la netta distinzione tra bello naturale e bello artistico, epitomizzata in modo quasi caricaturale dalle famose espressioni di Hegel, secondo cui la natura in sé è priva di qualsiasi bellezza; è solo lo spirito umano che vi proietta sopra i propri valori estetici. Il più misero balbettio di un deficiente è più bello di qualsiasi spettacolo naturale, perché nel primo rifulge, magari in misura minima, la luce dello spirito, mentre nel secondo c'è solo il cieco operare di meccanismi fisici e chimici. Ovviamente questi tentativi di limitare l'estetica, cioè la teoria del bello, ai prodotti dello spirito umano, e di trovare in esso i suoi fondamenti, è una conseguenza della fine della metafisica e della credenza in uno spirito divino, celeste, sovranaturale. Perché, lungo i millenni in cui si credeva in Dio, l'analogia o unità tra il bello naturale e quello artistico erano ambedue fondate su di Lui: la natura è bella perché così l'ha voluta Lui; perché è una Sua emanazione; perché è un riflesso della Sua bellezza. E l'arte umana è bella in quanto è un riflesso del riflesso, o perché è essa stessa, direttamente, una emanazione e riflesso della bellezza divina.

Da quando quelle certezze metafisiche sono cadute, i filosofi e gli artisti si sono tormentati in ogni modo per escogitare spiegazioni laiche e razionali del bello (naturale o artistico), e del piacere estetico; senza che si sia trovata una soluzione generalmente soddisfacente. Forse maggiori speranze possono venire dalla ricerca scientifica, che però finora non si è applicata in modo sistematico, approfondito e diffuso a questo apparentemente frivolo problema. Chi scrive è convinto che, sparse nelle opere di matematici, fisici, biologi, zoologi, psicologi, e così via, vi sia già una gran quantità di indicazioni interessanti in questa direzione, e che una teoria veramente scientifica della bellezza (del piacere estetico) sia possibile, grazie anche ai progressi delle scienze che, con metodiche e strumenti sempre più potenti (PET, TAC, ecc.) stanno esplorando i processi cerebrali; e crede anche che possa essere una teoria unificata, che tratta insieme del bello naturale e di quello artistico.

5. Basi naturali e basi culturali della bellezza. Anche se il tema è un po' laterale rispetto al filo centrale del presente discorso, proviamo a dare qualche indicazione sintetica. Una delle caratteristiche della modernità è il relativismo culturale: il principio secondo cui ogni norma e valore, ma anche ogni categoria del pensiero e perfino della percezione, sono relative (cioè specifiche e dipendenti) al loro contesto culturale, cioè storico-sociale. Al limite, sono relative e specifiche di ogni individuo. Questo vale anche per i criteri di giudizio estetico, le preferenze, i gusti: è bello ciò che piace al singolo, o ciò che è considerato tale dalla sua cultura di appartenenza. La ragione della popolarità di quest'idea è duplice e contraddittoria: da un lato essa esalta la libertà individuale, contro ogni condizionamento della natura, della tradizione e dell'autorità; dall'altro essa, negando l'esistenza di determinismi biologici, presuppone

ne la possibilità di modellare a piacimento la mente umana, mediante l'educazione e altre modalità di manipolazione sociale.

Per generazioni, i fautori del relativismo hanno enfatizzato l'infinita varietà dei valori e dei gusti estetici degli uomini, ed escluso che si possa parlare di progresso o evoluzione o gerarchia in questo campo; tutti i valori e tutti i gusti hanno pari dignità, tutti devono essere egualmente rispettati.

Tutto ciò ha anche risvolti nobili e positivi (libertà, democrazia, tolleranza, ecc.), ma rischia di distruggere ogni possibilità di dare un ordine e un senso al mondo, e di fondare razionalmente i valori. Il relativismo, come la tolleranza, spinti all'estremo logico si traducono in indifferenza e nichilismo morale.

Ci sono quindi buoni motivi per esplorare la possibilità di dare ai valori – in questo caso estetici – un fondamento naturale, cioè biologico, oggettivo, razionale, scientifico, universale, assoluto.

Per quanto riguarda la bellezza, i sentieri di avvicinamento a questo obiettivo sono numerosi. Cominciando dalle scienze matematiche e fisiche, si può ricordare che esse partono dal presupposto che il mondo non sia un caos ma un cosmo, cioè un insieme ordinato e intelligibile, e che questo carattere dipende dall'operare invariante di alcune leggi fondamentali della natura. L'ordine – cioè la forma, la bellezza – deriva dalle regole; e da sempre lo sforzo dei matematici e fisici è di scoprire le *formule* che spiegano l'universo. Uno dei criteri principali che guidano questa ricerca è la bellezza: la semplicità ed eleganza delle formule (dal latino *forma* = bellezza) è un indicatore fondamentale della loro 'verità', e quei due criteri assomigliano molto alla definizione di bellezza nell'estetica classica. A livello più empirico si cercano le cause della bellezza dei fenomeni fisici elementari, come le forme create da una goccia che cade su una superficie liquida.

Passando alle scienze della natura vivente, si evidenzia che anche gli organismi mostrano, in generale, quei caratteri di ordine, eleganza, simmetria, proporzione, che classicamente definiscono la bellezza; tanto che le poche forme biologiche che si allontanano da quei canoni colpiscono come brutte. Non tutti i viventi appaiono belli; ma la grande maggioranza sì. Anche l'evoluzione delle forme dei viventi obbedisce a un certo numero di regole precise: l'adattamento all'ambiente e agli altri organismi che lo popolano, la funzionalità, l'efficienza, il minimo sforzo, la necessità di mimetizzarsi nell'ambiente, o al contrario di farsi ben vedere; il successo nella selezione sessuale, nelle cure parentali, nella riproduzione. Quanto importante sia la buona e bella forma, nell'evoluzione della natura vivente, salta subito all'occhio quando si osservi come è diverso l'aspetto del neonato rispetto al vecchio, o l'aspetto esterno dell'organismo rispetto al suo interno, dove vigono altre regole; e soprattutto quanto diverso – il paradigma della bruttezza – diventi l'organismo morto, nel processo di putrescenza e decomposizione (che peraltro occupa un tempo minuscolo, rispetto a quello bello del ciclo vitale). Che nell'evoluzione della natura vivente operino principi non solo di efficienza, ma anche di bellezza, sembra innegabile: basti pensare alla grande varietà delle forme delle foglie e dei fiori, anche delle piante che vivono nello stesso ambiente e occupano la stessa nicchia ecologica. Purtroppo le leggi dell'estetica della natura non sono state studiate con la stessa sistematicità e ampiezza che si sono dedicate ad altri aspetti dell'evoluzione biologica. Non si ha un quadro plausibile né della loro portata né dei loro meccanismi elementari.

Passando alla specie umana, è difficile non postulare che la trasformazione delle sue forme corporee, dalla Lucy di tre milioni di anni fa a Marilyn Monroe, non sia stata guidata anche da un qualche criterio estetico, fissatosi in qualche modo nel DNA di questa linea di

primati. Gran parte delle spiegazioni dei caratteri fisici dell'uomo contemporaneo discendono dai principi della selezione sessuale, della socialità e della comunicazione, che costituiscono un unico plesso di funzioni. Le ricerche più recenti sulla bellezza confermano che vi sono diversi criteri universali – trans-culturali, trans-generazionali e trans-gender – di giudizio in questo campo; che valgono cioè per diverse culture, e operano anche nei bambini appena nati.

Tutto questo va nella direzione opposta a quella dell'antropologia tradizionale, dove ci si dilettava a compilare lunghe liste di gusti strani e curiosi dei vari popoli in fatto di estetica corporea. Molti di quei resoconti saranno da re-interpretare, molti probabilmente da limitare nella loro portata, e molti da spiegare come devianze locali, dovute a fattori contingenti, rispetto all'estetica naturale e universale della specie umana.

L'uomo – il corpo umano – è la misura di tutte le cose, e quindi anche i giudizi estetici sul resto dei fenomeni naturali sono influenzati da quelli che usiamo nei riguardi del corpo. Ma vi sono anche molti giudizi estetici che riguardano tutt'altri aspetti, e che risultano essere molto diffusi, se non universali. Anche qui, molto dipende dalle particolari circostanze ambientali in cui vive una cultura; ma si può suggerire una lista abbastanza lunga di fenomeni che suscitano in tutti gli uomini reazioni estetiche simili. In definitiva, noi sosteniamo appassionatamente l'esistenza di 'universali estetici', radicati in una comune natura umana.

6. Natura come oggetto e natura come strumento dell'arte. Come si è visto, i fenomeni della natura – i corpi umani e animali, piante e fiori, paesaggi, ecc. – sono tra gli oggetti più ricorrenti nelle rappresentazioni artistiche (del passato). Ma la natura entra nell'opera d'arte non solo come oggetto, ma anche come mezzo o strumento. Ogni opera d'arte, in quanto oggetto materiale, è fatta di elementi naturali: pigmenti, oli, tele, legno, malta, pietra, ecc. Le caratteristiche fisiche dei materiali impiegati possono essere una componente importante della qualità artistica, e soprattutto nell'arte occidentale dell'ultimo secolo vi sono correnti che tendono a valorizzare al massimo questi aspetti. Ma c'è un'antichissima forma d'arte, vecchia quanto la civiltà, che utilizza la natura insieme come oggetto/soggetto e come strumento: l'arte dei giardini e dei paesaggi.

Nei giardini le piante e altri elementi naturali, come l'acqua, la roccia, e così via, ma talora anche gli animali, vengono utilizzati come elementi compositivi, allo stesso modo che gli architetti usano mattoni e travi per innalzare edifici. In più, i giardini sono di solito anche rappresentazioni concentrate, stilizzate, simboliche della natura stessa. L'universale diffusione dell'arte dei giardini, in tutte le civiltà, ha fonti numerose e profonde. In generale essa esprime la nostalgia dell'uomo civilizzato per lo stato di natura. La vita civile, cioè urbana, comporta inevitabilmente un distacco da quello che è stato l'ambiente primordiale in cui si è evoluta la natura umana, e cioè l'ambiente delle savane, dei boschi, della *wilderness* (la natura selvaggia). Tale distacco ha prodotto infiniti vantaggi, in termini di sicurezza, comodità, benessere, e così via; ma ha lasciato, nel profondo dell'anima umana, il desiderio di ritorno in seno alla madre natura. Il giardino, nella sua vastissima tipologia – dal vaso col basilico fino ai parchi principeschi e pubblici di centinaia di ettari – esprime simbolicamente e materialmente questa nostalgia. Attorno al giardino è fiorita in Occidente, tra il XV e il XVIII secolo, una ricca filosofia, che vede nel giardino il luogo per eccellenza di sintesi tra arte e natura, e attribuisce al giardino importanti funzioni morali e culturali (salute, ricreazione, meditazione, socialità, sessualità, manualità, esercizio fisico, ecc.). Esso diventa il complemento necessario dell'abitare umano, e ogni città si dota di giardini di varia tipologia.

Il paesaggio, come dice la parola stessa, è in origine la campagna, l'ambiente dove stanno i paesi e i contadini, dove si esercitano le attività agricole e pastorali. Le sue forme sono essenzialmente il risultato di pratiche utilitarie; ma normalmente avviene che l'esercizio ordinato di attività funzionali porti a forme esteticamente apprezzabili. Le campagne ben coltivate sono di solito considerate anche belle. In molti tempi e paesi, pare innegabile che nel coltivare le loro campagne i contadini abbiano tenuto conto anche di qualche criterio estetico; e questo è ben documentato, in alcuni tempi e paesi, nei riguardi dei proprietari, delle comunità e delle autorità. In alcuni casi si può parlare di 'paesaggio a parco' o di 'giardino paesaggistico', cioè di estensione all'intero territorio dei criteri di progettazione e gestione dei giardini. Dall'arte (architettura, progettazione, design) dei giardini si passa così all'arte (architettura, progettazione, design) del paesaggio. In alcuni paesi, come l'Inghilterra e la Germania, la passione per l'estetica del paesaggio assunse anch'essa, nell'Ottocento, toni morali, e diede origine a una vera e propria filosofia ed ideologia del paesaggio, con risvolti anche sociali e politici (movimenti per la tutela del paesaggio e per l'accesso ricreativo alla campagna). In tutto questo campo, istanze estetico-culturali e istanze naturalistiche sono intimamente fuse.

7. L'arte come medium di riconciliazione tra uomo e natura. L'uomo ha sempre trasformato la natura; a cominciare almeno da quando ha imparato a usare il fuoco come ausilio alla caccia (incendio di foreste e savane per concentrare e spingere le prede in determinate direzioni) e poi all'agricoltura primitiva (debbio, *slash and burn*) e alla pastorizia. Con le forme evolute di agricoltura, l'uomo ha acquisito la capacità e l'interesse a modificare profondamente gli equilibri naturali, creando ecosistemi semplificati a proprio favore, più o meno equilibrati. In tutte le civiltà agricole avanzate, la foresta è stata in gran parte distrutta a favore dei coltivi e dei pascoli. Con la civiltà industriale, le capacità dell'uomo di dominare, trasformare e distruggere la natura sono aumentate di qualche ordine di grandezza. La presa di coscienza di questi fenomeni risale agli inizi stessi della civiltà umana; ne abbiamo chiara documentazione già nell'antica Grecia, e tutta la storia della civiltà, da Platone in poi, è accompagnata dai lamenti per la manomissione e il degrado della natura. I timori per gli effetti disastrosi dell'industria sono coevi all'industria stessa (seconda metà del '700, in Inghilterra), e sono cresciuti insieme ad essa. Verso il 1960 essi sono usciti dagli ambienti ristretti ed elitari dei letterati romantici, degli scienziati naturalisti e dei gentiluomini di campagna e sono divenuti patrimonio di fasce sempre più larghe della popolazione. Ambientalismo ed ecologismo – due sinonimi moderni del vecchio naturalismo – sono divenuti cultura civica, movimenti socio-politici di massa, componenti della vita quotidiana e, finalmente, settori centrali dell'attività istituzionale.

Anche gli artisti hanno partecipato, fin dall'inizio, a questa presa di coscienza. John Martin già ai primi dell'Ottocento rappresentava gli altiforni come luoghi infernali, e buona parte della passione ottocentesca per i bei paesaggi può essere spiegata come una reazione al fatto che essi stavano scomparendo sotto l'assalto dell'industrializzazione e dell'urbanizzazione. Tra la fine dell'Ottocento e i primi del Novecento negli ambienti artistici germanici si diffuse una vera paranoia sulla scomparsa della natura (F. Hodler, F. Marc). Un rinnovato interesse degli artisti per la natura emerse in concomitanza con il dilagare dell'ambientalismo degli anni '60. Anch'essi vollero partecipare al movimento, contribuire al miglioramento dei rapporti tra società industriale e natura. Gli architetti e urbanisti furono tra i primi a convertirsi (non tutti, evidentemente) all'ambientalismo. Fiorirono le proposte di architetture 'orga-

niche', 'biologiche' ed 'ecologiche', attente ad evitare sprechi di materiali e dispersioni di energia, rivolte all'uso di materiali naturali, di forme rispettose dell'ambiente locale. L'attenzione a questi aspetti è anche una caratteristica definitoria dell'architettura post-moderna. Anche i designers industriali tornarono con rinnovato impegno ad ispirarsi alle forme e ai processi della natura.

Nell'ambito dell'arte 'alta' e 'pura', cioè tra pittori e scultori, nacquero tendenze specifiche, come l'environmental art e la land art (il nome inglese indica che anch'esse, come ogni altra novità socio-culturale nella seconda metà del Novecento, vengono dagli USA), con le quali gli artisti si proponevano di contribuire alla denuncia dei guasti ambientali e alla presa di coscienza dei corrispondenti valori. In ambiente germanico proliferarono i messaggi ambientalisti di guru come Joseph Beuys, che oltre a feltri, grassi e altre sostanze cominciò a manipolare anche virgulti di quercia (vecchia passione teutonica); e come Anselm Kiefer, già espressionista astratto all'americana, che cominciò a produrre enormi composizioni materiche di impressionante denuncia dell'agonia della natura.

Quale sia stato il contributo effettivo di queste opere e tendenze artistiche alla coscientizzazione dell'opinione pubblica e alla risoluzione dei problemi ambientali è difficile dire. Personalmente riteniamo sia stata minima, visto che l'arte contemporanea interessa élites molto ristrette, le quali comunque sono già da tempo esposte, come ogni altra fascia mediatica, alle informazioni ed emozioni che su questi argomenti sono veicolati dalla comunicazione scientifica e mediatica. In altre parole, non riteniamo che molti si siano convertiti al verbo ambientalista grazie alle opere di questi artisti. In particolare nei riguardi di certe espressioni su larga scala della prima land art americana (anni '60 e '70), che comportavano il consumo di notevoli risorse energetiche e materiali per grosse trasformazioni dell'ambiente naturale, si devono mantenere forti dubbi di coerenza con i valori ecologisti professati. In Europa la land art sembra aver assunto, in generale, modalità d'intervento assai più leggere e discrete. Nei due lavori di ricerca che seguono se ne presentano due casi a nostro avviso estremamente interessanti, belli, e fin esaltanti. Come si è detto all'inizio, il caso di Bruno Munari è diverso; nulla a che fare con l'environmental art, ma con l'eterna ricerca dei principi della forma, della bellezza e del piacere estetico nei processi fondamentali della natura.

Bibliografia

- K. BOULDING, *Il significato del XX secolo*, Etas Kompass, Milano 1969.
 E. MORIN, *Il paradigma perduto*, Bompiani, Milano 1974.
 L. MUMFORD, *Interpretations and forecasts, 1922-1972*, Harcourt Brace Jovanovich, New York 1973.
 S. SHAMA, *Paesaggio e memoria*, Mondadori, Milano, 1995.
 R. STRASSOLDO, *Sistema e ambiente. Introduzione all'ecologia umana*, Franco Angeli, Milano 1977.
 R. STRASSOLDO, *Le radici dell'erba. Sociologia dei movimenti ambientali di base*, Liguori, Napoli, 1993.
 R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte* (cap. 1, *Arte e natura*), Forum, Udine 1998.
 R. STRASSOLDO, *Dendrophilia. Un'esperienza di lavoro con la natura*, Quaderni DEST, Udine 2003.
 W. THOMAS (ed.), *Man's role in changing the face of the earth*, Univ. of Chicago Press, 1956.
 E.O. WILSON, *L'armonia meravigliosa*, Mondadori, Milano 1999.

Giuliano Mauri in Valle di Sella*

LORENA DI VALENTIN

1. Introduzione. Negli anni Ottanta è venuta a maturazione, dopo un ventennio di denuncia politica, intellettuale ed artistica, l'esigenza di ridefinire il rapporto tra società umana e ambiente naturale. Di questi anni si ricordano alcune grandi catastrofi ecologiche che produssero nella coscienza civile una forte domanda di politiche ambientali.¹ Anche gli artisti acquistano una maggior consapevolezza dei fenomeni naturali e dei problemi ecologici. L'uomo-artista si riconosce parte non separabile della natura e sente il dovere di ridurre, se non di abolire, la distanza tra luoghi dell'artificio e il mondo naturale. L'antica opposizione tra natura e cultura, tra artefatti e prodotti naturali, è superata nel segno di una possibile e oggi irrinunciabile alleanza.² L'uomo non può più essere altro rispetto alla natura, ma ormai è chiamato a ristabilire con essa, gli antichi vincoli originari.³ L'artista oggi ripercorre la lunga storia del proprio paese o paesaggio, identificandosi ed integrandosi con un luogo noto, riscoperto nella ricerca di una nuova sintesi uomo-natura, e nell'esigenza di esprimerla con nuove forme o immagini.⁴

Il movimento artistico che esprime questa istanza nella maniera più diretta, forte ed originale è la land art (minor fortuna pare abbiano avuto altri nomi: arte in natura, arte nel paesaggio, arte geografica, arte biologica, arte ecologica). Land art è quella forma di arte che interagisce con la terra. La natura viene utilizzata per trasmettere denunce sui pericoli che corre e messaggi per la sua salvezza, divenendo materia, forma e fine dell'intervento. Il territorio è dunque medium di comunicazione, supporto materiale su cui scrivere, scavare, imprimere forme significative. Il presupposto su cui si fonda la land art, ovviamente, è l'effimero: l'opera non deve sopravvivere al trascorrere del tempo, o per degenerazione naturale o per scelta dell'artista che la scompone una volta raggiunto il proposito.⁵

In questo contesto si inseriscono l'iniziativa di Arte Sella, che ha fatto di una piccola valle

* Sintesi di *Il sentimento della natura in alcuni momenti dell'arte contemporanea: Giuliano Mauri, Arte Sella e Teatronatura*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002, pp. 171.

¹ Cfr. ad esempio R. STRASSOLDO, *Le radici dell'erba. Sociologia dei movimenti ambientali di base*, Liguori, Napoli 1993; A. MELA, M.C. BELLONI, P. DAVICO, *Sociologia dell'ambiente*, Carocci, Roma 1998; L. PELLIZZONI, G. OSTI, *Sociologia dell'ambiente*, Il Mulino, Bologna 2003.

² V. FAGONE, *Invenzioni naturali*, in *Arte Sella - Documentazione 1994*, Mazzotta, Milano 1995, p. 13.

³ E. PRIGANN, *Arte e natura*, *ivi*, p. 39.

⁴ E. ZORN, intervento al Convegno internazionale 'Metamorfosi' (Trento, 19.09.1996), e G. PELOSO, *Arte Sella. Uomo, natura, cultura. Un movimento artistico contemporaneo e la ricerca del valore della natura*, *ibid.*

⁵ Sulla land art cfr.: G. DORFLES, *Land art*, in *Dall'informale alla body art, 10 voci dell'arte contemporanea: 1960-1970*, Studio Forma, Torino 1976; ID., *Artificio e natura*, Einaudi, Torino 1979; F. POPPER, *L'arte cinetica*, Einaudi, Torino 1970; J. KASTNER (ed.), *Land and environmental art*, Phaidon, London 1998.

laterale della Valsugana, in Trentino, un luogo magico, cui affluiscono ogni anno decine di migliaia di amanti insieme dell'arte e della natura; e il lavoro di Giuliano Mauri, che da vent'anni ormai persegue un coerente disegno di opere d'arte con la natura e nella natura. Le due traiettorie si sono incrociate nella realizzazione della cattedrale di Malga Costa, un'opera lignea (15x82x12 m) che rispetta fedelmente nell'impianto e nelle proporzioni le chiese gotiche, e la cui impalcatura di legno morto è destinata ad essere sostituita, nel tempo, da un'architettura di legno vivo. All'inaugurazione di quest'opera sono accorse, nel 2001, 10.000 persone; segno evidente che il messaggio ha toccato corde profonde e sensibili della mentalità contemporanea.

È sembrato quindi opportuno premettere allo studio del caso – Arte Sella e Giuliano Mauri, più un cenno al Teatro Natura che completa il quadro della fioritura artistico-ecologica di quel luogo – una breve descrizione della land art. In appendice proponiamo un excursus sulle discussioni che da secoli si svolgono in tema dei rapporti tra le cattedrali gotiche e i fattori ambientali. L'idea che le cattedrali gotiche siano una rappresentazione in pietra della sacra foresta è corrente ormai almeno dal XVIII secolo; più di recente si è ipotizzata invece una loro connessione con una delle tante 'crisi ecologiche' attraversate dall'Europa nel tempo, e cioè la deforestazione e la penuria di legname che già si cominciava a sentire nel XIII secolo. Lo studio ha comportato, oltre che l'analisi della letteratura e della documentazione, anche ripetute visite sul luogo e interviste con i protagonisti: Giuliano Mauri, Charlotte Strobele e Laura Tomaselli, rappresentanti di Arte Sella, e Sista Bramini, esponente di Teatro Natura.

2. La land art. La prima manifestazione della land art avviene negli anni '60 nel crogiolo culturale di New York e negli spazi aperti dei deserti del sud-ovest americano. La land art è classificabile come una corrente dell'arte concettuale e del minimalismo. Con il termine di minimalismo si indica la tendenza a ridurre i mezzi espressivi a pure articolazioni geometriche, spesso – malgrado il nome – di grandi dimensioni: le 'strutture primarie'. Le strutture primarie sono costituite da grandi sagome ben definite, con materiali tratti direttamente dall'industria, collocate di solito all'aperto, dove creano una forte tensione con l'ambiente circostante. Per essere percepite nella loro interezza, esse esigono il movimento dell'osservatore.

Nel 1968 diversi rappresentanti del minimalismo partecipano, nella galleria nuovayorkese di Gerry Schum, ad una rassegna di filmati che documentano interventi sul territorio, ed è in tale occasione che questo tipo di azione artistica riceve il nome di land art, Arte della Terra. Essa comprende diversi modi e tecniche di trasformazione estetica di campi, fiumi, laghi, deserti, foreste. L'idea è quella di rompere gli schemi abituali di percezione e apprezzamento dell'ambiente naturale, inserendovi delle modifiche spiazzanti e dissonanti, che in qualche modo richiamino l'attenzione sui rischi che esso corre per mano dell'uomo.

Gli artisti che iniziano a lavorare sul paesaggio – Michael Heizer, Robert Smithson, Robert Morris, Dennis Oppenheim, Maria Nortende – sono tutti coinvolti nella cultura ecologista dell'epoca. I loro interventi consistono nel collocare nel paesaggio sagome elementari di grandi dimensioni. Nella land art in senso stretto, l'attenzione si sposta dall'oggetto collocato all'ambiente, che diventa segno e icona. Gli interventi sono fondamentalmente scultorei, tridimensionali; e utilizzano di norma i materiali presenti nell'ambiente stesso. La land art si ispira spesso alle sculture antiche, ai luoghi sacri del nostro passato remoto, come i megaliti di Stonehenge, le tombe egizie, i monumenti funerari pre-colombiani, gli altari e le pietre sacre per i rituali a cielo aperto. Come nell'arte primitiva, i disegni della land art usano forme

geometriche elementari: rette, greche, cerchi, quadri, spirali, croci. Generalmente gli artisti vogliono trasmettere sentimenti mistici e misteriosi, in linea con le tendenze new age. Le opere della land art sono anche, di solito, intenzionalmente effimere; le forme create sono destinate a scomparire, o per mano dell'artista, che dopo aver compiuta l'opera, averla documentata e fatta ammirare, la cancella; o per opera degli agenti naturali. La fragilità e vulnerabilità delle opere vuole sottolineare la loro soggezione al paradigma ecologico, oltre che al mondo dell'uomo. La natura è partecipata dall'artista e al tempo stesso viene svelata agli occhi di chi, pur conoscendola da sempre, può rendersi conto delle sue metamorfosi. «Nell'arte in natura non è tanto importante l'incidere nel paesaggio segni violenti e possessivi di dominio, né di musealizzare emblemi e frammenti di natura, ma il segnare, dentro congruenti relazioni di contesto, nuovi scarti semantici, attivi sul piano simbolico e riverberanti nel campo sociale».⁶ La natura è vissuta come elemento esterno, come esperienza rigenerante e liberatoria, opposta all'ambiente sociale, inteso come repressivo e artificiale. Alla natura è attribuito il ruolo di luogo 'originario'.

Inizialmente un'altra connotazione peculiare della land art veniva dalla programmatica difficoltà a raggiungere il luogo dell'installazione. L'idea era quella di costringere ad allontanarsi dai luoghi canonici del sistema e del mercato dell'arte, e compiere una specie di percorso di purificazione, iniziatico o penitenziale, verso un luogo che così assume caratteri sacrali. Per chi non può arrivarci, l'opera inaccessibile diventa qualcosa di astratto, oggetto di un atto di fede. La sua conoscenza normalmente avviene tramite fotografie, filmati, disegni, mappe o carte esposte nelle gallerie ed eventualmente vendute ai collezionisti.

Più recentemente i requisiti delle grandi dimensioni, della spettacolarità e dell'inaccessibilità si sono attenuati, e si cerca di rendere la land art alla portata di tutti: le opere vengono installate in parchi, percorsi ambientali; comunque in luoghi che, oltre a possedere un loro fascino intrinseco, un *genius loci*, siano anche facilmente raggiungibili dal pubblico.

Gli interventi della land art, secondo J. Kastner, possono essere inquadrati nella seguente tipologia:

- a) *Integrazione*: la terra è trattata come materiale da modellare. Si aggiungono, tolgono o sostituiscono i materiali locali naturali per generare forme plastiche elementari, spesso a scala monumentale, nella tradizione del minimalismo. L'intervento umano è molto evidenziato, e tende a creare relazioni sorprendenti con l'ambiente. L'esempio forse più famoso è la gigantesca *Spiral Jetty* (il molo a spirale) di Robert Smithson, realizzata nel 1970 nel Grande Lago Salato dello Utah, che ha richiesto l'impiego di macchine di movimento terra per quasi 300 ore e 6.783 tonnellate di terra e roccia. La forma a spirale, secondo l'autore, riproduce quella delle formazioni dei cristalli di sale nel lago. Il molo è soggetto a periodiche sommersioni e riemersioni, e a forze antropiche che tendono a modificarlo. La particolare composizione biochimica fa sì che l'acqua circostante assuma colori cangianti nel tempo. Un altro esempio di integrazione è *Ice Piece* di Andy Golsworthy (1987), che consiste in grandi segni su una superficie ghiacciata. Qui, evidentemente, la precarietà dell'opera è ancora più accentuata.
- b) *Interruzione*: in questo caso si evidenzia il contrasto tra la terra e l'intervento umano, e si adoperano materiali non naturali e non locali, allo scopo di sensibilizzare gli osservatori al problema della definizione di che cosa sia il naturale. Un'altra, simmetrica, modalità è

⁶ V. FAGONE (a cura di), *Art in Nature*, Mazzotta, Milano 1996, pp. 12-13.

quella di portare frammenti di ambiente naturale (terra, rocce, residui organici, ecc.) nei candidi spazi delle gallerie. Il rappresentante più celebre della prima tendenza è Christo, che ha compiuto una lunga serie di interventi a scala paesaggistica, ad esempio stendendo enormi teli di plastica vivacemente colorata attraverso vallate, su scogliere costiere e così via; e passando poi a impacchettare anche edifici e tratti di città. Gli effetti sono spesso molto suggestivi. Un'altra autrice degna di nota in questa categoria di interventi è Nancy Holt.

- c) *Implicazione*: in questa categoria ciò che è implicato è il corpo dell'artista, di cui viene documentato il passaggio sull'ambiente, in modo tale da sottolineare le relazioni tra i due. Si enfatizza il legame primario e simbolico con la terra mediante la creazione di forme rituali. Spesso infatti questi lavori si svolgono attraverso riti personali di purificazione e trascendenza. L'artista lascia tracce – forme, ma anche parole – sull'ambiente, e le registra fotograficamente. Un esempio sono i lavori di Ana Mendieta, che comprendono una serie di effimeri 'negativi' del suo corpo realizzati sul suolo, lungo il suo itinerario, con muschio, sassi, foglie, fiori, incisioni, modellamenti nel fango, nella sabbia e nella neve.
- d) *Implementazione*: in questa categoria, si investiga la natura come ecosistema e come precipitato della realtà socio-politica, allo scopo di evidenziare le relazioni di sfruttamento, dissipazione e distruzione imposte dalla seconda sulla prima. Le opere sono caricate di forti segni di denuncia, ma intendono anche indicare pratiche strategie di comportamento individuale mediante cui sia possibile migliorare la situazione. Un esempio è il lavoro di Helen Mayer Harrison e Newton Harrison, *Breathing space for the Sava River*, che hanno documentato fotograficamente il progressivo degrado del fiume Sava nel corso dei suoi 400 km dal parco naturale del Tricorno alla confluenza nel Danubio a Belgrado. La mostra fotografica comprende anche un piano per la riqualificazione del fiume, mediante impianti di depurazione e ricircolo delle acque.
- e) *Immaginazione*: i lavori di questo gruppo si caratterizzano perché usano la terra non come materia fisica ma come elemento di metafore. L'ambiente è trasformato in concetto, costruzione visuale, diagramma, o anche elaborazione linguistica. Il paesaggio è interpretato come narrazione storica, repertorio di simboli che possono ancora dire qualcosa alla società contemporanea. L'approccio ricorda, in qualche modo, quello tradizionale dell'arte dei giardini. Un esempio è la 'scultura' di Jan Hamilton Finley, *See Poussin, hear Lorrain*, nel suo 'giardino' di Little Sparta; un altro esempio sono gli interventi di John Baldassari, il quale ha collocato le lettere che compongono il nome della California nei siti in cui esse appaiono nella relativa carta geografica. L'idea è di vedere il paesaggio reale come una mappa, e imporre il linguaggio umano sulla natura. Anche in questo caso l'intervento può essere apprezzato quasi solo attraverso la documentazione fotografica.

3. Arte Sella. La Valle di Sella (o Valle Sella o Val Sella) si dirama dalla Valsugana all'altezza di Borgo. Dopo una breve salita la valle assume una forma stretta, rettilinea e parallela alla valle principale, tra due versanti coperti da una fascia di boschi in basso e di roccia più in alto. Lungo la strada poche case, un tempo contadine. Nell'ultimo tratto, in testata, la valle si apre in un circo prativo, dalla pendenza dolce, segnato da alcune gigantesche querce. Vi si trovano un ristorante, un'azienda agricola, alcuni villini e la piccola Malga Costa. Circa 4 km prima di arrivarci si può prendere un sentiero a destra, che si inerpica in un bosco misto di faggi e conifere. Di lì, ogni poche decine di metri, si possono ammirare strutture lignee di varia dimensione e forma; alcune semplici, altre complesse; tutte in vari gradi di consumazione da parte degli agen-

ti atmosferici; alcune ironiche, altre misteriose; alcune solo da guardare, altre da far risuonare o oscillare. Malga Costa è stata trasformata, nel periodo estivo, in un centro visite, con uffici, sale, pannelli illustrativi. Proseguendo in salita ancora per qualche centinaio di metri improvvisamente, in una conca prativa in mezzo al bosco, ci si trova di fronte alla cattedrale.

È il 'Sentiero Arte Natura' promosso, curato e gestito da quasi vent'anni da un'organizzazione chiamata Arte Sella.

L'idea di Arte Sella nasce nel 1985 molto lontano, a Samarcanda, quando i tre amici trentini Charlotte Strobele, pittrice e insegnante di pittura all'Università di Vienna; Emanuele Montibeller, commerciante di tessuti e pittore; ed Enrico Ferrari, pittore e designer ambientale, si trovano di fronte all'osservatorio astronomico fatto costruire da Tamerlano, sono colpiti dalla magia del luogo e si interrogano sui rapporti tra terra e cultura, tra arte e ambiente naturale, tra uomo e mondo; e sul principio del *genius loci*. Come accade molto spesso, l'idea nasce quasi per gioco, per scommessa: quella di riuscire a creare a 'casa loro' – e più precisamente nella proprietà degli Strobele, famiglia patrizia di Borgo, che in Val di Sella avevano la casa, con parco, prati, boschi e la malga – un luogo di incontri internazionali di artisti interessati a creare nella natura, con la natura. Tornati in Valsugana, si avviarono i contatti con le autorità locali (Comune e Comunità Montana), e con alcuni ambienti artistici italiani (prezioso risultò l'aiuto dell'amico Jacob De Chirico). Trovarono particolare interesse nell'associazione Amici di Borgo, e nel suo presidente, Livio Rossi. Nel 1986 l'idea si concretò in una prima mostra, che poi avrebbe assunto cadenza biennale, in cui gli organizzatori esponevano le proprie opere e quelle di altri artisti invitati. La mostra ebbe un incoraggiante successo di pubblico (2.500 visitatori) e buona risonanza nella stampa locale. In seguito la presenza dei tre fondatori si diradò, le proposte artistiche si differenziarono e alla mostra si affiancarono manifestazioni di musica etnica e folk, di danza contemporanea, di teatro, di fotografia. Con la terza edizione (1990) emerse la necessità di appoggiare il progetto culturale su una organizzazione stabile, capace di sostenere le crescenti problematiche gestionali e incombenze strutturali. Fu così costituita la Associazione Arte Sella. Dello stesso periodo è la costituzione di un comitato scientifico, con l'incarico di proporre linee di indirizzo artistico, di valutazione degli artisti che intendono collaborare ai progetti e proporre di propri, di coordinamento con gli ambienti artistici nazionali e internazionali. Dal 1996 l'iniziativa si è guadagnata l'importante appoggio della Provincia Autonoma di Trento.

La manifestazione-esposizione si svolge all'aperto, nei prati, nei boschi e nel greto del torrente Moggio, snodandosi dal parco di casa Strobele fino a Malga Costa in un percorso di circa tre ore. Nel tracciato, che si apre e si chiude simbolicamente con due portali circolari di rami intrecciati, troviamo artefatti che evocano i nostri antenati preistorici e storici (capanne, acquedotti, flauti) ottenuti con sassi, foglie, rami, mentre altre volte le installazioni evidenziano peculiarità più tormentate (opere di denuncia) o semplicemente intimistiche (stele, santuari, nicchie) (figg. 1-6). La malga, invece, si connota come centro espositivo. La mostra viene inaugurata ogni anno nella tarda estate; alla chiusura della manifestazione le opere sono abbandonate al degrado e si inseriscono nel ciclo vitale della natura. Il loro ciclo esistenziale è di qualche giorno, qualche mese, o qualche anno, ma alla fine il bosco se le riprende e le decompone.

Secondo Charlotte Strobele, l'esperienza artistica in Val Sella può essere suddivisa in quattro distinti livelli ma tra loro compenetrabili:

Al primo livello si situa l'esperienza dell'uomo-artista nella natura; la scoperta del luogo, il contatto, quel particolare momento che abbiamo definito di orientamento. All'interno del parco di

casa Strobele l'uomo compie un percorso di ricerca. L'artista inizia ad esplorare il sito; ne percorre il perimetro e i sentieri, ne scopre gli anfratti, ne attraversa l'intera superficie fissandone i punti focali in cui il carattere ambientale si condensa e si esplicita in una propria mappa cognitiva. In altre parole, l'uomo riceve l'ambiente e lo focalizza; scoprirebbe i significati, potenzialmente presenti nell'ambiente dato a priori, significa trasformare un sito in un luogo. In generale, emerge la volontà dell'artista di accostarsi, nel suo operare, alle linee già tracciate sul territorio. Questo atteggiamento si riscontra nell'utilizzo di luoghi quali il torrente, i sentieri e il limitare del prato col bosco.

Al secondo livello si pone l'esperienza dell'opera costruita dall'artista nel parco di casa Strobele. L'artista per il periodo della manifestazione vive nel parco, ospite della casa. In questa dimensione di isolamento egli pensa, crea, riposa, mangia, dorme, partecipa quotidianamente alla vita del luogo. Nel trascorrere dei giorni diviene parte dell'intero, stabilisce con ciò che lo circonda un equilibrio. Al termine, con la ricerca, traspare, affiora anche l'opera, che si rivela sintesi di un processo indicativo e orientativo. Un'opera che, pur componendosi di elementi naturali e quindi rintracciabili in altre valli, diviene espressione e patrimonio di questa sola valle. Essa ne è il prodotto, traduzione di un'esperienza vissuta in un tempo e in ambiente specifico. Nell'opera si caratterizza lo spirito del luogo, condensandosi nell'artefatto l'interpretazione dell'intero vissuto artistico e formativo sul territorio. In esso si fonda la comprensione della 'vocazione' del paesaggio e l'uomo, attraverso questa esperienza, si riconferma essere parte integrante di un ambiente, di una totalità comprensiva.

Al terzo livello appartengono quegli artisti che, coi propri lavori escono dal parco di casa Strobele per rappresentarli nella Val di Sella.⁷

Del quarto livello sono tipiche tutte le manifestazioni locali, nazionali, internazionali alle quali Arte Sella ha partecipato.⁸

Per Laura Tomaselli, attuale presidente dell'associazione, «Arte Sella significa far rivivere la memoria del luogo».⁹ Così essa ci descrive l'itinerario:

Le opere fisse attualmente sono 31, collocate a volte in maniera evidente, a volte nascoste nell'impianto naturale. Non sempre le sorprendiamo in piena forma, può capitare di notare già il decadimento e l'intervento della natura e dei suoi agenti climatici. Ovviamente nell'itinerario si possono incontrare opere che rispondono meglio a questi tipi di input, per maggiore sensibilità o intelligenza dell'artista, mentre altre, ugualmente dignitose, si dimostrano artefatti senza grandi ambizioni. Non esistono, comunque, graduatorie di merito, ogni installazione ha il suo percorso fisico, mentale e naturale degno di nota.

La scelta degli artisti viene ovviamente fatta sulla base della conoscenza della storia artistica e sulla valutazione di un'opportunità per il nostro percorso. Di prassi, inoltre, invitiamo un artista della nostra regione e un giovane perché abbia la possibilità di partecipare ad un'esperienza che potrebbe essere qualificante ed interessante.

La decisione sulla collocazione delle opere lungo il percorso è esclusivamente nostra e non potrebbe essere altrimenti, anche se agli artisti viene offerta una gamma di possibilità; ma solo noi abbiamo una visione globale del percorso, l'idea dei suoi punti deboli, e fattore importantissimo, i contatti con i proprietari dei terreni da perfezionare e curare sempre in tempi precedenti l'arrivo degli artisti. Per gli stessi motivi, a volte interveniamo noi nella manutenzione, riparazione o rimozione delle opere, mentre altre volte la natura fa veramente tutto da sola. Gli interventi sono dettati da motivazioni di sicurezza del percorso, di visibilità delle opere e comunque rientrano nei compiti di 'paternità' che l'associazione rivendica per sé rispetto all'intero progetto di e su Arte Sella.

⁷ Su questi processi cfr. anche le testimonianze di Jean Clarebout, Chris Dury, Patrick Dougherty e altri in *Arte sella...* cit.

⁸ Dall'intervista del marzo 1996 a Borgo Valsugana.

⁹ Dall'intervista del 2 febbraio a Borgo Valsugana.

Nel 1992 Arte Sella ha proposto, nel cortile di Palazzo Ceschi di Borgo Valsugana, una mostra della creatività rurale, cui gli anziani contadini sono stati invitati a riprodurre le attività artigianali tipiche della campagna locale. Maestria artigianale e capacità manuale sono valori tipici del lavoro di Arte Sella, e gli artisti sono invitati a imparare le tecniche locali, a trovare da soli nel bosco i materiali adatti alle loro creazioni, a lavorare a mani nude e con strumenti elementari.¹⁰

4. Teatro Natura in Valle di Sella. Nel 2001, in occasione dell'inaugurazione della cattedrale di Mauri, in Val di Sella si sono svolte anche tre rappresentazioni del gruppo teatrale *O Thiasos Teatro Natura*. Il gruppo nasce nel 1989 nell'ambito della Fiera Annuale delle Utopie Concrete, a Città di Castello. Utopie Concrete è un'iniziativa voluta da un gruppo di ambientalisti tedeschi e italiani guidati da Alex Langer come una sorta di vetrina per progetti realizzati e realizzabili concretamente per migliorare le condizioni dell'ambiente. A questa fiera facevano da contorno iniziative scientifico-culturali (convegni, tavole rotonde, discussioni, ecc.) e, appunto, manifestazioni artistiche. Teatro Natura nasce per iniziativa dell'attrice Sista Bramini, della musicista e regista Francesca Ferri, e della attrice e regista Maria Mazzei. Il progetto si propone di approfondire la possibilità artistica di una relazione tra arte drammatica e coscienza ecologica, tra tecnica teatrale e ambiente naturale. Gli spettacoli sono una sorta di rituale, che dura anche più giorni. Ogni spettacolo nasce in un luogo naturale – un torrente, un bosco, la cima di una collina, una grotta – e si lascia ispirare dalle caratteristiche del luogo a cercare attitudini, significati, azioni in relazioni con esso. La natura diventa un partner vivo per l'attore e per il regista. L'atto artistico coinvolge nell'esperimento anche lo spettatore, che deve seguire gli attori nei loro spostamenti per prati e boschi e rocce, mentre i suoi sensi sono stimolati da due eventi che si svolgono in contemporanea: quello teatrale costruito per il suo sguardo, e quello naturale, imprevedibile, autonomo e in continua trasformazione. All'attenzione dello spettatore è affidata l'opportunità di cogliere le sincronicità e le connessioni tra i due avvenimenti. L'arte in questi termini acutizza e appaga l'istinto del gioco, prolungando nel piacere tattile ed olfattivo il nostro alter ego sensoriale.

Il luogo naturale diventa spazio scenico che gli attori condividono con gli spettatori a tutti gli effetti, entrando così a far parte di un unico sistema, influenzandosi reciprocamente, in ogni momento, anche attraverso la qualità vivente dello spazio: ciò fa sì che lo spettatore sia più testimone e partecipante che spettatore. La relazione con il *genius loci* guida ogni riflessione. Le *performances* iniziano al tramonto e terminano a notte inoltrata. La luce naturale entra nella scrittura drammaturgica e, trascolorando verso la notte, segna lo scorrere del tempo nello spettacolo. Mentre la percezione si sveglia, la struttura drammatica del testo (una tragedia greca, il racconto di un mito, un testo contemporaneo) interagisce con il paesaggio, dal quale vengono suggerimenti continui per le azioni fisiche, la qualità vocale, la scelta di materiali e colori per i costumi, l'ideazione registica. Si arriva ad una composizione dinamica che ritrova un equilibrio possibile tra mondo umano e mondo naturale. La realtà naturale costituisce una sfida, una domanda aperta per la realtà artistica (fig. 7).

Un altro importante filone della ricerca si sviluppa nei riguardi del canto contadino, delle antiche polifonie della tradizione mediterranea. Il canto contadino spesso nasce ed è destina-

¹⁰ Dall'intervista del marzo 1996 a Enrico Ferrari. Sul tema cfr. anche G. ANGIONI, *Il sapere della mano: saggi di antropologia del lavoro*, Sellerio, Palermo 1986.

to ad una pratica in spazi aperti, rivelando una parentela tra l'uomo e il suo territorio. Dallo studio di questi canti, che ci aiutano ad entrare in sintonia con le caratteristiche acustiche e ambientali di un luogo, nasce la ricerca di sonorità e canti originali che costituiscono un ulteriore veicolo di esperienza e attrazione poetica per lo spettatore nella natura.¹¹

Per l'inaugurazione della cattedrale lo spettacolo presentato è stato *Demetra e Persefone*, ispirato al ciclico rinnovarsi della natura. Nel 2002 tre spettacoli sono stati ospitati nella cattedrale: *Pentesilea*, di Heinrich von Kleist; *I sentieri di teatro natura*, e *Canto alla durata*, di Peter Handke, dedicato all'eternità del paesaggio.

5. Giuliano Mauri: vita, opere e pensiero. Giuliano Mauri nasce a Lodivecchio nel 1938, e vive a Lodi.¹² Da giovane si cimenta con la boxe e fa il garzone di fornaio; più tardi gestirà un ristorante. Sul finire degli anni '60 inizia a interessarsi di arte d'avanguardia. Le sue prime opere sono grandi tele senza telaio, disposte all'aria aperta appese a fili come panni al sole, ma con collocazioni non casuali in rapporto al paesaggio. Le immagini che recano denunciano una condizione umana allarmata e disperata. Nel 1976 partecipa alla Biennale di Venezia. Nello spazio urbano, le sue tele assumono spesso valore di stendardi, di trofei. Dario Fo le ha paragonate alle rozze bandiere di tela malamente dipinte, inalberate su semplici pertiche dalle bande di contadini in rivolta nel '500. Nel 1978 compie un intervento ambientale sull'Adda, con grandi tele che recano scritte appena leggibili, disposte sulla superficie dell'acqua che le fa muovere lentamente e continuamente, provocando nello spettatore spostamenti percettivi; nello stesso anno compone un enorme 'gioco dell'oca', sempre basato sulle sue tele fluttuanti, per il Museo dell'Arte moderna di Bologna, e compie altri interventi in sedi museali a Modena e a Varsavia. Espone le foto e i video delle sue *performances* in diverse gallerie di Padova, Milano, Brescia, Bergamo, Bologna, Roma e, ovviamente, Lodi. Nel 1980 inizia a lavorare su grandi strutture lignee, composte di rami d'albero allo stato naturale, sempre in spazi aperti. Nell'intervista¹³ egli afferma che la spinta a sperimentare questo genere d'arte gli è venuta da un artista neozelandese; ma è anche ovvio che le motivazioni profonde vengono dalle sue esperienze primarie, di bambino 'che non aveva altro che la terra e il legno' con cui giocare, nei boschetti di robinie sulle rive dell'Adda. Nel costruire strutture vegetali

io ho ritrovato la mia fanciullezza, il mio essere bambino, è stato allora che ho scoperto gli argini, i fiumi, i campi, i vegetali, il fieno. Ha incominciato per me essere opera d'arte il tempo che trascorreva, le stagioni, i tramonti, le albe, tutto quello che dà emozioni... Ho costruito scale, salite, spirali, giostre, cattedrali, cieli. La luce che proviene dall'alto degli alberi, dai boschi, mi dà adito a pensare e a riflettere su delle cose che vorrei vedere in cielo... L'Adda, il Tormo, gli alberi di robinia sono il mio atelier.

Nella sua ricostruzione autobiografica, l'inizio del suo lavoro con la natura risale ad un'esperienza banale, ma vissuta in modo profondamente traumatico:

¹¹ Intervista dell'8 febbraio 2002.

¹² Su Giuliano Mauri cfr. i diversi lavori di V. FAGONE, *Giuliano Mauri*, Mazzotta, Milano 1982; ID., *Giuliano Mauri, La terra del cielo*, Centro Internazionale di Brera, Milano 1986; ID. (a cura di), *Giuliano Mauri. Arte nella natura, 1981-1993*, Mazzotta, Milano 1993; ID., *Invenzioni naturali* cit.; cfr. anche P. BONALDI, *Giuliano Mauri. Rami*, tesi di diploma dell'Accademia di Belle Arti di Brera, 1992-1993.

¹³ L'intervista ha avuto luogo nella sua casa di Lodi il 10 agosto 2002 ed è durata circa 4 ore.

Una delle mie prime esperienze artistiche risale ad un'operazione nella campagna lodigiana ai primi anni Ottanta: i contadini bruciavano le rive, ormai non si taglia più. Su queste rive c'erano degli alberi, degli alberi belli, che io conoscevo. Una disperazione quando vidi tutti gli alberi bruciacciati: la cima se n'era andata ed erano rimasti dei tronchi neri... Decisi allora di pulirli sulla cima, di mettere sopra della terra e seminare dell'erba. Tutte le sere partivo con la macchina ed arrivato sul posto andavo a prendere acqua in un fosso vicino. Il verde che col tempo spuntava su quel tronco malandato fu evento di grande felicità; il gesto di andare ogni sera sulla riva rimane per me un atteggiamento fondamentale dell'agire umano.

L'uso esclusivo di materiali naturali, il recupero di tecniche culturali primordiali e la totale intrasferibile inerenza al sito sono i segni distintivi della sua maniera. Egli più volte sottolineerà l'affinità del suo lavoro con quello del boscaiolo, del contadino, del carpentiere: «il mio lavoro è più fisico che visivo... Fratellanza lavorativa con la natura: il mio è come il mestiere del contadino o del boscaiolo: la siepe è bella quando è sana e robusta, forte. Questo per me è il bello, il bello dato dalla saggezza popolare, non dalle deformazioni visive. Per questo nel mio lavoro ci sono le regole fondanti del mestiere di contadino, contaminazione di elementi simili tra loro. Il rapporto estetico non mi interessa».

Le prime opere d'arte ufficiali di questo tipo sono una serie strutture di rami a forma di mulini a vento, completamente inutili. Parafrasi dell'ineluttabilità del mutamento, girano fino a distruggersi nel corso di una sola giornata. Nel 1981 a Bergamo Alta, nell'area della chiesa di Sant'Agostino, costruisce la *Casa dell'uomo raccoglitore*, una struttura di 12x24x12 m, costituita da un ammasso caotico di rami, teli, corde e fango, e pianta nel letto dell'Adda dei tronchi di robinia che, rompendo la corrente, disegnano motivi (*Codici acquatici*) sulla superficie del fiume. Le rive dell'Adda costituiscono uno degli scenari preferiti per le sue opere: la *Scala del paradiso* del 1980 (140 m di lunghezza per 10 m di altezza); gli *Altari vegetali* (1984), la *Città del Sole*. Altri lavori sono realizzati nelle rogge del lodigiano (*Isole vaganti*, 1984). Altre strutture ancora costruisce a Milano (*Zeppelin vegetale*, *Accampamento padano*, 1985) e a Savona. Nel 1986 realizza all'interno della chiesa sconsecrata di San Carpofo, a Milano, una seconda chiesa di pali e rami, *La terra del cielo*; nel 1987 lavora a Pegognana (Mantova), sul fiume Marecchia, e a Sant'Arcangelo di Romagna; l'anno successivo a Villa Barzino, vicino a Mantova, deposita viluppi di rami (*Spore vegetali*, 1988). L'idea evolve con la serie dei *Nidi* (1991), nell'*Albero dei 100 nidi*, nella campagna lodigiana, e nel *Campo di 200 perticche*. Nel 1993 partecipa ad Hannover ad un simposio su 'Arte nella natura'. Ne nasce l'invito a costruire sull'isola di Langeland una struttura composta da sei coni sovrapposti, per un'altezza di 15 m, liberi di ruotare nel vento e di emettere così profondi suoni (*Arpa eolica*, 1995). Per le città gemelle di Görlitz e Sgorzelec, sul confine tra Germania e Polonia, costruisce due *Cannocchiali estimativi*, un invito alla mutua simpatetica conoscenza. Nel 2001 disegna la scenografia per la *Norma* diretta da Abbado. Nel 2002, per la triennale di Milano (dove aveva già esposto nel 1992) realizza *Zenobia*, sulla base della descrizione che di questa immaginaria 'città invisibile' fa Calvino. Negli ultimissimi anni a Capalbio ha realizzato gli *Stromatoliti*, sorta di ammassi vegetali che fuoriescono dalle finestre di un antico frantoio.

L'opera di Mauri ha avuto, ovviamente, una notevole risonanza nel mondo della critica d'arte. Colui che se ne è occupato fin dall'inizi, e lo ha seguito più organicamente, è stato V. Fagone, che ne evidenzia soprattutto l'aura di religiosità naturale, la coscienza del trascorrere del tempo, e il valore della manualità. Egli sottolinea come in gran parte dei lavori di Mauri si sente la mutua attrazione del cielo e della terra;

il cielo diventa l'altra polarità di attrazione d'ogni forma vegetale, in dialogo con la terra... La religiosità naturale che ne deriva si esprime in quei singolari manufatti, come gli altari vegetali, in cui un piano orizzontale, sollevato ma vicino alla terra, si contrappone ad un'articolata struttura verticale di rami e tronchi d'albero... Per quanto riguarda il secondo aspetto, 'la dimensione di una temporalità caduca, propria di tutto l'universo naturale, è il mondo esplorato da Mauri... La consapevolezza del tempo, del suo trascorrere, precipitare e risorgere, nel ciclo delle stagioni'. Per quanto riguarda il terzo, gli interventi di Mauri puntano a 'individuare i termini di una possibile formatività che non distanzi natura e fattualità manuale. La cultura della natura diventa operatività artistica'. Le grandi dimensioni delle opere poi mirano a 'stabilire tracciati percettivi e veri e propri percorsi nel paesaggio in grado di orientare un coinvolgimento ottico e più generalmente sinestetico in chi lo attraversi'.¹⁴

Ma anche Mauri sa esprimere bene la propria poetica:

La mia è una crescita intimistica nella natura, per questo lavoro solo su cose che mi emozionano... Nei miei interventi su rami, cespugli, prati che si degradano, fabbrico dei castelli in aria... La logica dell'attesa è importantissima, cosa sarà, cosa avverrà... Utilizzo il disegno perché su esso segno tutti i punti critici cui devo stare attento per il lavoro di costruzione... l'idea è ben precisa, non mi invento nulla perché dialogo con la natura... La magnificenza dell'opera è in ordine a una sacralità del luogo. A una fratellanza tra luogo e sacralità della terra, gli elementi naturali si innalzano... Quel che mi fa più felice è che il luogo medesimo non mi dimentica, capisco che la terra mi riconosce... Dobbiamo riuscire a vedere fino in fondo la cellula che noi siamo all'interno della natura medesima, renderci conto che abbiamo più bisogno di confrontarci e di essere con lei; ed essere con lei significa anche accettarne il legame di fratellanza... Le opere nascono in funzione di questo, dalla capacità dell'uomo, nel senso di intelligenza di ricercare una soluzione che permetta di presentare e preservare il corpo vegetale nella sua grandiosità, di farlo crescere sano e robusto... In un'epoca, quella che noi viviamo, dove regna la dissipazione della terra... la possibilità di salvare, curare e di far crescere anche una singola pianta è uno degli atteggiamenti più emozionanti che la vita mi può dare.

6. Giuliano Mauri: la cattedrale. «La cattedrale è il sogno della mia vita», dice Mauri nell'intervista. In retrospettiva, egli ne parla soprattutto in termini di 'religiosità naturale'. Non ci sono tracce esplicite di trascendenza, nell'approccio di Mauri alle cattedrali. Quello che più lo affascina sono, da un lato, l'affinità delle cattedrali gotiche medievali con l'albero e il bosco, il loro essere foreste pietrificate, e la simmetrica possibilità di costruire con pali e alberi cattedrali vegetali; dall'altro la natura profondamente sociale, collettiva, comunitaria della cattedrali, dove si va non solo a pregare ma anche ad incontrarsi, a comunicare.

Il sogno della cattedrale compare oltre vent'anni prima. Come abbiamo visto, fin dall'inizio Mauri si cimenta con segni mutuati dalla religiosità tradizionale: gli *Altari vegetali* del 1984, la *Terra del Cielo* in San Carpoforo del 1986. Nel 1991 affronta finalmente il tema della cattedrale vegetale, in dimensioni quasi reali. A Greifenhain, in Germania, si sta compiendo dal 1936 un immenso sfregio a Madre Terra: una miniera di carbone a cielo aperto, su un'area di 340 kmq, da dove numerosi villaggi hanno dovuto essere cancellati. Ai bordi della cava rimane il sedime di una cattedrale gotica, smontata di qui pietra su pietra e ricostruita altrove. Qui Mauri progetta la sua ricostruzione in legno morto e vivo, ma riesce a portare a termine solo quattro colonne.

Nel 1992 v'è un primo tentativo di realizzare una cattedrale a Valle di Sella. Riuscì a portare a termine solo l'altare, poi crollato.

¹⁴ V. FAGONE, *Giuliano Mauri 1991-1993...* cit., p. 11.

Negli anni successivi si riuscì a interessare al progetto il responsabile del Servizio Ripristino e Valorizzazione Ambientale della Provincia Autonoma di Trento, il dottor Pier Dal Ri, che – con una certa audacia, contro lo scetticismo di molti nell'amministrazione – mise a disposizione le risorse e la manodopera. Come si è già menzionato, la cattedrale misura 82 m di lunghezza, 15 di larghezza e 12 di altezza. I suoi 80 pilastri sono di pali di abete e larice (complessivamente 1.300), collocati ai lati, in modo da lasciare all'interno un vuoto in cui sono stati piantati giovani carpini (*Carpinus Betulus L.*). I pali dei pilastri sono tenuti insieme da chiodi e da legacci di nocciolo e fil di ferro. Le volte ogivali sono simulate da rami di nocciolo, selezionati nella giusta curvatura. La realizzazione ha richiesto l'opera di 5 operai per 40 giorni di lavoro (totale circa 1.600 ore). Il costo totale della cattedrale è stimabile in circa 100 milioni di lire.

La struttura di legno morto è concepita come una impalcatura provvisoria. La vera cattedrale sarà quella che apparirà pian piano, in un tempo stimato in vent'anni, man mano che la struttura in legno morto si consumerà e il suo posto sarà preso dagli 80 carpini, che nel frattempo saranno stati opportunamente potati e sagomati. Vent'anni di sogni e progetti prima della realizzazione dell'impalcatura, quindi, e altri vent'anni di cure e attesa prima dell'epifania finale dell'opera (figg. 8, 9a e 9b).

Il 19 agosto del 2001 la cattedrale fu inaugurata in presenza di una grande folla. A tutto il 2003, si calcola che 100.000 persone siano arrivate fin quassù. A questa popolarità ha contribuito anche l'esposizione, nel novembre del 2001, di un suo modello, completo di pannelli fotografici e tappeto d'erba, alla sesta edizione di 'Paradeisos', il convegno nazionale sui parchi urbani organizzato dalla Regione Lombardia e dalla Provincia di Milano al Palazzo delle Stelline, a Milano. L'immagine della cattedrale è anche finita sulla copertina di un cd di un noto cantautore pop.

Mauri non è del tutto soddisfatto dell'opera, come è normale per ogni artista. Soprattutto non è del tutto felice della collocazione della cattedrale: è troppo facile arrivarci. Evidentemente l'ubicazione è il risultato di un compromesso tra diverse ragioni, alcune squisitamente tecniche: in luoghi più inaccessibili sarebbe stato molto più costoso costruirla, e inoltre i carpini – l'essenza più adatta alle architetture vegetali, data la loro sopportazione delle potature – non possono crescere oltre certe altitudini. Lui l'avrebbe preferita più lontana, più in alto; in modo che per raggiungerla si dovesse sperimentare una vera ascesi. Gli dà un certo fastidio il suo sfruttamento commercial-turistico, un certo clima da sagra paesana che anima i visitatori. Questo è inevitabile: la cattedrale è divenuta la 'star' delle attrattive turistico-artistico-naturalistiche del Trentino.

Ma Mauri non è certo un asociale che snobba il contatto con la folla; tutt'altro. Egli lavora spesso in comunione con i suoi collaboratori, e lo scopo ultimo del suo lavoro è sempre la comunità: «non mi basta il rapporto verticale con l'entourage di una galleria: critici, collezionisti, intellettuali, amatori; così come rifiuto l'illusione romantica di poter raggiungere il miglior risultato del mio lavoro confidando unicamente nella presunta genialità individuale dell'artista. Credo che il mio contributo professionale e personale possa incidere, e qualificarsi, nella misura in cui esso si innesta, e agisce, come moltiplicatore dell'intervento attivo di tutta una collettività».

Egli è anche un po' deluso dalla scarsità di reazioni dal mondo ufficiale italiano dell'arte: non per ambizione personale – perché da quel mondo egli si professa sempre più lontano – ma dalla dimostrazione di scarso interesse e competenza per questo genere di arte, che invece in altri paesi – Germania, Danimarca, Inghilterra – è molto apprezzato.

L'arte moderna fa quadrato verso questo tipo di esperienza organica perché intralcia i piani e i meccanismi economici. Poiché esula dall'economia non è arte. Essendo impensabile proporla in qualche galleria, automaticamente viene esclusa dal mercato. Tutto ciò che non è vendibile non è arte, tutt'al più artigianato... Purtroppo i nostri critici d'arte basano i loro giudizi solo su fattori estetici e sulla loro visione, non hanno studi di sociologia o antropologia alle spalle, non considerano il coinvolgimento emotivo dell'artista e nemmeno delle persone che si avvicinano a questo tipo di arte...

7. Conclusioni. In origine, questa doveva essere una ricerca sul contesto socio-ecologico da cui è sorto, nell'Europa del XII secolo, il 'bianco mantello' di cattedrali di cui si entusiasmava il monaco Glaber, e che costituisce ancor oggi uno dei segni più importanti dell'unità culturale dell'Europa. In particolare era interessata al tema dei rapporti tra lo stile gotico e il 'sentimento forte della natura' proprio delle popolazioni germaniche. Nel corso delle prime esplorazioni mi sono resa conto delle difficoltà di trarre, dall'immensità della letteratura, sostanzialmente artistico-architettonica su questo fenomeno, sufficienti elementi socio-ecologici e di dare loro una intelligibile coerenza; ma mi sono anche imbattuta in notizie sulla cattedrale vegetale di Giuliano Mauri in Valle di Sella. Una visita sul luogo è bastata a dare tutt'altra direzione alla mia ricerca, e, pur tenendo al centro il nesso tra cattedrale gotica e foresta, ad orientarla verso la figura di Mauri, l'iniziativa di Arte Natura della Val di Sella, e il più generale contesto della land art e generi affini. Tuttavia ho ritenuto di non cancellare i risultati delle mie prime esplorazioni sul tema della cattedrale medievale, e li ho riassunti in appendice.

Per quanto riguarda i temi trattati nelle pagine precedenti, forse posso concludere come segue. L'uomo è conoscenza, è attività pratica e lavoro. *Homo sapiens* e *homo faber*, dunque. Il lavoro sfuma nella dimensione poetica. Anche se Mauri rinnega questo principio come motore della sua ricerca. Prima del poeta egli propone il carpentiere, che recupera la saggezza popolare.

Indagare la natura significa anche indagare la propria natura. La natura acquista valore, diviene momento rigenerativo, significativo, nel quale l'uomo scopre o riscopre, in un magico gioco di specchi, la propria identità.

È in questa adesione, in questo stimolo sensoriale che si integra e si consuma l'identità della cattedrale vegetale, isolata nella sua installazione, ma legata all'intero circuito di Arte Sella. Più di ogni altra opera del circuito, essa è in divenire; un processo, non un risultato. In questo specialmente si connota il suo carattere personale. Mentre le installazioni del percorso 'si plagiano' l'una con le altre, benché in modalità diverse – infatti, sono tutte destinate al decadimento se non biologico, umano – la cattedrale è obbligata a perpetuare e legare la sua speranza di vita solo al desiderio di natura, e a trasformarsi in ciò che è sempre, stata, e ciò che sono sempre state anche le cattedrali gotiche medievali di pietra: un sacro bosco.

Appendice: cattedrali gotiche e natura. Come è noto, lo stile gotico non ha nulla a che fare con i Goti. Il nome fu coniato nel Rinascimento a scopi spregiativi, per indicare lo stile precedente, caratteristico del Nord Europa, e ora sentito come barbaro; gotico, come proprio i più barbari tra i nemici della civiltà romana. Ma quando quello stile nacque, sul finire del XII secolo, i Goti erano scomparsi da ormai quasi sette secoli dalla scena della storia. Più correttamente dovrebbe chiamarsi stile francigeno, in quanto nato nella regione della Gallia dove si era insediata la tribù germanica dei Franchi, cioè l'Île de France, attorno a *Lutetia Parisorum*.

Come e perché sia nato questo stile, così diverso dal precedente che per convenzione e

antitesi fu chiamato romanico, e come abbia potuto diffondersi così rapidamente da un capo all'altro d'Europa, dalla Scandinavia alla Sicilia, e dalla Scozia ai confini dell'Ucraina, è uno dei capitoli più discussi e affascinanti della storia dell'architettura occidentale.¹⁵ Per quanto riguarda la sua diffusione, non v'è dubbio che essa è il risultato di almeno due fattori largamente indipendenti ma concomitanti. Il primo è la crescita delle città, a sua volta collegato ad una serie di felici circostanze: un ciclo climatico molto favorevole, importanti invenzioni nel campo delle tecniche agricole, maggior produttività dell'agricoltura, aumento della popolazione rurale e del benessere (tutto, ovviamente, è relativo). La crescita della popolazione rurale e delle risorse alimentari comporta immediatamente la crescita delle città, e ogni città comincia a far a gara con le altre per dotarsi delle cattedrali più grandi, belle, ricche, moderne e alte. Le cattedrali diventano il simbolo della grandezza e della ricchezza delle città, cioè dell'emergente borghesia; nella loro costruzione le comunità investono somme enormi, anche perché allora per i borghesi non v'erano molti altri modi socialmente e moralmente approvati di spendere le loro ricchezze. Inoltre, le cattedrali non sono solo luogo di culto, ma anche sede di altre manifestazioni di vita sociale: vi si tengono assemblee politiche e amministrative, ma anche rappresentazioni teatrali più o meno sacre; vi si fanno anche sagre, feste comunitarie e perfino mercati. Sono vere strutture culturali polivalenti, a servizio dell'intera comunità. Sono così grandi che a volte possono contenere non solo tutta la popolazione urbana vivente al momento dell'inizio dei lavori, ma anche quella che crescerà in futuro.

Il secondo fattore è la crescita di nuovi ordini religiosi (cistercensi, francescani, ecc.) che nel nuovo stile vedono benissimo espressi i propri valori di asceti spirituali.

Ben più controverse le teorie su come il gotico si sia formato. Sono state avanzate numerose ipotesi, ognuna delle quali può avere un fondo di verità. Secondo alcuni i suoi elementi fondamentali sarebbero stati sintetizzati in Spagna, nell'incontro tra i Visigoti, ivi dominanti per alcuni secoli, e comunque sopravvissuti nei Regni del Nord, e i conquistatori arabi stabilitisi nel resto della penisola. Secondo altri quegli elementi sarebbero stati importati in Occidente dai Crociati, che li avevano appresi nei loro contatti – non solo cruenti – con gli Arabi in Terrasanta. Secondo un'altra ipotesi, quello stile è solo il necessario correlato tecnico dell'aspirazione a costruire cattedrali sempre più alte. Ciò vale in particolare per l'arco acuto, che accentuando la verticalità delle linee di scarico dei pesi delle masse murarie, ne permette l'elevazione quasi senza limiti. Altri ancora lo mettono in correlazione con la diffusione delle tecniche di fusione e lavorazione del vetro, e il suo utilizzo nella realizzazione di vetrate figurate e multicolori. Questo avrebbe stimolato la ricerca di soluzioni architettoniche che permettessero l'apertura di grandi finestre nelle pareti delle chiese, ciò che non era tecnicamente possibile nel massiccio romanico.¹⁶ Una delle ipotesi più recenti e originali, avanzata da R. Bechmann,¹⁷ mette il gotico in relazione con la prima delle 'crisi ambientali' dell'Occidente, cioè la veloce riduzione della superficie forestale a vantaggio di quella agricola, in seguito al già citato progresso dell'agricoltura e crescita della popolazione. È documentato che nel XII in molte regioni d'Europa già si sentiva penuria di legname da opera di grandi dimensioni, e questo avrebbe incentivato l'invenzione di tecniche costruttive in grado

¹⁵ Cfr. ad esempio O. VON SIMSON, *La cattedrale gotica*, Il Mulino, Bologna 1988.

¹⁶ L. MUMFORD, *La città nella storia*, Bompiani, Milano 1961.

¹⁷ R. BECHMANN, *Le radici delle cattedrali. L'architettura gotica espressione delle condizioni dell'ambiente*, Marietti, Casale Monferrato, Milano 1984.

di ridurre la quantità di legname necessario per l'edilizia. Per ragioni tecniche che non è possibile esaminare qui, il gotico permette l'uso di impalcature a piattaforme 'aeree', o 'sospese', con conseguenti notevoli risparmi di legnami da costruzione.

Una delle ipotesi più classiche è che il gotico esprima il rifiorire dell'interesse per la natura. Secondo Hauser, il naturalismo gotico è correlato alla crescita della cultura borghese.¹⁸ I borghesi prosperano perché sono abituati a considerare con molta attenzione le cose materiali, che lavorano e di cui fanno commercio: la qualità dei metalli e delle spezie, delle pelli e delle stoffe, dei grani e dei legni, degli animali e delle piante medicinali. Quando investono in proprietà agricole, studiano con attenzione anche le piante alimentari e forestali. Essi sono quindi attenti osservatori della natura, e si compiacciono di vederla rappresentata con precisione e realismo. Questo spiega l'abbandono delle forme stilizzate, schematiche e geometriche del romanico e la diffusione delle figurazioni sempre più realistiche nella plastica e nella pittura gotica.

Una seconda spiegazione – non alternativa ma complementare – è che il naturalismo venga dal mondo dei conventi. In fondo anche qui vige un'etica del lavoro e della produzione, oltre che della preghiera; e quindi dell'attenta osservazione e studio dei fenomeni naturali. I conventi sono grandi aziende agricole, di trasformazione alimentare, e anche in altri settori. Soprattutto nelle miniature che illustrano i codici, i monaci mostrano grande attenzione e capacità nella rappresentazione realistica della natura.

Ma c'è anche un'altra spiegazione, basata più sulla 'razza' e sulla cultura profonda che sulla classe: quella secondo cui il gotico esprime l'emersione del 'sentimento forte della natura' che caratterizzerebbe la cultura latamente 'germanica', ovvero 'nordica'.¹⁹ Come tutte le popolazioni primitive, anche i 'barbari del Nord' erano immersi in religioni animistiche e naturalistiche; in particolare, consideravano sacri gli alberi, le foreste, i monti, le acque, molti animali e così via. Contro questi 'culti idolatrici' hanno sempre dovuto a lungo combattere le religioni monoteiste, secondo cui la natura terrena è solo una risorsa materiale da utilizzare per i bisogni umani, mentre il sacro doveva essere riservato esclusivamente all'alto dei cieli. La conversione dei Germani al cristianesimo aveva comportato la dura repressione di questi culti animistici, ma forse non c'era stato il tempo per sradicarli totalmente. Alcuni poterono essere integrati surrettiziamente nel culto cristiano: si pensi solo all'albero di Natale, o all'albero di Maggio. Il naturalismo gotico sarebbe la manifestazione della loro piena riemersione, all'interno della cultura cristiana. L'abbondanza di ornamenti vegetali e animali nella plastica delle cattedrali gotiche rappresenta la volontà di vedere in esse il giardino dell'Eden. La volontà di integrare, anziché escludere, la natura silvestre e il tentativo di iscrivere la dimensione organica negli elementi dell'edificio ebbero, secondo Öttinger, una portata veramente rivoluzionaria.

In questo quadro, la cattedrale gotica non sarebbe altro che la traduzione in pietra del luogo sacro per eccellenza dei Germani, cioè la foresta.

Tuttavia si deve ricordare che il culto degli alberi è diffuso in molte altre culture arcaiche, ed è forse universale.²⁰ Per rimanere nella tradizione occidentale, lo si ritrova pienamente

¹⁸ A. HAUSER, *Storia sociale dell'arte*, Einaudi, Torino 1955.

¹⁹ R. STRASSOLDI, *Il sentimento della natura in Italia e in Germania. Spunti di storia culturale*, in «Annali di sociologia - Soziologisches Jahrbuch», 15, 2000-2001 (2004).

²⁰ Cfr. ad esempio J. BROSE, *Mitologia degli alberi*, Rizzoli, Milano 1991.

presso i Greci e i Romani: molti dei avevano il proprio albero sacro (quello di Zeus era la quercia, che assume così il rango di re degli alberi, come presso i Germani), e sacri erano spesso i boschi. All'interno della città di Roma, in età augustea, si contavano una quarantina di 'boschi sacri', anche se spesso ridotti a poche piante.²¹

L'idea che gli edifici in pietra e mattoni provengano da prototipi vegetali è molto antica: la si trova già in Lucrezio e in Vitruvio. Nel '700 la derivazione della cattedrale gotica dalla foresta è idea ormai corrente; in Inghilterra si possono citare William Stukeley nel 1724 e il vescovo Warburton nel 1751; in Francia Marc Antoine Laugier, nel 1753. Nel 1772 Goethe pubblicò il suo celebre saggio sul duomo di Strasburgo, dove esponeva una serie di osservazioni di grande portata sul significato di quel colossale monumento rispetto alla cultura nazionale germanica, e anche una serie di geniali intuizioni di dettaglio; ad esempio sul ruolo dei pilastri/tronchi d'albero nel liberare le pareti dal peso e permettere le grandi vetrate. A Strasburgo Goethe aveva anche incontrato per la prima volta Herder, il grande teorico del nazionalismo tedesco, e insieme avevano concordato sull'importanza centrale della cattedrale gotica quale manifestazione ed emblema dell'anima tedesca (in senso lato: anche i Franchi e gli anglosassoni erano Germani). Intanto in Inghilterra Sir James Hall è preso dall'entusiasmo per la teoria della cattedrale = foresta, e con empirismo tutto britannico cerca di dimostrarlo con curiosi esperimenti 'scientifici', implicanti piantumazioni di pali di frassino, ed esposti nell'*Essay on the origins, history and principles of gothic architecture* (1783). Gli idealisti Hegel e Schlegel si indignano di questi 'goffi esercizi di utilitarismi botanici'; i romantici in generale riportarono la cattedrale gotica all'interno di una storia espressamente germanica, sacrale e tribale. Georg Forster e Alexander von Humboldt compiono al duomo di Colonia un pellegrinaggio analogo a quello di Goethe e Herder a Strasburgo. Il gotico è ormai universalmente acclamato dalla cultura tedesca del tempo – romantica, idealista, nazionalista – come la massima espressione della spiritualità germanica. Il pittore baltico Caspar David Friedrich illustrò questa teoria in una serie di impressionanti capolavori; e apparve un vero fiume di scritti sull'argomento. Nei primi decenni dell'Ottocento, l'architettura neogotica invade l'Europa settentrionale. Viollet-Le Duc, come usano fare i francesi, riprende la materia, la sottopone a brillanti analisi e consacra definitivamente l'idea che la cattedrale gotica è la riproduzione cristiana, in pietra, della sacra foresta pagana germanica.²²

Bibliografia

- R. BECHMANN, *Le radici delle cattedrali. L'architettura gotica come espressione delle condizioni dell'ambiente*, Marietti, Casale Monferrato, Milano 1984.
 P. BONALDI, *Giuliano Mauri. Rami*, tesi di diploma, Accademia di Belle Arti di Brera, 1992-1993.
 E. CASSIRER, *Saggio sull'uomo: introduzione a una filosofia della cultura*, Armando, Roma 1972.
 E. CASSIRER, *Simbolo, mito e cultura*, Laterza, Roma-Bari 1981.
 G. DORFLES, 'Land Art', in *Dall'informale alla Body Art, 10 voci dell'arte contemporanea: 1960-1970*, Studio Forma, Torino 1976.
 G. DORFLES, *Artificio e natura*, Einaudi, Torino 1979.

²¹ M. VENTURI FERRIOLO, *Giardino e filosofia*, Guerini, Milano 1991.

²² S. SCHAMA, *Paesaggio e memoria*, Mondadori, Milano 1995.

- G. DORFLES, *Ultime tendenze dell'arte oggi. Dall'informale al postmoderno*, Feltrinelli, Milano 1999.
- V. FAGONE, *Giuliano Mauri*, Mazzotta, Milano 1982.
- V. FAGONE (a cura di), *Giuliano Mauri, La terra del cielo*, Centro internazionale di Brera, Milano 1986.
- V. FAGONE (a cura di), *Giuliano Mauri, Arte nella natura, 1981-1993*, Mazzotta, Milano 1993.
- V. FAGONE, *Invenzioni naturali*, in *Arte Sella - Documentazione 1994*, Mazzotta, Milano 1995.
- A. HAUSER, *Storia sociale dell'arte*, vol. I, Einaudi, Torino 1955.
- A. HAUSER, *Le teorie dell'arte*, Einaudi, Torino 1968.
- J. KASTNER (ed.), *Land and Environmental Art*, Phaidon, London 1998.
- L. MUMFORD, *La città della storia*, Bompiani, Milano 1961.
- L. MUMFORD, *Arte e tecnica*, Etas Kompass, Milano 1966.
- C. NORBERG-SCHULTZ, *Genius loci: paesaggio ambiente architettura*, Electa, Milano 1979.
- S. SCHAMA, *Paesaggio e memoria*, Mondadori, Milano 1995.
- O. VON SIMSON, *La cattedrale gotica*, Il Mulino, Bologna 1988.
- R. STRASSOLDO, *Le radici dell'erba, Sociologia dei movimenti ambientali di base*, Liguori, Napoli 1993.
- R. STRASSOLDO, *Il sentimento della natura in Germania e in Italia*, in «Annali di sociologia - Soziologisches Jahrbuch», 15, 2000-2001 (2004).

Sitografia

www.Comune.Borgo-Valsugana.tn.it/artesella
www.ext.ansa.it/beniculturali/mostre
www.othiasosteatronatura.it

César Manrique a Lanzarote*

MARINA MELELEO

1. Introduzione. Lanzarote è una delle più piccole tra le isole Canarie, e quella più a lungo rimasta ai margini dello sviluppo turistico dell'arcipelago,¹ a causa della sua natura ostile. Tra il 1730 e il 1737 era stata sconvolta da una serie di eruzioni vulcaniche che l'avevano ricoperta di lava e cenere; ancor oggi essa si presenta, a prima vista, come uno scostante ammasso bruno e nerastro (fig. 10). Il ripopolamento è avvenuto con grande difficoltà, man mano che i *conejeros*² riuscivano ad inventare tecniche colturali in grado di far crescere piante alimentari sul suolo lavico, pressoché privo di precipitazioni e spazzato senza tregua dai venti atlantici.

Negli anni '60 il turismo internazionale, che era iniziato già sullo scorcio dell'800, grazie allo sviluppo del trasporto aereo stava interessando a ritmi sempre più sostenuti Tenerife e Gran Canaria, e cominciava ad investire anche Lanzarote. Nel 1968 tornò per ristabilirsi definitivamente nell'isola un suo figlio, César Manrique, che l'aveva lasciata per far carriera nel gran mondo dell'arte, a Madrid e New York. Manrique era perfettamente al corrente di quel che stava succedendo: «sento un po' di paura per la valanga turistica che si sta avvicinando a Lanzarote», aveva scritto nel 1965. Al suo ritorno decise di impegnarsi totalmente nella valorizzazione, anche a fini turistici, delle peculiarissime bellezze della sua isola, e di farne un modello di turismo rispettoso dell'ambiente sia naturale che culturale. Grazie alla sua passione, al suo carisma personale e al suo talento artistico egli divenne la figura più influente nel dare forma all'isola, il suo *genius loci* nel significato più pieno del termine. Tutta l'isola ha assunto l'aspetto di un grandioso, stranissimo giardino di lava, dove le pratiche agricole tradizionali formano affascinanti distese di ricami, e le architetture di Manrique e dei suoi collaboratori risplendono come gioielli giudiziosamente incastonati e spesso mascherati. Manrique è stato il capo-giardiniero di questo giardino; un esempio meraviglioso di fusione tra arte e natura, e di utilizzo insieme fantastico e razionale dell'una e dell'altra in funzione dei bisogni umani. Qui l'arte ha migliorato la natura e prodotto bellezza e piacere per l'uomo. Lanzarote è oggi meta di circa 450.000 visitatori l'anno,³ e una delle ragioni principali delle visite è la contemplazione dei capolavori di Manrique.

Lo studio di questo caso si basa sull'analisi della documentazione reperita in Italia (soprattutto alla Fondazione Benetton di Treviso), sulle informazioni trovate nelle normali

* Sintesi di *El jardín de Lanzarote y sus jardineiros: César Manrique y su equipo*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 303 + ill.

¹ Senza considerare la Gomera, la Palma, El Hierro, per il loro scarso afflusso turistico, dovuto all'essenzialità dei servizi turistici ed anche alla ridotta dimensione delle isole.

² 'Conigli' poiché erano soliti vivere all'interno di grotte create dalle eruzioni vulcaniche e che ricordano le tane dei conigli.

³ Indagine statistica dal sito web: www.eurisles.org.

fonti telematiche, e soprattutto su alcuni mesi di osservazione a Lanzarote e di studio alla Fondazione César Manrique, durante i quali si sono potute anche effettuare alcune interviste a testimoni privilegiati e informatori locali.

2. Arte, architettura, natura. La buona architettura ha sempre tenuto conto delle relazioni tra l'edificio e l'ambiente in cui viene a inserirsi: relazioni talvolta di voluto contrasto, più spesso di armonizzazione. In epoca pre-industriale, quando il trasporto dei materiali e i movimenti di terra erano costosi, l'armonizzazione era anche il risultato necessario dei vincoli economici: cominciava già con l'uso di materiali da costruzione reperibili nelle vicinanze e con l'adattamento dell'edificio alla morfologia del sito. I primi testi di architettura e urbanistica giunti fino a noi dall'antichità raccomandano sempre che le opere dell'uomo siano correttamente inserite nell'ambiente, cioè rispetto alle forme del paesaggio, alla natura del suolo, all'esposizione rispetto al sole, ai venti, e alle acque, alla disponibilità di materiali da costruzione; ma spesso anche rispetto alle forze invisibili, spirituali e simboliche, proprie di ogni luogo.

Per queste sue strette relazioni con la natura e con le esigenze naturali dell'uomo l'architettura è stata talvolta (ad esempio dall'idealismo hegeliano) considerata la meno 'pura' delle arti figurative, la meno libera come espressione dello spirito creatore, la più compromessa con le necessità pratiche e utilitarie. Suzanne Langer, nella sua tipologia delle arti, la qualifica come la più 'etnica', cioè legata alle abitudini e alle pratiche di particolari società e culture. Ma proprio per queste ragioni essa è anche una delle arti di maggior rilevanza sociologica. Comunque da tempo ormai la concezione idealistica dell'arte non ha più molto corso, e non si fanno più distinzioni a priori sul rango artistico di grafica, pittura, scultura, architettura, scenografia, moda, design industriale, e così via; tutte sono arti visuali, e si esprimono in prima istanza con immagini disegnate sulla carta, progetti; la qualità artistica delle singole opere dipende da altri (e spesso inafferrabili) criteri. D'altronde, da sempre, chi sa concepire belle immagini e sa ben esprimerle (pro-gettarle) sulla carta tende a muoversi con disinvoltura tra le diverse arti visuali: il pittore si fa architetto, l'architetto pittore, l'industrial designer il grafico, ecc. Il personaggio di cui qui si tratta, César Manrique, era per formazione pittore, ma nella pratica architetto, urbanista, designer, giardiniere, arredatore d'interni.

Con la disponibilità illimitata di energia, e il trionfo di una visione antropocentrica che diventa *ubris* tecnologica, il legame organico primordiale tra architettura e ambiente naturale si è rotto, e gli architetti della società industriale hanno goduto di piena libertà di progettazione; hanno potuto utilizzare i materiali provenienti dai luoghi più diversi, e inventare le forme più strane. Con effetti spesso incongrui e devastanti.

Nell'epoca moderna, la necessità di tornare ad un'architettura e un'urbanistica 'organicista', che tenesse conto dei rapporti tra uomo, edificio e natura, è tornata a farsi sentire nell'ultimo scorcio dell'800, come reazione ai disastri dell'industrialissimo. In un certo senso, anche prima, tra fine Settecento e l'intero Ottocento, il revival gotico può essere interpretato in questo senso: il gotico era esaltato *anche* come uno stile carico di richiami alla natura, e in particolare alla foresta.⁴ Di certo, tra gli episodi più noti in questo campo possiamo ricordare, in Germania, il movimento per un'architettura organica-biologica, che deriva dal naturalismo romantico (che ormai comincia a chiamarsi naturismo), e che ha in Rudolf Steiner il suo

⁴ Cfr., in questo volume, il capitolo di L. Di Valentin.

profeta: il movimento si ispira al pensiero di Goethe, virato in direzioni panteiste, teosofiche, misticheggianti e orientaleggianti. In Inghilterra la necessità di una riconciliazione dell'architettura e dell'urbanistica insieme alla storia, alla società e alla natura sono stati predicati, in termini più pragmatici, dalla linea di pensiero rappresentata da John Ruskin, William Morris, Patrick Geddes. Un peculiare ma forte richiamo alla natura è presente anche in quella cultura architettonica fiorita tra fine Ottocento e primo Novecento che prende diversi nomi nei vari paesi: 'liberty' in Inghilterra, 'art nouveau' in Francia, 'modernismo' in Spagna, 'floresale' in Italia, 'Secessione' e 'Jugendstil' nell'area mitteleuropea. Sul continente, la teoria urbanistica sottolineerà invece maggiormente il legame tra la città, la sua storia, e la cultura della società che l'abita; e quindi la necessità di conservare i centri storici, i paesaggi, la memoria dei luoghi. Sul piano delle realizzazioni pratiche l'inglese Ebenezer Howard lancerà e in parte realizzerà l'idea delle 'città giardino', immerse nel verde, come risposta alle contrapposte attrazioni che l'uomo sente verso i 'due magneti' della sua vita, la città e la natura. Nella prima metà del '900, il più famoso fautore di un'architettura strettamente legata al contesto ambientale sarà l'americano Frank Lloyd Wright, mentre Lewis Mumford, discepolo di Geddes, emergerà come il massimo teorico (storico e filosofo) dell'urbanistica organicista e, più in generale, del ritorno a forme di vita umana e urbana più naturali. L'urbanistica tende poi a uscire dai limiti delle città per investire l'intero territorio: si invoca una 'pianificazione regionale' che organizzi razionalmente i rapporti tra l'uomo e il suo intero habitat, comprensivo anche del paesaggio rurale e delle aree naturali.

Questa linea di pensiero deve molto alla 'filosofia del giardino', sviluppatasi gradualmente a partire dal Rinascimento italiano, con sviluppi decisivi in Inghilterra tra il XVII e il XVIII secolo, e piena maturazione sul continente in epoca idealistico-romantica, tra la seconda metà del Settecento e la prima dell'Ottocento. Il giardino è, per definizione, (insieme al paesaggio) il luogo in cui avviene la riconciliazione tra uomo e natura, la sintesi tra il culturale e il biologico; il luogo in cui la progettazione architettonica utilizza le forze e le forme della natura vivente, e deve quindi armonizzarsi con esse.⁵ Non c'è dubbio che una delle linee-guida della progettazione urbanistica moderna, nata in quel periodo, sia l'inserimento della natura vivente nelle città, in forma di viali e giardini. Nel corso dell'Ottocento, ma soprattutto del '900, a questi si aggiungeranno le aree verdi destinate alle pratiche sportive. Il 'verde urbano' diventa una delle dimensioni fondamentali dell'urbanistica moderna.⁶

La coscienza degli effetti distruttivi dell'uomo sulla natura risale anch'essa all'antichità, e negli ultimi due secoli cresce gradualmente in parallelo allo sviluppo della società industriale. I movimenti per la difesa e la protezione della natura iniziano a livello di élite culturali già negli ultimi decenni dell'800, e diventano movimenti sociali e politici di massa a cominciare dal 1960 circa. Anche la cultura architettonica e urbanistica ne è coinvolta, con ruoli non secondari. Il rispetto della natura e l'adattamento all'ambiente è una delle componenti (forse *non* la più evidente e caratteristica) di quella 'rivoluzione progettuale' che è l'architettura post-moderna. Questa, ad esempio, rivaluta il rispetto e l'uso delle forme 'vernacole', cioè locali, popolari, folkloriche, 'povere' di edilizia; le quali, come accennato all'inizio, sono sempre, di necessità, vincolate ai fattori ambientali. Ma si sviluppano anche culture progettuali basate direttamente sui principi dell'ecologia, come ora si chiama la scienza dell'ambiente

⁵ M. VENTURI FERRIOLO, *Giardino e filosofia*, Guerini, Milano 1991.

⁶ F. MIGLIORINI, *Verde urbano*, Franco Angeli, Milano 1990.

naturale; e quindi sull'uso dei materiali naturali e tradizionali (pietra, tufo, terra, legno), al posto di quelli tipici della società industriale (cemento, ferro, alluminio, vetro, plastica); e anche sul recupero delle antiche sapienze circa l'ubicazione degli edifici. Si formano movimenti per l'architettura 'biologica' 'biodinamica' 'ecologica'. Si riscopre in Occidente il Feng Shui, l'antica arte cinese di disporre città, case, stanze, arredi in rapporto alle influenze astrali e a quelle delle correnti dell'aria e dell'acqua (*feng shui* significa, letteralmente, vento e acqua). Sul piano territoriale, la difesa dell'ambiente naturale e del paesaggio diventano impegni fondamentali della nuova cultura urbanistica e progettuale, ispirata ai principi dell'ecologia. La politica e l'amministrazione del territorio pian piano, con gli inevitabili ritardi e smagliature, vi si conformano.

3. Lanzarote. Le Canarie sono isole vulcaniche la cui età è stimata in 19 milioni di anni. Erano note nell'antichità, e variamente identificate con le 'Esperidi', le 'Purpurarie', o le 'Isole Fortunate', grazie alla bellezza della loro morfologia, alla mitezza del clima e alla ricchezza di vegetazione. Recenti scoperte archeologiche sottomarine confermano la presenza, o almeno il passaggio, qui, dei romani. La loro esistenza fu dimenticata nel Medioevo, fino a che esse non furono riscoperte nel 1336 da una spedizione navale guidata dal genovese Lancelotto Malocello, il cui nome, ispanizzato in Lanzarote, venne dato all'isola di primo approdo. Diverse potenze navali europee – tra cui i cavalieri templari, i genovesi, i catalani, i francesi – miravano al possesso di queste isole, finché i pretendenti si ridussero a portoghesi e castigliani. Questi ultimi iniziarono la sistematica conquista dell'arcipelago nel 1402, facendo base proprio a Lanzarote, che fu conquistata subito; ma il processo andò avanti, con notevoli difficoltà, per circa settant'anni. Le isole infatti erano abitate da circa 80.000 indigeni, i Guanchi, che, pur vivendo in condizioni di vita piuttosto primitive (erano allevatori e agricoltori, ma non conoscevano metallurgia né tessitura né navigazione) opposero agli invasori una strenua ed efficace resistenza. I Guanchi, quasi certamente di origine magrebina (la costa africana non dista più di 120 km), e regrediti a forme di vita più semplici a causa delle particolari condizioni ambientali, non sopravvissero a lungo alla conquista spagnola; decimati dalla guerra, e poi dalle malattie, dalla schiavitù e dalla demoralizzazione, alla metà del XVI secolo erano scomparsi, senza lasciare quasi traccia materiale della loro esistenza. Le isole furono completamente ripopolate da coloni spagnoli. Anche la fauna e la flora originale furono in grandissima parte rimpiazzate da specie portate dagli spagnoli.⁷

Le Canarie divennero cruciali punti d'appoggio per la navigazione oceanica, e assunsero quindi anche importanza militare; come dimostrano i diversi forti ivi costruiti.

A Lanzarote – con circa 800 kmq la terza per grandezza delle 7 isole – un'importante eruzione vulcanica si ebbe già nel sec. XVI, in seguito alla quale i coloni dovettero inventare particolari tecniche colturali per raggiungere il suolo fertile sottostante lo stato di cenere. Ma, come si è accennato, l'apocalisse si aprì nel 1730, quando trenta bocche vulcaniche entrarono in attività per sei anni, ricoprendo di lava e cenere quasi tutta l'isola e costringendo alla fuga gran parte dei suoi circa 5.000 abitanti. Nel 1824 vi furono nuovi importanti episodi eruttivi. Nell'isola si contano oggi più di 300 crateri, di cui un centinaio risalenti a quei parossismi.

⁷ A.W. CROSBY, *Ecological imperialism. The biological expansion of Europe, 900-1900*, Cambridge Univ. Press, Cambridge-London 1986.

L'estrema scarsità di pioggia e la totale mancanza di idrografia superficiale aguzzarono l'ingegno dei contadini, che scoprirono la capacità della cenere vulcanica (*rofe* o *picon*) di catturare l'umidità atmosferica e di impedire l'evaporazione di quella del suolo. Questa tecnica è chiamata *enarenado*. Per difenderle dal disseccamento dovuto al continuo vento, le piante legnose venivano circondate da muretti semicircolari di blocchi di lava (i *socos*) il cui fondo a imbuto serviva anche a convogliare l'umidità e la poca pioggia verso la pianta al centro. Si tratta di un vero trionfo di agricoltura ecologica e di sapienza popolare. I contadini di Lanzarote, per queste loro miracolose capacità di estrarre derrate dalla lava, furono chiamati *majos*, maghi (ma anche *conejeros*, perché spesso abitavano, come conigli, nelle cavità della lava). Le estensioni coltivate a vite con le tecniche sopra accennate occupano una zona chiamata La Geria, che con le sue migliaia di 'occhi' verdeggianti regolarmente disposti sulla estensione nera della lava offre uno spettacolo veramente affascinante (fig. 12). Il vino ricavato da queste coltivazioni era esportato e molto apprezzato in Europa fin dall'inizio del XVII secolo; lo troviamo citato in Shakespeare.

Altre attività tradizionali a Lanzarote erano quelle legate al mare: la pesca e l'estrazione del sale. Vi sono 26 saline sulle coste dell'isola; le più famose sono quelle del Janubio, un'immensa distesa di bacini quadrangolari, ognuno di diversa tonalità a seconda dello stadio di cristallizzazione del sale; e punteggiate dai cumuli conici del minerale e dai mulini a vento che regolavano l'ingresso o uscita del mare nelle vasche.

4. César Manrique: cenni biografici fino al ritorno a Lanzarote (1919-1968). César Manrique nasce ad Arrecife nel 1919 da una famiglia della piccola borghesia locale. Trascorre gli anni formativi dell'infanzia e dell'adolescenza tra Puerto Naos, dove sono vive diverse attività artigianali, che il piccolo César osserva con attenzione, e la Caleta de Famara, sulla costa settentrionale, dove suo padre si era costruito una villetta.⁸ Questo paesaggio gli si imprime profondamente nell'anima. Fin da piccolo mostra un notevole talento per il disegno, e nel 1936 il padre lo indirizza agli studi di Architettura tecnica, cioè da geometra. Incontra altri giovani canari con interessi artistici. Dopo aver partecipato alla guerra civile – esperienza traumatica che gli instilla un profondo antimilitarismo – nel 1939 si trasferisce a Tenerife, e prende a dipingere con impegno. I suoi primi, acerbi lavori sono di genere realista e popolare: paesaggi, vedute, ritratti, scene di vita contadina e marinara, e li espone in mostre locali. Nel 1945 fa il gran passo e si trasferisce a Madrid, per studiare all'Accademia di Belle Arti di San Fernando. Le sue opere risentono subito del cambiamento, staccandosi dall'ingenuo naturalismo per accostarsi a stili più essenziali, tendenti al non-figurativo, non senza chiare influenze dei maggiori pittori dell'epoca, da Matisse a Picasso. Pur se prodotte a Madrid, secondo la critica le sue opere mantenevano comunque un forte sapore canario. In dieci anni, Manrique divenne un artista ben conosciuto e riconosciuto in città. Nel 1955 fu selezionato nella rappresentativa spagnola alla Biennale di Venezia; cosa che si ripeté nel 1960. Ricevette diversi incarichi per murales decorativi nelle sedi di varie istituzioni e aziende, attività che gli permise di interagire con gli architetti e focalizzare sul tema dei rapporti tra pittura e architettura, e tra le diverse arti in generale. Poteva ora vivere confortevolmente del suo talento creativo, e poteva viaggiare in diversi paesi e conoscere nuove culture.

Alla morte della sua compagna Pepi nel 1963 decise di compiere un ulteriore gran passo,

⁸ F. HORMIGA, *Lanzarote antes de César*, Ed. Idea, Arrecife 1995.

e si trasferì alla fine del 1964 nella capitale mondiale dell'arte del dopoguerra, New York; con una borsa di studio dell'Istituto Internazionale di Educazione. Prese contatto diretto con le correnti artistiche più avanzate: espressionismo astratto, pop, arte cinetica, ecc. e partecipò con entusiasmo all'intensissima vita sociale e culturale della metropoli. Stipulò un contratto esclusivo con la galleria di Catherine Viviano.

Considerò sempre i suoi anni nuovayorkesi (1965-1968) come i più istruttivi della sua vita; ammirava la città, la sua potenza culturale, la sua libertà; ma presto sentì anche il vuoto spirituale di quel mondo artificiale, massificato e ipercompetitivo.⁹

Durante tutti questi anni non aveva trascurato di tornare occasionalmente nella sua isola nativa, per le vacanze, per incontrare i vecchi amici e talvolta anche per realizzare qualche lavoro artistico. Dopo i tre anni di New York decise di tornarvi definitivamente. «A Lanzarote sta la mia verità», aveva scritto già anni prima.

Della sua multiforme attività nell'isola diremo nel prossimo paragrafo. Qui basti sottolineare che comunque Manrique si considerò sempre essenzialmente un pittore (fig. 11), perché la pittura permette l'espressione libera e immediata del processo creativo più intimo e personale.¹⁰ Senza abbandonare il linguaggio materico e astratto che l'aveva caratterizzata negli anni cinquanta e sessanta, nei due decenni successivi la sua pittura mostra un'evoluzione verso le superfici e i colori e la sperimentazione con materie diverse. A Lanzarote egli sviluppa anche l'interesse per la scultura, già mostrato fin dai tardi anni '50, con riferimenti post-dada, post-cubisti, pop, cinetici.

5. César Manrique *genius loci* di Lanzarote. Nel 1968 Lanzarote si trovava in un delicato momento di transizione: la sua piccola e povera economia tradizionale, basata sulle attività primarie (agricoltura, pesca, saline, ecc.) stava cominciando a sentire la pressione del grande turismo internazionale ormai rampante nelle isole maggiori dell'arcipelago, Tenerife e Gran Canaria, dove stavano crescendo come funghi le relative strutture, con le inevitabili conseguenze sul paesaggio e sul modo di vita locale. La decisione di Manrique di tornare era dovuta sia alla insoddisfazione verso l'ambiente di New York, sia al desiderio di far qualcosa per salvare la sua isola dai rischi del turismo di massa. Manrique intuiva che la bellezza del paesaggio dell'isola poteva diventare la sua principale fonte di ricchezza, ma sapeva anche che, per la sua estrema nudità, iniziative turistiche inconsulte potevano comprometterlo in maniera irreversibile.¹¹ Concepì quindi il progetto di vincolare in uno stesso processo la produzione di elementi per la fruizione visuale del turista e la conservazione del paesaggio; al tempo stesso, creare una 'immagine di marca' che, ritagliata nell'essenziale sulla sua geografia e la sua cultura, risultasse competitiva sul mercato turistico.

L'idea non era del tutto originale. Qualcosa di simile era stato tentato trent'anni prima nell'isola di Gran Canaria da Nestor Martin Fernandez de la Torre (1887-1938), un suo figlio che, come Manrique, aveva dovuto lasciarla per inseguire la propria vocazione artistica, e che da Madrid e poi da Parigi si teneva al corrente degli sviluppi dell'economia turistica, e ne temeva gli effetti negativi sul paesaggio e sulla cultura. Nel 1934 decise di tornare per difen-

⁹ FUNDACION CÉSAR MANRIQUE, *César Manrique a Nueva York*, FMC, Lanzarote 1996.

¹⁰ L. SANTANA, *César Manrique: un arte para la vida*, Ed. Prensa Iberica, Barcelona 1993.

¹¹ *Arquitectura y paisaje. El compromiso de artista*, nel catalogo *Hecho con el fuego*, Viceconsejería de Cultura e Deportes, Gobierno de Canarias, 1991.

derle e per promuovere il senso di identità isolana.¹² I tempi e il clima culturale generale erano certo diversi, e alcuni orientamenti di Nestor (come è generalmente chiamato il de la Torre) oggi possono sembrare criticabili: una certa disinvolta 'invenzione' di tradizioni, un certo eclettismo posticcio. Ma ci sono anche molte coincidenze; ad esempio, la raccomandazione dell'uso esclusivo del bianco di calce nelle tinteggiature esterne degli edifici. Nestor però ebbe solo quattro anni per promuovere e realizzare le sue idee a Gran Canaria, mentre Manrique poté lavorare per 24 anni su Lanzarote.

Tornato all'isola, Manrique riuscì a convincere della bontà del suo programma le persone chiave della comunità, tutte peraltro suoi vecchi amici: il presidente del Cabildo (sindaco), Josè Ramirez Cerdà; il suo vice, Antonio Alvarez; Jesus Soto, responsabile tecnico e artistico dei lavori pubblici, e Luis Morales, capo direttore dei lavori pubblici. Per sé, ottenne la nomina a delegato per le Belle Arti. Si stilò un piano di lavoro che partiva da una rilevazione sistematica dei caratteri tipici del paesaggio, delle tecniche agricole e dell'architettura autoctona.¹³ Si individuò una rete di punti di attrazione turistica da realizzarsi con fondi pubblici. Si stabilirono i principi-guida cui avrebbero dovuto conformarsi le attività e le iniziative dei privati, in tema di edilizia (ad es., edifici non superiori e tre piani, tinteggiatura delle pareti rigorosamente in bianco, verniciatura degli infissi in verde scuro, utilizzo di materiali locali, controllo severo della pubblicità stradale), di pratiche agricole, di utilizzo di essenze vegetali, e così via. Si organizzò un piano di coscientizzazione della cittadinanza, di urbanistica partecipata, di costruzione del consenso, mediante conferenze e assemblee pubbliche (fig. 13). In dieci anni questa squadra riuscì a togliere l'isola dal suo anonimato e lanciarla come una stella dell'arcipelago.

Manrique non possedeva i titoli formali per fare l'architetto, e questa sua estraneità alla professione non mancò di provocare qualche polemica. Ma la sua creatività, il suo entusiasmo, la sua capacità di trascinare i collaboratori tecnici, gli permisero di realizzare egualmente i suoi progetti, seguendoli in ogni fase, e in quanto delegato alle belle arti supervisionò tutto ciò che si costruì a Lanzarote in questo periodo. Accanto al Centro culturale El Almacén fu organizzato un Atelier di architettura, in cui le idee si trasformavano in progetti tecnici e modelli fisici, per poter essere ampiamente discussi e partecipati. Manrique poi seguiva continuamente, sul posto, i lavori di costruzione, coinvolgendo nella sua passione tutti i collaboratori, dall'architetto al manovale.

Le tre prime opere cui Manrique pose mano, in contemporanea, sono la propria casa al Taro de Tahiche, costruita in parte entro cavità naturali della lava, e oggi sede della fondazione che porta il suo nome e cerca di promuoverne le idee; la *Casa-Museo del Campesino* (fig. 14), e le *Jameos da Agua*, le lunghe, e alcune anche molto grandi cavità formatesi nei letti di lava per effetto del vario gioco delle temperature, pressioni e vapore acqueo, quando le colate giungono al mare.

Il frutto più spettacolare di questo programma è la creazione di una serie di Centri di Arte, Cultura e Turismo, attraverso i quali César volle evidenziare in primo luogo ai suoi conterranei e poi ai turisti che il vulcano non aveva solo coperto l'isola di lava, ma anche di forme plastiche naturali, da valorizzare e preservare. I Centri vogliono essere un esempio di come la mano dell'uomo sia capace di porsi a servizio della natura, per il piacere dell'uomo stesso.

¹² Junta Provincial de Turismo de Las Palmas, *Habla Nestor*, 1939.

¹³ C. MANRIQUE, *Lanzarote. Arquitectura inédita*, Ed. Cabildo insular de Lanzarote, 1973.

- a) Il *Parque Nacional de Timanfaya*, frutto di eruzioni vulcaniche che hanno creato straordinari monumenti naturali, colonizzati dalle prime forme di vita (licheni) è un esempio di come un paesaggio lunare possa essere trasformato in strumento educativo ed allo stesso tempo in paradiso per il visitatore. Il vulcano non è stato dominato, ma utilizzato. È un luogo d'interesse scientifico, poiché illustra il processo della creazione terrestre. Su questi 52 kmq di territorio sono state costruite alcune strutture di servizio: il centro visite e interpretazione, l'*Islote di Hilario* con il ristorante panoramico *el Diablo* (fig. 15), le cui cucine sono alimentate direttamente dal calore del vulcano, e geysir artificiali (a 10 metri di profondità si trovano già temperature di 400 gradi); lo 'stallo dei cammelli', dove si inizia il percorso a dorso di questi animali, già utilizzati in passato sull'isola per i lavori agricoli.
- b) *Los Jameos de Agua* è una grande cavità naturale (in passato adibita a scarica) entro cui si sono realizzati importanti interventi architettonici. È uno stupefacente sistema di grotte e tunnel disegnati dai vulcani e interrotti da laghetti di acqua salata.¹⁴ Due chilometri erano stati già attrezzati per accogliere i visitatori nel 1966, ad opera di Jesus Soto, che poi diventò uno dei più creativi e attenti collaboratori di Manrique. *Los Jameos de Agua* comprendono tre spazi principali: una grotta piccola (*Jameo Chico*), lunga 62 m e larga 19; una Grotta Grande (*Jameo Grande*) e una piscina, 100x30 m (fig. 21); infine un auditorium dall'acustica perfetta ed attualmente luogo di concerti. Nel laghetto salato al fondo della grotta piccola vive un gamberetto bianco e cieco, endemico di questo luogo, che ne è divenuto la mascotte.
- c) Il *Mirador del Río*¹⁵ è un belvedere coperto, mimetizzato nella roccia e incastonato a 500 metri a strapiombo sul mare, su un panorama mozzafiato (figg. 16, 18). Da questo punto, oltre a vedere l'infinito Oceano, si possono ammirare le isole della Graziosa, Alegranza, Montaña Clara.
- d) Il *Jardín de cactus* è ricavato da una vecchia cava di cenere vulcanica, rimodellata a forma di cavea a gradoni sui quali sono piantate 1.400 specie di cactus. Nella zona centrale emergono alcuni monoliti naturali, simbolo della precedente attività estrattiva¹⁶ (fig. 19). Altri interventi di Manrique sono quelli del Mirador de Malpaso a Haria, la Ermita de Mageuz, il Palazzo Spinola, il Castello di San Josè, convertito nell'attuale Museo dell'Arte contemporanea dell'isola, il Ristorante Era, la Galleria d'Arte Los Aljibes, i giardini dell'Hotel Las Salinas, l'aeroporto di Arrecife, il Pueblo Marinero, la villa di re Hussein di Giordania, il Charco di San Gines, la nuova casa per sé ad Haria. Egli lavorò anche fuori di Lanzarote: a Tenerife, ai giardini e piscina dell'Hotel Gran Tenerife; a Costa Martinez, al Puerto de la Cruz; a La Palma, a El Hierro, alla Gomera, a Gran Canaria, e anche a Madrid (centro commerciale La Vaguada), a Ceuta, a Siviglia, a Cadice.

Le opere architettoniche di Manrique hanno sempre un carattere fortemente plastico; ma, come si è accennato, egli si dedicò molto anche alla scultura propriamente detta. D'altronde, la distinzione tra architettura e scultura è sempre in qualche misura arbitraria, e Manrique credeva nell'unità e totalità delle arti plastiche. Egli creò numerose sculture, la maggior parte delle quali si caratterizzano come astratte. Molte sono anche mobili, mosse dal

¹⁴ S. ALEMAN, F. HORMIGA, *Tesoros de la isla*, Ed. Cabildo insular de Lanzarote, 2000.

¹⁵ In questo caso 'río' è denominato il braccio di mare che separa Lanzarote dall'isola della Graciosa e poiché la distanza è poca sembra un fiume più che una porzione d'oceano.

¹⁶ J. RAMIREZ DE LUCAS, *Jardín de cactus*, Fundación César Manrique, Lanzarote 1999.

vento o dall'azione degli spettatori; qualche volta anche da motori (fig. 20). Sempre esse sono in stretta relazione con l'ambiente in cui sono collocate e per cui sono state pensate. I materiali sono solitamente metalli, ma anche legno, lavorato o preso direttamente allo stato naturale (tronchi d'albero), e assemblati in varie combinazioni. Spesso sono multicolori, in modo da unire scultura e pittura. Manrique ha lavorato anche a bassorilievi, in materie varie e colorate. Ha prodotto anche opere a carattere monumentale e celebrativo. La maggior parte sono a Lanzarote, ma se ne trovano anche in altri luoghi: una, di grandi dimensioni, è a Berlino. Ha lasciato una gran quantità di bozzetti per sculture, lampioni, oggetti decorativi e di arredo urbano, alla cui realizzazione attende la Fondazione che porta il suo nome. Con la sua squadra, aveva in programma di collocare una scultura in tutte le rotonde stradali dell'isola. Ovviamente, egli curava anche gli elementi minimi dei suoi spazi architettonici, e cioè gli arredi interni e l'oggettistica decorativa.

Infine è da ricordare che Manrique si cimentò anche con il disegno, in tutti i suoi generi: disegno 'artigianale', per una linea di mobili intitolata a Lanzarote; disegno 'vestimentario', di uniformi per personale di servizio; disegno 'tessile', per tappeti; disegno 'pittorico' (ad esempio quando gli fu chiesto di decorare la carrozzeria di una serie limitata di Seat Ibiza, in cui si unissero i simboli dell'isola balearica con quelli di Lanzarote); disegno 'grafico', per segnaletica d'ambiente, per editoria, per materiali pubblicitari e promozionali, logotipi, ecc.

6. La poetica di César Manrique. Manrique non ha espresso la sua poetica in un testo organico; ma la si può ricostruire abbastanza facilmente da molti suoi scritti sparsi, dalle testimonianze di chi l'ha conosciuto e ha lavorato con lui, e dalle sue opere.

Possiamo individuare tre pilastri della sua visione del mondo. Il primo riguarda il rapporto tra l'uomo e la natura.¹⁷ Egli vede una profonda unità tra la storia della natura e la storia dell'uomo; entrambe si sono evolute in stretta interazione. Oggi non esiste più una natura in sé, distinta dalla presenza umana. Troppo spesso, specie in Occidente, il rapporto dell'uomo con la natura è stato di estraneità, di dominio e sfruttamento. Secondo Manrique, le culture orientali hanno una concezione più solidale e amichevole verso la natura. L'uomo deve collaborare con la natura, trasformandola e migliorandola con il suo lavoro. Nei suoi interventi architettonici, egli si basa su quattro principi: a) conservare la naturalità; b) valorizzare l'insieme degli elementi che costituiscono l'intorno del progetto; c) creare spazi dove l'uomo possa incontrare la natura e goderne la bellezza; d) creare solidarietà tra l'opera umana e la natura.

Il secondo pilastro riguarda il rapporto tra natura, il paesaggio e l'arte. Egli trova nella natura i segni oggettivi della bellezza, stimoli estetici senza fine: «in questa trepidante e vitale energia del cosmo sono contenuti un superiore spirito matematico, una organica simmetria, concezioni progettuali straordinarie, precisione assoluta, ostinata diversità, e bellezza».¹⁸ Nella sua dimensione estetica, la natura diventa paesaggio. Oltre che essere una risorsa necessaria al benessere umano, e una fonte di conoscenze visuali e teoriche, il paesaggio è il luogo di unità tra il funzionale e l'ecologico, da un lato, e la bellezza dall'altro. Il paesaggio è un

¹⁷ G. AGUILERA, *Arte y naturaleza en la propuesta estética de César Manrique*, in «Revista Atlántica», 1990; F. CASTRO, *Manrique - Arte y naturaleza*, Ed. Consejo de Industria y Turismo del Gobierno de Canarias, Sevilla 1993.

¹⁸ S. ALEMAN, F. HORMIGA, *Tesoros...* cit.

luogo dove si amplia il concetto di arte e di estetica. Nel paesaggio si possono integrare le diverse attività artistiche dell'uomo, e si possono cogliere come aspetti di un'unità, parti di un insieme. L'opera umana può essere così vista nella sua totalità, evitando la sua frammentazione nelle diverse modalità artistiche. Quando include elementi architettonici, sculture, disegni, li vede come componenti di una totalità, dove il bello e l'utile si confondono. La connessione di ogni singola opera con il tutto deve essere presente fin dall'inizio del processo creativo; non può essere un tocco cosmetico finale.

Il paesaggio come contesto di riferimento dell'intervento creativo non è solo il paesaggio naturale, ma anche quello storico-culturale. Il paesaggio è un bene culturale che va studiato e gestito razionalmente. La conservazione del paesaggio culturale è un elemento insostituibile del benessere umano e della qualità della vita. Essa può anche essere fonte di ricchezza, ma bisogna evitare che lo sfruttamento turistico lo deteriori. Manrique aveva ben presente il concetto di 'sviluppo sostenibile' nel settore del turismo, ben prima che fosse popolarizzato dai documenti dell'ONU.

Il terzo principio riguarda il valore pedagogico del paesaggio, nell'educare la sensibilità estetica dell'uomo. La contemplazione del paesaggio deve essere un momento di crescita mentale e culturale del pubblico, sia nei riguardi della natura che dell'arte. Manrique vedeva chiaramente che l'aumento del tempo libero e della mobilità nelle società urbanizzate avrebbe creato una grande domanda di contatti con la natura e il paesaggio, e indica la necessità di soddisfarla con una organica pianificazione, in cui siano bilanciati i valori della socialità, dell'apprezzamento estetico, del rispetto della natura e della conservazione del patrimonio culturale.

Nelle opere 'spaziali' di Manrique (che sono state chiamate anche ecologiche, paesaggistiche, o degli spazi seminaturali), in quanto distinte da quelle più riconoscibilmente pittoriche o scultoree, possiamo individuare nove caratteri emergenti:

- 1) *Ricca intuizione progettuale e fantasia creativa.* Manrique era dotato di una straordinaria capacità di inventare forme e di immaginare soluzioni a problemi costruttivi, senza l'ausilio di disegni tecnici precisi; ai quali suppliva con la presenza costante in cantiere. Ciò che spesso poneva qualche difficoltà ai suoi collaboratori, i quali d'altronde riconoscevano e ammiravano questa sua inesauribile fantasia.
- 2) *Espansivo sentimento vitalista,* teso alla promozione di felicità, gioco e godimento estetico. Le opere dell'artista devono servire a produrre vita, piacere, allegria e bellezza, e in questo modo far dimenticare le preoccupazioni della vita quotidiana. Anche in questo senso, in architettura l'estetico deve congiungersi al funzionale, generando sensazioni di calore, umanità, gioia. Una particolare attenzione Manrique ha dedicato alle necessità ludiche, al bisogno umano di giocare, e ha lavorato con passione alla progettazione di parchi, piscine, spiagge.
- 3) *Costante riferimento ai modelli popolari.* Quando progettava, Manrique faceva grande attenzione, oltre che all'ambiente naturale, anche alla presenza di segni dell'uomo. Aveva il massimo rispetto dell'architettura popolare, alla quale dedicò anche un importante lavoro di ricerca; ma la considerava una fonte di suggestioni, una base su cui creare e da cui progredire, e non un paradigma da seguire pedissequamente. La sua aderenza ai modelli popolari è molto evidente negli esterni delle sue costruzioni; ma per quanto riguarda gli interni egli si ritiene del tutto libero di creare forme rispondenti alle moderne esigenze di spazio e luce, e alle possibilità offerte dai nuovi materiali.
- 4) *Integrazione dell'architettura nell'ambiente naturale.* Questo carattere è evidentissimo in gran parte dei suoi lavori; i casi più spettacolari sono probabilmente gli interventi nelle

grotte e la propria casa di Taro de Tahiche. L'unione di architettura e ambiente si fa particolarmente stretta nell'utilizzo di elementi vegetali e dell'acqua; la compenetrazione tra elementi morti e vivi è tale che spesso non è possibile definire dove finisce l'edificio e dove comincia il giardino (figg. 17, 22).

- 5) *Utilizzazione degli elementi naturali.* Manrique dedica molta attenzione all'uso architettonico ed estetico dell'acqua, nelle sue varie forme: bacini, piscine, acqua corrente e stillante, fontane, cascate. È anche un grande giardinista, utilizzando sia le piante autoctone, che quelle esotiche ormai da tempo acclimatate. Dal punto di vista formale e concettuale si ispira molto alla tradizione del giardino giapponese. Per quanto riguarda i materiali 'di terra', egli valorizza le qualità dei diversi minerali, calcari, pietre e lave a disposizione sull'isola. Un altro elemento naturale, molto abbondante sull'isola e ampiamente utilizzato da Manrique è il vento, che fa muovere le sue sculture e 'giocattoli' sparsi in tutta l'isola.
- 6) *Perseguimento della sorpresa.* L'architettura non deve solo integrarsi nell'ambiente; deve anche produrre stimoli ed emozioni in chi vi si muove dentro. Manrique è molto attento a modulare le forme, gli spazi, i percorsi, in modo da indurre una varietà di sensazioni ed emozioni. Il passaggio dall'una all'altra produce l'effetto sorpresa, che Manrique sa creare spesso in modo spettacolare.
- 7) *Originalità nel disegno degli elementi costruttivi.* Manrique concentra molta fantasia creatrice nella progettazione dei diversi elementi costruttivi degli edifici. Ad esempio sviluppa una vera ossessione nell'inventare scale di ogni forma, dimensione, e materiali; e dedica molta attenzione anche alle porte, alle finestre, ai camini, alle superfici murarie, con esiti spesso originali, pur se sempre ispirati alla tradizione.
- 8) *Attenzione minuziosa ai dettagli.* La coscienza della globalità, dei legami organici tra ogni singola parte, anche minuscola, e il tutto, spinge Manrique a dedicare la massima attenzione anche ai dettagli più minuti delle sue costruzioni. Per lui tutto era egualmente importante. Quando lavorava ad un'opera ne definiva ogni singolo particolare.
- 9) *Intento pedagogico e promozione dei valori ecologici.* Come si è visto, in Manrique è sempre molto viva la coscienza della funzione educativa dell'estetica. La bellezza delle architetture deve servire ad elevare la sensibilità estetica, a diffondere la cultura, a instillare i valori fondamentali della vita. Un popolo senza cultura, senza identità culturale, è destinato alla rovina. E tra i valori fondamentali da inculcare nei giovani vi sono quelli relativi alla natura e all'ambiente. L'intento pedagogico caratterizza molte delle opere di Manrique, come la Casa-Museo del Contadino, il Centro culturale El Almacén, il Castello di San José, e la sua propria casa Taro de Tahiche, da lui destinata, negli ultimi anni, a fondazione culturale.

7. I collaboratori: Jesus Soto. Manrique è, indubbiamente, il *genius loci* di Lanzarote: lo è nei fatti, tale si sentiva lui stesso, tale è stato considerato dai suoi concittadini, e tale è presentato da Lanzarote al mondo esterno. Manrique è divenuto il 'marchio di fabbrica' delle fascinate peculiarità dell'isola. Ma come è evidente, e come è la regola nel caso degli stilisti di ogni tipo, il suo lavoro ha potuto avere successo anche perché sostenuto da una valida squadra di collaboratori. Ne abbiamo già fatto cenno. Qui ci sembra giusto ricordare il più importante di essi, Jesus Soto (Jesus del Carmen Soto Morales), che come tecnico comunale aveva cominciato a lavorare alla valorizzazione dei monumenti naturali e storici dell'isola ben prima del ritorno di Manrique, e che per tutto il periodo successivo non fu affatto solo un

esecutore delle idee di César, ma una fonte preziosa e nascosta di ispirazioni, suggerimenti e idee. Incuriosita dal silenzio della pubblicistica più ufficiale, che esalta esclusivamente il contributo di Manrique, ho voluto approfondire il ruolo di Soto. Non è stato facile, perché Soto era una persona estremamente modesta e appartata, che non ha lasciato nulla di scritto, non riceveva giornalisti, rifuggiva dalle cerimonie ufficiali. Lasciava volentieri tutti riflettori su Manrique, mentre lui lavorava silenzioso nell'ombra. Molto malato al tempo del mio soggiorno sull'isola (morirà poco dopo), mi ha fatto sapere di essere molto onorato dell'interesse dimostrato, ma di non aver nulla di importante da dire. La ricerca quindi dovette basarsi su interviste ai suoi familiari e collaboratori e materiale d'archivio.

Soto era nato sull'isola di Antigua nel 1928. Di modesto livello di istruzione, tutta la vita cercò di migliorare la sua cultura in vari campi, da autodidatta. Durante il servizio militare acquisì competenze professionali nel settore elettrico, e, assunto come tecnico al comune di Lanzarote, i suoi primi lavori riguardarono appunto impianti di illuminazione. Ma aveva anche una vera sensibilità d'artista: nel tempo libero dipingeva quadri di tipo materico e informale, nei quali si possono chiaramente leggere le impressioni da lui colte alla vista dei monumenti isolani. Caratteristicamente, non firmava i suoi quadri e non li esponeva in pubblico (salvo una volta a Londra). A chi lo sollecitava a questo rispondeva che la sua casa era sempre aperta a chiunque volesse venirci a guardare. A lui si deve la valorizzazione e apertura al pubblico dei *Jameos de Agua* e della stessa *Cueva de Los Verdes* già prima dell'arrivo di Manrique; e le innovazioni attribuite a questi sono comunque frutto delle premesse e dei suggerimenti di Soto.¹⁹

In particolare la *Cueva de los Verdes* è esclusivo frutto della sua mente; crea un percorso che sembra accompagnare il visitatore al centro della terra senza che si possa scorgere l'impronta umana. È costituita da un tunnel²⁰ che attraversa la crosta terrestre fino al mare. Ampliando il suo settore di interventi, Soto lavorò alla progettazione della 'strada dei vulcani', e contribuì in modo decisivo alla valorizzazione della 'Montagna di Fuoco' con i suoi giochi geotermici. In generale, collaborò con Manrique in tutti i suoi progetti più famosi. Nel novembre 2002 fu proclamato 'figlio adottivo dell'isola di Lanzarote', un onore concesso assai raramente (l'altro solo caso è Josè Saramago, lo scrittore premio Nobel). Morì nel maggio 2003. In quelle due occasioni finalmente l'opinione pubblica di Lanzarote ebbe modo di essere informata sul fondamentale contributo dato da quest'uomo semplice, sensibile e geniale, al suo sfolgorante successo.

8. L'eredità culturale: la Fundación César Manrique. Come si è visto, nel 1988 Manrique si ritirò in un'altra casa, lasciando il suo capolavoro del Taro de Tahiche come sede di una fondazione culturale che portasse il suo nome. La casa dovette essere sottoposta a notevoli modifiche per ospitare le nuove funzioni. La fondazione fu inaugurata nel 1992, pochi mesi prima della morte del maestro. Essa è dedicata non solo alla conservazione delle memorie di Manrique, e allo studio delle sue opere e del suo pensiero; molto di più, è un centro di promozione delle sue idee

¹⁹ A. ILDEFONSO, *Cueva de los Verdes*, Ed. Geo, Lanzarote 2000.

²⁰ Formatosi da un fiume di lava incandescente, molto fluida, che passa all'interno di una colata la quale si è già formata previamente, ma che ancora non ha raggiunto un grado avanzato di solidificazione. Giunge così un momento in cui la superficie esteriore si pietrifica per il raffreddamento provocato dall'aria, formando la volta della galleria. Quando la parte interna della galleria si svuota del suo contenuto, al cessare dell'emissione di lava si formano queste caratteristiche strutture, costellate da stalattiti laviche originate dal gocciolare della lava e messe in risalto da giochi di luce artificiali.

in fatto di natura, cultura e arte. Le sue attività comprendono diversi dipartimenti, dedicati rispettivamente ai programmi culturali, alla conservazione, all'ambiente, e all'archivio e biblioteca. C'è anche un dipartimento pedagogico, che accoglie ogni anno migliaia di scolari. Al piano superiore vi sono due spazi museali, uno dedicato all'arte canaria contemporanea, integrata dai pezzi della collezione personale di Manrique; l'altra dedicata alle opere del pittore, con quadri e plastica originale, bozzetti, disegni, fotografie, e così via. Ovviamente v'è anche il bookshop, dove si commercializzano i 'prodotti Manrique'. Oggi la fondazione è uno dei dieci musei più visitati di Spagna; nel 1999, più di 350.000 persone vi sono passate.

9. Gli effetti del lavoro di Manrique e collaboratori: i riconoscimenti. Gli sforzi di Manrique e della sua 'squadra' per salvare Lanzarote dalla 'valanga turistica' che si affacciava all'orizzonte già negli anni '60, e per farne invece un modello di sintesi tra arte e natura, capace di attrarre un turismo di qualità, avevano attirato già negli anni '70 l'attenzione del mondo ambientalista internazionale. Nel 1978 l'isola vinse il Premio mondiale di Ecologia e Turismo di Berlino; nel 1986 il premio Europa Nostra. Ma a questo si giunse non solo attraverso l'eccellenza del disegno, la valorizzazione delle bellezze locali e la costruzione di opere affascinanti. Essi implicavano anche un accorto lavoro politico, sociale, culturale, istituzionale, per mettere a punto un sistema di regole e controlli, e convincere gli isolani ad accettarle e anzi ad approfittarne. Fu necessario chiedere alle superiori autorità la designazione di Lanzarote a 'isola di particolare interesse turistico'. Nel 1991 fu approvata una Legge insulare di regolamentazione territoriale, che codifica le regole dello sviluppo. Nel 1993 si realizza un obiettivo a cui Manrique e le autorità lavoravano da anni; il riconoscimento di Lanzarote come 'Riserva della biosfera' da parte dell'Unesco, che divenne così parte del patrimonio dell'umanità.

10. Il successo di Lanzarote e i nuovi pericoli. Questi riconoscimenti hanno fatto di Lanzarote una delle stelle del turismo internazionale, e ciò inevitabilmente si traduce in rottura degli equilibri demografici ed economici. La popolazione dell'isola è cresciuta in modo esplosivo, per effetto dei forti flussi immigratori: dai circa 60.000 abitanti del 1987 si è passati ai 100.000 nel 2000, quasi il raddoppio in 13 anni, senza dimenticare l'enorme numero di visitatori. Ciò si traduce evidentemente in un sovraccarico di tutti i servizi e una fortissima spinta verso nuove costruzioni. I limiti imposti rischiano continuamente di saltare, e nell'isola si è creato un crescente contrasto tra le forze dello sviluppo turistico di massa, e quindi gli interessi economici, e i movimenti ambientalisti che preconizzano il crollo della sostenibilità, il disastro ecologico, la perdita dell'identità culturale. Paradossalmente, ma non tanto («nothing fails like success», dice un vecchio proverbio inglese) il successo di Manrique e della sua squadra nel trasformare Lanzarote da 'portacenero dell'Atlantico' a un gioiello unico nel suo genere ha scatenato le forze che ora la mettono di nuovo in pericolo.

11. Conclusioni. Il caso di Manrique a Lanzarote mostra quali energie creative possano essere sprigionate dalla sintesi tra l'amore per la natura e per il paesaggio, da un lato, e dall'altro l'amore per la propria comunità, con le sua storia, le sue tradizioni, la sua inconfondibile cultura. In una parola, l'amore per il proprio luogo, che è propriamente un pezzo di natura definito culturalmente; lo spazio dove uomo e natura si fondono in un'unità distinta da ogni altra. Ma l'amore per il luogo è acuitizzato dalla conoscenza e dall'esperienza del mondo più vasto. Manrique non avrebbe forse concepito il suo progetto per Lanzarote se non avesse vissuto a lungo in grandi metropoli, di irradiazione globale, come Madrid e New York, e non avesse

molto viaggiato in altri paesi. Il suo agire localmente è stato attivato dal suo pensare globalmente. Localismo e globalismo si stimolano a vicenda, interagiscono strettamente, al punto di formare un processo unico, il glocalismo.

Un secondo insegnamento che possiamo trarre dall'esperienza di Manrique è che nell'arte non si può distinguere il bello dall'utile, contrariamente a quanto sostenuto dalla sciagurata, esecrabile concezione idealistico-romantica; e che quando l'arte vuole essere veramente utile alla propria concreta comunità assume i caratteri della pienezza vitalistica, dell'attivazione di tutti i sensi, dell'allegria, della sorpresa, del gioco, perché vuole essere – come è sempre stata, prima del XX secolo – dispensatrice di bellezza e piacere alle persone vere. È solo nel chiuso del sistema dell'arte, nell'alienazione metropolitana, nelle aberrazioni ideologiche, che si sono potute concepire le moderne idee sulle funzioni negative, sovversive, irritanti e scandalizzanti dell'arte.

Infine – ma questo è assai meno innovativo – questa esperienza insegna che quando si vuole applicare la creatività artistica un concreto programma di interventi migliorativi di una comunità e un luogo, salta ogni divisione disciplinare, e l'arte si fa totale; l'artista diventa insieme pittore, scultore, architetto, urbanista; ma anche arredatore, stilista e giardiniere.

Bibliografia

- I. AGUILAR, *Cueva de los Verdes*, Ed. Geo, Lanzarote 2000.
- G. AGUILERA, *Arte y naturaleza en la propuesta estética de César Manrique*, in «Revista Atlántica», 1990, p. 59.
- G. AGUILERA, *César Manrique en sus palabras*, Ed. Fundación César Manrique, Lanzarote 1995.
- S. ALEMAN, F. HORMIGA, *Tesoros de la Isla*, Ed. Cabildo insular de Lanzarote, Lanzarote 2000.
- G.V. BOTE, *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del Patrimonio sociocultural y de la economía social*, Ed. Popular, Madrid 2002.
- P. BOURSELLIER, J. DURIEUX, *Los volcanes y los hombres*, Ed. Lunwerg, Barcellona 2000.
- F. CASTRO, *Manrique - Arte y naturaleza*, Ed. Consejo de Industria y Turismo del Gobierno de Canarias, Sevilla 1993.
- A. DEL VAL, *Alegaciones a la revisión del Plan Insular de ordenación del territorio de Lanzarote*, Ed. Cabildo Insular, Lanzarote 2002.
- S. FIZ MARCHAN, *Fundación César Manrique*, Axel Menges, Lanzarote 1998.
- FLORIANO, *Roberto Burle Marx: El Jardín como escenario del Arte Público*, p. 144.
- F. GALANTE, *Mirador del Río*, Fundación César Manrique, Lanzarote 2000.
- N. GONZALES, *El turismo en la historia de Canarias. Viajeros y turistas desde la antigüedad hasta nuestros días*, Ed. Grupo Maper, Las Palmas de Gran Canaria 2002.
- R. GORDILLO, *Manrique y el territorio: una propuesta de intervención*, Ed. Cabildo insular de Lanzarote, Lanzarote 1993.
- F. HORMIGA, *Lanzarote antes de César*, Ed. Idea, Arrecife 1995.
- A. LUENGO, C. MARÍN, *El Jardín de la Sal*, Ed. Ecotopia, Barcellona 1994.
- J. MADERUELO, *De la escultura pública al jardín*, Actas de Arte público, Diputación de Huesca, 1999, p. 85.
- C. MANRIQUE, diario privato, Archivio della Fundación César Manrique, Taro de Tahiche, Lanzarote.
- C. MANRIQUE, *Lanzarote. Arquitectura inédita*, Ed. Cabildo insular de Lanzarote, Lanzarote 1973.
- C. MANRIQUE, *Escrito en el Fuego*, Ed. Erdica, Las Palmas, Gran Canaria 1988.
- MONTESINOS, *Las ciudades, una visión histórica y sociológica*, Barcelona 1993.
- G. MOURE, *El Arte de hacer ciudad*, Fundación César Manrique, Arrecife 2001.
- J. RAMIREZ DE LUCAS, *Jardín de cactus*, Fundación César Manrique, Lanzarote 1999.
- A. REYES, I. ARACELI, D. HERRERO, *Turismo Sostenible*, Ed. Iepala, Madrid 2002.
- R. TONIA, *Land Art*, Ed. Nerea, Barcelona 1998.

Bruno Munari: arte, design e natura*

SILVIA MASON

1. Introduzione. In quale cornice teorico-disciplinare inquadrare Bruno Munari? Nella storia dell'arte, del design industriale, della grafica, della pubblicità, della pedagogia, della teoria della progettazione? Durante la sua lunga (1907-1998) e attivissima vita, egli ha dato contributi originali, spesso geniali, e ampiamente riconosciuti in tutto il mondo, in ognuno di questi campi. Tutti coloro che lo hanno studiato rilevano la difficoltà di trovare una prospettiva che riesca a comprenderlo nella sua interezza. Gli studi più recenti la ricercano nella sua *forma mentis*, nel modo di operare del suo pensiero, nella sua metodologia creativa, ed è questa l'ottica che adotteremo nella parte finale di questo lavoro. Con una particolarità: trattandosi di una ricerca condotta nel quadro generale della sociologia, metteremo in luce particolare l'attenzione di Munari per le finalità umane e sociali del proprio lavoro. Inoltre enfatizzeremo il rapporto di Munari con la natura: in tutta la sua opera, egli si sforza di ispirarsi alla natura: non alle forme che la natura produce, ma ai principi di fondo – la funzionalità, l'economia, l'essenzialità, l'eleganza, la varietà – che regolano la sua attività creatrice. Munari ha scritto diversi libri e si è prestato a un certo numero di interviste; ma, come è tipico delle persone molto creative sul versante visuale, la sua prosa è molto asciutta, stringata, frammentaria, allusiva; quasi didascalie delle immagini che stanno nella sua mente o sulla pagina. La sua filosofia di vita e la sua visione del mondo e della società non sono, da parte sua, oggetto di trattazioni sistematiche, estese e approfondite. Ma, come vedremo, si possono trovare elementi che indicano un progetto estremamente ambizioso, a lungo periodo, di miglioramento della condizione umana attraverso la creatività estetica. In *Artista e designer* (1971) Munari riporta questa frase di Jan Mukarovsky:

La funzione estetica è molto di più di un semplice ornamento alla superficie delle cose e del mondo, come a volte si pensa. Agisce profondamente sulla vita della società e dell'individuo, concorre alla guida del rapporto – sia passivo che attivo – dell'individuo e della società con la realtà che li circonda.¹

2. Arte, artigianato, industria: cenni storici. Il dibattito sui rapporti tra l'arte 'alta', le arti 'minori' e 'applicate', l'artigianato e infine l'industria, nasce nella seconda metà del Settecento. È questo il momento in cui si confrontano: 1) la nascente teoria idealistico-romantica dell'arte come attività 'disinteressata', e della separazione del bello dall'utile, dell'estetica dalla pratica; 2) la trionfante cultura illuministica e razionalistica, e poi positivista, che invece esalta l'utilità, la funzionalità, il lavoro produttivo, le tecniche e i mestieri, e che ha

* Sintesi di *Creatività e individualità nel metodo di Bruno Munari. Aspetti sociologici*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 138 + ill.

¹ B. MUNARI, *Artista e designer*, Laterza, Roma-Bari 1971, p. 30.

nell'*Encyclopédie* di Diderot e D'Alembert il suo monumentale manifesto; 3) l'incipiente industrializzazione (meccanizzazione, standardizzazione) della produzione di oggetti, anche a funzione decorativa. Al tema del rapporto tra estetica, tecnica e pratica furono particolarmente sensibili i teorici dell'architettura (ad es. in Italia il Milizia, il Lodoli, l'Algarotti, il Ruffo), perché di tutte le arti l'architettura è quella che sempre ha dovuto tener maggior conto insieme della *venustas* (bellezza), della *firmitas* (stabilità, e cioè i principi strutturali e tecnici) e dell'*utilitas* (l'utilità, le funzioni sociali e pratiche), secondo la famosa triade vitruviana. Proprio per questa sua 'contaminazione' con la tecnica e le funzioni, l'architettura, tra l'altro, occupava un rango inferiore nell'estetica idealistica. La tematizzazione del rapporto tra arti 'alte' e 'arti applicate' e 'decorative' è solo una conseguenza della concezione idealistico-romantica; non era mai stato considerato un problema nelle epoche precedenti, dove si dava per scontata una sostanziale continuità tra il lavoro del più umile artigiano e la creazione dell'artista più geniale. Infine, il problema del rapporto tra arte e artigianato da un lato, e produzione industriale, cioè in serie (invece che in pezzi unici), meccanica (invece che manuale) e per il mercato (invece che per un committente), si pone solo con l'applicazione del metodo industriale anche a oggetti a valenza e finalità estetica. Ciò avviene in Inghilterra prima che altrove, ed è qui, durante tutto l'Ottocento che si sviluppa il grande dibattito di cui sono protagonisti Auguste Pugin, Henry Cole, John Ruskin, e William Morris; e che influenzerà analoghi dibattiti in Francia (Eugene E. Viollet-le-Duc, Emile Moiliniere) e nei paesi germanici (Gottfried Semper, Alois Riegl, e più tardi Josef Hoffmann, Koloman Moser, Hermann Muthesius). Che non è solo un dibattito accademico, ma si esprime con l'avvio di iniziative e istituzioni tese a riconciliare arte e industria, arti 'alte' e 'pure' e arti decorative e applicate; e che non riguarda solo principi estetici, tecnici e teorici, ma ha sempre un chiaro riferimento sociale. La qualità estetica degli oggetti è finalizzata al miglioramento del gusto, e quindi della cultura e della morale della gente; e le modalità con cui essi vengono prodotti devono anch'esse tener conto della dignità, del benessere e della felicità dei produttori. Una produzione di alta qualità estetica è possibile solo in una società moralmente sana e giusta. I protagonisti del movimento per le arti applicate (Arts and Crafts, Deutsche Werkbund, Wiener Werkstätte, ecc.) erano di solito animati anche da spirito di progresso e riforma sociale. Questi caratteri continuarono e in qualche caso si accentuarono, assumendo posizioni anche più radicali (marxiste) negli sviluppi del movimento nella prima metà del Novecento, dove emerse l'episodio breve (1919-1932) ma pregnante della Bauhaus. Parigi cercò di assumere la leadership del movimento per le arti decorative, organizzando una grande esposizione internazionale sul tema (concepita prima della Grande Guerra, poté essere realizzata solo nel 1925); e anche l'Italia in quello stesso anno si unì al movimento, con la Biennale di Monza che poi divenne Triennale e si trasferì a Milano. Il resto è cronaca del Novecento: continua il dibattito teorico su creazione artistica, produzione industriale e finalità sociali, sui rapporti tra l'*industrial design* e le arti, tra progettisti, esecutori e utenti; si sviluppano scuole e stili diversi, nei vari paesi; dall'America viene lo stile *streamline*, dalla Scandinavia lo stile 'svedese', dal Giappone il minimalismo di tradizione zen. Emergono le contrapposizioni di scuole: tra design e *styling*, tra il funzionalismo radicale e decorativismo, tra estetismo e impegno sociale. Il design si estende a gamme sempre più vaste a varie di prodotti, fino a comprenderli oggi praticamente tutti, dall'ago alle regioni urbane, e si organizza seconda una varietà di modelli di rapporti con l'industria.

L'Italia, all'inizio del secolo, anche nel campo delle arti applicate e dell'*industrial design* era un paese sostanzialmente al traino di quelli più avanzati, ma tra le due guerre fece buoni

progressi; il regime fascista, pur rendendo meno agevoli rapporti con il resto del mondo, non impose vincoli alla ricerca artistica e stilistica, anche perché non aveva sviluppato una propria precisa estetica; esso oscillava tra gli stimoli radicalmente innovativi e anzi rivoluzionari del futurismo, che era una delle sue più forti componenti originali; e il monumentalismo retorico derivato dal realismo socialista di fine Ottocento e dal mito di Roma imperiale. Ne risultò una posizione di apertura e favore verso le iniziative innovative nel campo dell'architettura, delle arti applicate e del design; tra cui, come si è visto, l'istituzione della Triennale di Milano. Immediatamente dopo la guerra (1946) ripresero le mostre alla Triennale, ora con vesti ideologiche antifasciste e 'progressiste' cioè marxiste, in armonia con la nuova realtà politica, sia a livello nazionale che locale, e Milano si impose subito come la capitale italiana non solo dell'industria, ma anche del design industriale: sorsero altre iniziative, come la mostra sull'estetica e arte industriale, alla Fiera del 1952, la formazione dell'ADI, Associazione per il Disegno Industriale, e l'istituzione del Compasso d'Oro, ambedue nel 1956. In breve l'Italia diventa una delle protagoniste del design a livello mondiale (*l'Italian Style*), in un gran numero di campi: mobili, automobili, abbigliamento e accessori, macchine, oggettistica varia.

I segreti di questo successo sembrano essere due. Il primo è l'alto contenuto di 'artisticità' di cui gode l'Italia, erede di grandissime stagioni creative nei secoli passati (dal '400 al '700), e sede di una spropositata quantità di beni artistici e culturali. Il secondo è l'irriducibile individualismo del carattere italiano, che, se rende più difficile l'organizzazione collettiva, d'altro canto favorisce le attività ad alto tasso di creatività, che è sempre individuale. Il design italiano è sempre stato policentrico, multiforme e differenziato, e da questo ha preso la sua forza.

Negli anni '60 e '70 anche il mondo del design fu investito dai venti della 'contestazione del sistema', e accentuò di nuove intenzioni populiste e di critica sociale radicale, ma nell'ultimo trentennio sembra essere tornato a lavorare in buon ordine al servizio dell'industria e della crescita economica.²

3. Arte e pubblicità in Italia: cenni. Ci sono ovvi rapporti tra design industriale e pubblicità. In primo luogo, la forma dei prodotti è di per sé un segno di riconoscimento, un modo per diffonderne un'immagine distintiva. In secondo luogo, anche l'immagine pubblicitaria, come la forma dell'oggetto, è il risultato di un processo di creazione visiva, e si fonda su analoghe competenze professionali. In terzo luogo, sia il design che la pubblicità hanno stretti rapporti strutturali da un lato con l'arte, dall'altro con l'industria.

Gillo Dorfles nel suo libro *Simbolo, comunicazione, consumo* spiega perché ha analizzato assieme design e pubblicità: la ragione è la loro pregnanza informativa. Dorfles scrive:

Oggi dobbiamo accettare, invece, il fatto compiuto di un'ingerenza sempre più fitta e capillare di questi elementi plastico-figurali dentro alle maglie della nostra esistenza. E questa ingerenza

² N. PEVSNER, *L'architettura moderna e il design. Da William Morris alla Bauhaus*, Einaudi, Torino 1969; G. DORFLES, *Introduzione al disegno industriale. Linguaggio e storia della produzione in serie*, Einaudi, Torino 1972; F. BOLOGNA, *Dalle arti minori all'industrial design: storia di un'ideologia*, Laterza, Bari 1972; P. FOSSATI, *Il design in Italia 1945-1972*, Officina, Roma 1972; V. GREGOTTI, *Il disegno del prodotto industriale, Italia 1860-1980*, Electa, Milano 1982; R. DE FUSCO, *Storia del design*, Laterza, Roma-Bari 1985; A. PANSERA, *Storia del disegno industriale italiano*, Laterza, Roma-Bari 1993; M. VITTA, *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica, 1851-2001*, Einaudi, Torino 2001.

non può non significare di contraccolpo un loro influsso anche sulla struttura mentale dell'individuo, sul suo comportamento, sui suoi meccanismi percettivi e rappresentativi.³

Anche in Italia la grafica pubblicitaria, all'inizio del Novecento, si ispirava prevalentemente allo stile liberty. Dopo la guerra risentì fortemente delle innovazioni stilistiche apportate dall'arte di avanguardia: cubismo e surrealismo. Ma in Italia si era formato, già prima della guerra, anche un movimento artistico più impegnato nell'esaltazione dei valori caratteristici della civiltà industriale: il futurismo. Il futurismo esaltava non solo l'industria e i suoi prodotti, ma anche la pubblicità. Le strade e le piazze piene di vita e movimento, tappezzate di sgargianti manifesti e scritte pubblicitarie costituivano, per i futuristi, i veri templi dell'arte nuova, in contrapposizione alle morte sale dei vecchi musei. I futuristi si impegnarono subito, in modo massiccio e fantasioso, nella grafica pubblicitaria, e per converso, i grafici pubblicitari degli anni '20 e '30 adottarono molti stilemi tipici dei futuristi.⁴

Anche in Italia la pubblicità evolve, da un'organizzazione artigianale basata essenzialmente, da un lato sugli artisti (grafici, 'cartellonisti') e dall'altro su agenzie di compravendita di spazi pubblicitari (stradali e sulla stampa), in studi più strutturati. Nascono le prime vere agenzie di pubblicità che curano sia il lato commerciale che quello creativo; e gli studi di grafica. Nel primo dopoguerra arrivano le prime agenzie a carattere internazionale (per lo più americane), che, dopo la parentesi fascista e della guerra, allargano a dismisura la loro presenza anche in Italia e vi importano modalità operative sempre più sofisticate e 'scientifiche', quali gli studi d'impatto, le ricerche psicologiche e sociologiche, le ricerche di mercato. Per quanto riguarda l'aspetto visuale, la fotografia tende a sostituire, anche in questo campo, l'immagine dipinta a mano; il mestiere di 'cartellonista' tende a scomparire e trasformarsi in mero grafico, che si occupa del 'layout', dei caratteri tipografici, dei colori, ecc., ma non più delle 'figure' di persone e cose.

Nel panorama pubblicitario non ci sono solo nomi eccellenti che lavorano su commissione, studi di grafica o agenzie, ma anche delle 'scuole aziendali' vere e proprie, che riuscirono a costruire un loro 'stile' di comunicazione; ne sono un esempio la Olivetti e la Pirelli.

Verso gli anni '60, con il primo 'boom' economico, anche l'Italia si avvia a diventare una 'società dei consumi',⁵ dove l'acquisto dei prodotti non serve più e solo a soddisfare bisogni materiali, ma diventa un elemento di distinzione sociale (status symbol) e viene assoggettato ai meccanismi della moda. Non si mira più tanto e solo all'accumulazione dei beni, ma alla loro continua sostituzione con altri più nuovi. Per assicurarsi la continuità dello smercio, l'oggetto d'uso deve cambiare quanto più frequentemente possibile; se non nella sostanza tecnica, almeno nella forma esterna, nei dettagli. L'oggetto si arricchisce semanticamente, e in questo processo la pubblicità è decisiva, nel conferire all'oggetto qualità immateriali, puramente simboliche. «Il consumo non si orientava più in prima istanza verso l'oggetto, bensì verso la forma con la quale esso si rappresentava e verso la rappresentazione di sé che questa consentiva».⁶ Su questo meccanismo si fondò la pubblicità: rappresentare il prodotto attraverso

³ G. DORFLES, *Simbolo, comunicazione, consumo*, Einaudi, Torino 1962, pp. 193-194.

⁴ C. SALARIS, *Il futurismo e la pubblicità*, Lupetti, Milano 1986. Cfr. anche, in questo volume, il lavoro di A. Foscarini.

⁵ A. ABRUZZESE, D. BORRELLI, *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Carocci, Roma 2000.

⁶ M. VITTA, *Il progetto della bellezza...* cit., p. 259.

le situazioni nelle quali l'immagine del prodotto stesso si può inserire. In effetti si identificava il benessere con il consumo di massa, legato piuttosto all'apparenza delle cose che alla loro utilità effettiva.⁷

In questa situazione, cambia anche il rapporto tra pubblicità e design, da un lato, e l'arte, dall'altro: «In un contesto caratterizzato dalla razionalizzazione capitalista e dalla massificazione della società, cambia lo statuto sociale dell'arte. Essa per un verso si settorializza e per un altro verso si scioglie altrove; sempre più tenderà ad integrarsi nella vita quotidiana, da un lato diventando una merce tra le altre, dall'altro penetrando di sé le forme dei consumi».⁸

4. Bruno Munari: profilo biografico e artistico. Bruno Munari nasce nel 1907 a Milano dai genitori Pia ed Enrico. I suoi genitori si trasferiscono prestissimo a Badia Polesine, dove gestiscono un alberghetto; e lì, sulle rive dell'Adige, il ragazzo passa la sua infanzia ed adolescenza fino ai diciotto anni. Quegli anni passati sulla rive del fiume, a giocare e costruire capanne di frasche e canne, lasceranno un'impronta profonda nella mente del ragazzo; a quelle esperienze egli farà risalire la passione per la natura, la creazione di strutture essenziali, l'affinità elettiva per le forme culturali giapponesi.

A Milano, con l'aiuto di uno zio ingegnere, è subito avviato al lavoro in studi di grafica, e comincia ad avvicinarsi all'ambiente artistico. È affascinato dall'astrattismo di Kandinski e si avvicina ai futuristi; più precisamente a quello che è stato poi storicizzato come il 'secondo futurismo', quello che risulta dal riavvicinamento di Marinetti a Mussolini, dopo la rottura politica del 1920, quando i futuristi, dopo aver costituito uno dei principali motori del movimento fascista, si erano opposti ad alcune scelte compromissorie e moderate di Mussolini nei confronti della Chiesa e del Trono. Con l'avvento della dittatura nel 1924, Marinetti si riavvicinò a Mussolini, e divenne una (ma non certo l'unica) delle anime estetiche del regime.

La ragione dell'adesione di Munari al 'secondo futurismo' probabilmente è da ricercare nel rilievo che esso dava alla grafica, alla pubblicità, all'arte applicata; al suo uso di tutte le discipline creative in un'ottica di totalità del fatto artistico; e alle ricerche più originali sui nuovi materiali, nuovi oggetti d'uso, nuovi soggetti. La Biennale di Venezia del 1926 aveva ospitato opere futuriste, in particolare quelle 'di cielo' (l'areopittura), che avevano fortemente impressionato Munari. Egli partecipa con suoi lavori alle più importanti collettive futuriste degli anni seguenti, alla Galleria Pesaro (1927, 1929, 1930, 1931, 1932) e in molte altre occasioni anche internazionali, come la Biennale di Venezia (1930, 1934, 1936), la Quadriennale di Roma (1931, 1935), la Triennale di Milano (1933, 1936, 1940). Egli esercita sul gruppo dei futuristi milanesi un'influenza determinante nell'orientarne gli interessi verso «un'arte di pura visibilità, fondata sull'impiego di piani cromatici e sulla combinazione colore-materia»,⁹ cioè verso l'astrattismo. «La sua è dunque già, nell'esperienza futurista, non un'arte di visione: ma di costruzione astratta, con effetti dinamici... Munari però si distingue tanto dai futuristi che dagli astrattisti: non tende all'arte come puro lirismo, ma sente la neces-

⁷ A.C. QUINTAVALLE, *Pubblicità: modello, sistema, storia*, Feltrinelli, Milano 1977; G.P. CESARANI, *Storia della pubblicità in Italia*, Laterza, Roma-Bari 1988; A. VALERI, *Pubblicità italiana. Storia, protagonisti e tendenze di cento anni di comunicazione*, Ed. del Sole 24ore, Milano 1986; G. LIPOVETSKY, *Art et Publicité*, Centre Pompidou, Paris 1990.

⁸ A. ABRUZZESE, D. BORRELLI, *L'industria culturale...* cit., p. 146.

⁹ F. MENNA, *Munari o la coincidenza degli opposti*, in A.C. QUINTAVALLE (a cura di), *Bruno Munari*, Feltrinelli, Milano 1979, p. 70.

sità di sperimentare... né ha timore di rivolgersi alla grafica pubblicitaria e all'industrial design». ¹⁰ Oltre che con il suo lavoro di grafico e illustratore, si cimenta anche con la scenografia teatrale: nel 1929 realizza a Roma le scene per *Il suggeritore nudo* di Marinetti, inserendo vi composizioni parolibere e accenni alla robotizzazione (meccanizzazione) dei figurini. Nel 1932 per la Campari esegue una serie di 27 figurazioni grafiche di altrettanti testi poetici; per la stessa casa, nel 1935, illustra la serie *Dal diario di Petronio*. Nel 1933 illustra il poema di Tullio d'Albisola *L'anguria Lirica*, un 'libro in litolatta', cioè impresso su latta, che fa seguito all'analogia idea di Marinetti *Parole in libertà*.

Nel 1930 realizza la prima delle sue 'sculture aeree', che nel 1933 evolvono nelle 'macchine inutili', forme geometriche di cartoncino colorato, sospese, collegate e mobili, coeve ma indipendenti alle analoghe opere di Nigel Calder¹¹ (fig. 23). Si nota già in questi oggetti lo spirito ironico di Munari e la sua propensione a comunicare sempre le proprie idee e il proprio procedimento costruttivo, in modo che ognuno possa rifarlo. Il movimento, come dice in *Arte come mestiere* (1966), aggiunge all'oggetto artistico la quarta dimensione, quella del tempo.

Dal 1930 al 1937 Munari è associato a Riccardo Ricas nello studio R+M, specializzato in grafica. In questi anni collabora con numerose riviste e giornali: «La lettura», «Natura», «Settebello», «Grandi Firme», «L'Ufficio Moderno». Illustra libri futuristi, tra cui il *Poema del vestito di latte* di Marinetti, in onore della nascente industria delle fibre tessili artificiali, alcune delle quali derivate dalla caseina. Vi si trovano pagine realizzate con le materie più disparate, e anche trasparenti; e con montaggi, fotografie, e una quantità di originali invenzioni grafiche.

Nel 1940 si sposa con Dilma, e nello stesso anno nasce il figlio Alberto, che avrà un ruolo importante nell'evoluzione degli interessi di Munari. La vita familiare di Munari fu molto privata e riservata; egli non ne parla mai nei suoi scritti e interviste.

Nel 1933 aveva realizzato la sua prima personale alla Galleria Il Milione, il tempio milanese e italiano della pittura astratta. Nel 1940 ne realizza una seconda, in cui presenta gli 'oggetti metafisici'.

Immediatamente prima della guerra c'è una pausa nella produzione munariana, probabilmente dovuta all'incupirsi dell'atmosfera politica, ma anche alla perdita di slancio delle avanguardie. Durante la guerra lavora presso la Mondadori e dirige l'ufficio editoriale de «Il tempo», il maggior rotocalco italiano dell'epoca. Sono gli unici anni di lavoro dipendente, come terrà a sottolineare Munari. Pubblica comunque con Einaudi il libro delle *Macchine inutili* (1942), ovvero disegni di macchine a scopi surreali: come far scodinzolare un cane stanco, come far correre una tartaruga, come prevedere l'aurora o rendere musicale il singhiozzo. Probabilmente, l'idea era stata ispirata dalle analoghe tavole di Rube Goldberg. Per l'«Editoriale Domus» pubblica le *Fotocronache* (1944), un libro umoristico a episodi unici, in cui il racconto cambia il senso dell'immagine. Nel 1943 aveva prodotto la *Tavola tattile*, un'asse di legno rivestita a settori di vario materiale: cartavetro, pelliccia, metallo, corda. L'intento era quello di promuovere la ricerca sulle sensazioni tattili.

¹⁰ G. BALLO, *Design italiani. Con Bruno Munari continua la galleria dei personaggi che hanno inciso sull'evoluzione del costume artistico italiano*, in A.C. QUINTAVALLE (a cura di), *Bruno Munari* cit., p. 68.

¹¹ La 'scultura aerea' del 1930 venne riproposta dalla ditta Danese come multiplo nel 1971, e le 'macchine inutili' del 1933-1934 vennero riproposte dalla stessa ditta nel 1983.

Finita la guerra si mette in proprio e pubblica con la Mondadori una serie di libri per bambini, concepiti in origine per il proprio figlio, e che verranno ristampati per molti anni a seguire, anche all'estero. Non sono i soliti libri per bambini: ispirati dai lavori di Piaget sullo sviluppo della psiche infantile, e sulle proprie attente osservazioni, questi si riempiono di grandi figure geometriche, di superfici colorate, di buchi, di fili, di pagine piccole inserite in pagine più grandi, di fustellature e così via.

Sempre del 1945 è il prototipo dell'*Ora X*, un orologio costituito da semidischi di materiale plastico colorato e traslucido, di varie dimensioni, che si muovono con tempi diversi e quindi danno luogo ad un'infinità di combinazioni cromatiche (fig. 24). Munari ne parla come del primo esempio di 'arte programmata'. Nel 1963 verrà prodotto in serie limitata (50 esemplari) dalla ditta Danese, e definito come un 'multiplo cinetico'. L'idea del multiplo, come scriverà Munari in *Artista e designer*, è di «diffondere al maggior numero di persone un tipo di informazione estetica», pur mantenendo il carattere di rarità e preziosità; una via di mezzo tra l'opera d'arte unica e l'oggetto di design industriale prodotto in grande serie.¹² Seguono, nel primo dopoguerra, ancora altre 'macchine inutili', ora realizzate non più con cartoncini e bastoncini di legno, ma con le nuove materie plastiche e metalli leggeri. Realizza anche il *Concavo-Convesso*, una struttura in rete metallica ispirata all'anello di Moebius, che avrebbe dovuto essere appesa, lasciata oscillare e proiettare la sua ombra sulle pareti mediante un piccolo faro proiettore puntiforme; come oggetto di decorazione cinetica degli ambienti domestici. In questa linea, diversi anni più tardi (1968) realizza, con L. Forges Davanzati e P. Ranzani, una struttura flessibile in acciaio inossidabile, che può assumere una quantità infinita di configurazioni. Questo 'gioco topologico' prende il nome di *Flexi* ed è esposto alla Triennale di quell'anno.

Dello stesso anno sono anche sperimentazioni con i positivi-negativi, basati sui principi della psicologia della percezione visiva. L'idea è di far oscillare percettivamente la figura e lo sfondo, in modo da creare ambivalenza, instabilità, vibrazione, lungo le linee poi sviluppatesi nella optical art (op art).

Nel 1948 a Milano Munari fonda con Gillo Dorfles, Gianni Monnet e Atanasio Soldati il Movimento per l'Arte Concreta (MAC), i cui incontri si tenevano alla libreria Salto. Vi si discuteva delle più recenti teorie estetiche e scuole artistiche, promuovendo in particolare l'«astrattismo geometrico» (in contrasto con l'«astrattismo informale» in gran voga in quegli anni a livello internazionale); ma anche si criticavano le tendenze elitarie e puramente estetizzanti, e si promuoveva l'idea dell'interdisciplinarietà del fare artistico, la necessità della sintesi tra pittura, architettura, plastica; e l'applicazione pratica di tutto ciò alla vita quotidiana, alla produzione, mediante l'*industrial design*.

L'esperienza del MAC durò dieci anni, fino al 1958; la sua produzione concreta non fu rilevante, e anche quella editoriale limitata, nei primi anni, a piccole pubblicazioni mensili, molto raffinate sia formalmente che concettualmente. Munari curò due bollettini, nel 1952 e 1953. Ma senza dubbio il MAC fu un episodio molto importante per lo sviluppo dell'arte e del design italiano nei decenni successivi. Si pensi solo alla popolarità e all'autorevolezza acquisita da Gillo Dorfles con i suoi numerosi e fondamentali lavori su queste materie.

Munari nel frattempo espone in numerose collettive e personali. Nel 1950 presenta, alla libreria Salto, i *Libri illeggibili*, discendenti sia dai suoi libri per bambini degli anni prece-

¹² B. MUNARI, *Artista e designer* cit., p. 74.

dentì, sia dalle sue esperienze futuriste ed astrattiste. Sono 'libri' composti solo da carte colorate, fogli trasparenti, forme diverse, che formano 'storie mute', a seconda della sequenza con cui si 'sfogliano'.

Continuano le sue ricerche anche nel campo del design. Inventa 'macchinette' per proiettare immagini a colori e in movimento sulle pareti di casa, come risposta alla ristrettezza degli spazi domestici e alle abitudini percettive dell'uomo moderno, plasmate dal cinema (la televisione. In Italia, è solo ai primi passi).¹³ I prototipi del 1955 (proiezioni dirette, proiezioni a luce polarizzata) (fig. 25) saranno prodotti poi da Danese nel 1959. Su questa linea, nel 1963 realizza un congegno a motore per la proiezione di una sequenza di forme e colori decorativi della durata di venti minuti.

Nel 1952 arriva la prima commessa per oggetti da produrre industrialmente: sono due giocattoli in un nuovo materiale appena inventato dalla Pirelli, la gommapiuma: il gattino Meo e la scimmietta Zizì, con i quali vincerà il neonato Compasso d'Oro nel 1954. L'anno successivo ne vince un altro, con un secchiello portaghiaccio.

Per quanto riguarda altri campi del design industriale è da ricordare che nel 1952 Munari, assieme all'ingegner Colombo della casa Gilera, curò la rassegna *Studi per forme concrete nell'industria motociclistica*, appunto dedicata alla carrozzeria delle moto, per dimostrare agli industriali la possibilità di intesa fra la tecnica e l'arte. Con Gillo Dorfles curò nel 1954 la rassegna *Nuovo uso del colore per le carrozzerie d'auto*, per il Salone dell'auto di Torino.

Un altro settore che non mancò di attirare l'interesse di Munari fu quello delle fontane, 'l'arte bella dell'idraulica' come l'aveva definita Kant; un'arte multidimensionale, affine alle sculture mobili, in cui alla forma e al movimento si aggiunge anche il suono. La prima fu montata alla Biennale di Venezia del 1954; le altre alla Fiera di Milano nei due anni successivi. Furono le prime di una serie che culminerà con la famosa fontana zen di Tokyo: una vasca su cui ad intervalli regolari cadevano cinque gocce d'acqua, che provocavano cerchi concentrici i quali, a loro volta, erano visualmente enfatizzati dal fondo di sabbia bianca e da fasci di luce.

Negli anni '50 erano cominciate per Munari le esperienze all'estero, negli Usa e appunto in Giappone.

Nel 1957 era iniziata la collaborazione con la ditta Danese di Milano, con il *Portacenera cubic*, che divenne subito un classico del design italiano, presente in molti musei del design del mondo. Dall'idea del *Portacenera* si svilupperanno molti altri piccoli oggetti di arredo tipici della Danese. Per la stessa ditta progetta poi le *Strutture continue* (1961, oggetti in alluminio composti da elementi modulari incastrati tra loro) (fig. 26), il già citato *Ora X*, le *Doppie Sfere Aconà Biconbì* (1963) e il *Tetracono* (1965). Nel 1968 progetta i *Giochi didattici*.

Nel 1958 inventa ed espone le *Sculture da viaggio*, piccoli oggetti di carta ripiegabili che avrebbero dovuto servire a personalizzare le anonime stanze d'albergo in cui i viaggiatori sono costretti a dormire.¹⁴ A questa vena giocosa si possono ascrivere anche oggetti surreali, come la *Sedia per visite brevissime*, la *Sedia per ristoranti affollatissimi*, i paraventi *Spiffero* e *Shinfù Kunsè* (trascrizione alla giapponese della frase meneghina che significa 'che cosa faccio di questo?'); pensati alcuni già negli anni '40, ma realizzati molto più tardi.

Più seriamente, dal 1958 al 1964 Munari crea una serie di lampade molto innovative: cubiche, triangolari, esagonali, prismatiche, e quella tubolare, di maglia e collassabile nota come la 'lampada Filanca': appesa misura 160 cm, collassata pochi cm.

¹³ ID., *Codice Ovvio*, Einaudi, Torino 1994, p. 52.

¹⁴ *Ivi*, p. 69.

Non aveva intanto trascurato la grafica a stampa. Nel 1964 realizza un manifesto pubblicitario per la Campari, nel quale sono riprodotte tutte le trasformazioni del logo Campari; studiato per essere meglio percepito dai vagoni in corsa delle metropolitane.¹⁵ Munari studiò anche per altri committenti i 'limiti di leggibilità' della cartellonistica pubblicitaria. Ma alcuni dei lavori più geniali di Munari sono la grafica di copertina per le collane di saggistica della Einaudi (1965): i due filetti rossi per la Nuova Universale Einaudi, il maleviciano quadrato rosso per la Piccola Biblioteca Einaudi e per il Nuovo Politecnico. La commessa non riguardava solo la grafica dei volumi, ma anche il design degli espositori girevoli. Secondo Meneguzzo «il successo di queste collane, indipendentemente dal prestigio dell'editore, si deve anche a questa impostazione grafica, la cui durata nel tempo ha contribuito ad aumentare il senso di consapevolezza e di serietà delle collane stesse, che, in anni di mutevolezza e mode, si mantengono fedeli a se stesse».¹⁶

Nel 1967 sperimenta usi creativi della nuova invenzione tecnologica, la macchina fotocopiatrice ('Xerografie originali').

Nello stesso anno la sua acquisita fama internazionale è consacrata dalla chiamata a insegnare al Carpenter Center for the Visual Arts di Cambridge, Massachusetts. Ne nasce il testo *Design e comunicazione visiva*, il primo di una serie in cui Munari espone le sue idee e le sue esperienze in argomento.

A cavallo degli anni '70 Munari progetta una serie di strutture espositive per negozi; tema, peraltro, sui cui aveva già lavorato in passato (ad es. per 'la Rinascente', nel 1953).

A partire dagli anni '70 i suoi interessi si concentrano sempre più sull'infanzia e sulla pedagogia della cultura visuale. Per i bambini progetta nel 1970-71, per la ditta Robots, l'*Abitacolo*, una struttura in acciaio plastificato, trasformabile, a due livelli, con letto, mensole, scrivania (fig. 27); per essa poi progetta altri arredi.

Cura altri libri e collane di libri per l'infanzia. Passa infine alla realizzazione dei 'Laboratori per l'infanzia' allo scopo di insegnare ai bambini, mediante sperimentazioni e giochi, le regole delle arti visive. Il primo è realizzato nel 1977 per la pinacoteca di Brera; ma subito deve fornirne anche per altri musei e istituzioni, in Venezuela, Brasile, Stati Uniti. Nel 1978 allestisce un laboratorio tattile al Palazzo Reale di Milano (fig. 28). A Faenza nel 1979 organizza un laboratorio di ceramica, presso il locale ed omonimo museo. Ma la realizzazione forse più importante è il *Kodomo no sciro*, il Castello per Bambini realizzato a Tokyo nel 1986: diciassette piani di laboratori creativi visivi, tattili, musicali, elettronici. Questa esperienza si diffuse rapidamente in molte altre città giapponesi.

Gli anni '70 e '80 sono anche gli anni dei riconoscimenti ufficiali: premio Andersen per il migliore autore per l'infanzia (1974), Compasso d'Oro per l'*Abitacolo* (1979), premio Lego (1986), premio SpielGut di Ulm (1971, 1973, 1987), premio Accademia dei Lincei per la grafica (1988), laurea ad honorem dell'Università di Genova (1989). La sua produzione è oggetto di mostre a Milano, Gerusalemme, Tokyo e Parigi.

Continua a lavorare fino all'ultimo. Ancora nel 1997, un anno prima della morte a novantun anni, progetta l'orologio *Tempo Libero* per la Swatch.

¹⁵ Il manifesto *Declinazione grafica del nome Campari* è esposto al Museum of Modern Art di New York, come capolavoro della grafica contemporanea.

¹⁶ M. MENEGUZZO (a cura di), *Munari*, Catalogo della mostra, Electa, Milano 1986.

5. Il pensiero di Munari. Quattro i libri scritti da Munari e indispensabili alla comprensione del suo pensiero: *Arte come mestiere* del 1966, *Design e comunicazione visiva* del 1968, *Artista e designer* del 1971 e *Codice ovvio* del 1994. Quest'ultimo, a cura di Paolo Fossati, è una rassegna di tutto il lavoro più significativo del Nostro, con brevi commenti dello stesso sul suo lavoro. Da questa bibliografia abbiamo tratto quelle che ci sembrano le idee più rilevanti.

Per Munari i designer devono distruggere i pregiudizi sulla distinzione gerarchica tra arte e arte applicata, che sono di origine scolastica e oggi non più adeguati alla realtà.

Progettando gli oggetti con sapienza, migliorandone la forma, e quindi migliorando l'estetica del mondo, non solo si eleva la soddisfazione del consumatore, ma si migliorano anche le condizioni di vita.

La bellezza è importante, ma è importante che questa 'cresca' dalla funzione. La bellezza non deve essere solo un'aggiunta esteriore sovrapposta alla struttura tecnologica, come avviene nello *styling*, ma deve nascere dalla coerenza formale, come avviene in natura.

Munari è interessato alle culture formali e visuali degli altri popoli; non solo per capirli, ma per esserne aiutati a raggiungere le verità estetiche profonde. Fu particolarmente affascinato dalla cultura giapponese. Come scrisse in *Arte come mestiere*, fin da piccolo sognava di abitare in una casa tradizionale giapponese. In *Artista e designer* va oltre: «Se io affermo che la cultura vince la miseria, penso di trovare tutti d'accordo poiché l'allargamento della conoscenza aumenta le possibilità di adattamento dell'individuo nel mondo. Dicendo invece che l'estetica può vincere la miseria intendo presentare un altro aspetto dello stesso problema e precisamente quello legato alla casa dell'uomo». ¹⁷ Constata infatti, come nelle nostre case popolari ci sia un senso di squallore e miseria, mentre in Giappone sì, ci sono anche i palazzoni abitativi, ma nella maggior parte dei casi l'abitazione è rimasta quella tradizionale di legno, paglia e carta. Munari scrive: «In questi ambienti così neutri una persona spicca e domina». ¹⁸ L'ambiente non sovrasta il carattere di chi vi abita. A questo principio si ispira l'*Abitacolo*. Non c'è squallore nella casa giapponese, perché essa è il risultato della somma della creatività dei singoli individui e questa conduce ad un'estetica particolare: «di tipo oggettivo-logico; estetica che si sente in ogni particolare e in ogni soluzione di tutti i problemi dell'ambiente, di tipo pratico, estetico, psicologico, nessuno escluso». ¹⁹

La naturalità, la crescita naturale della forma, rintracciabile nella casa tradizionale giapponese, risulta dalla funzione e dall'ambiente. È quello che fa la natura, e il concetto di naturalità ne è un riflesso. È estremamente esplicativo l'esempio, richiamato da Munari, delle foglie degli alberi, ognuna con una forma adatta ad un dato albero e non solo in senso funzionale, ma anche estetico (immaginiamo per esempio un salice con le foglie del fico!). Proprio l'osservazione della crescita e del mutamento della natura possono aiutare il designer a capire quanto sia importante il giusto materiale e la giusta tecnica per realizzare qualsiasi cosa.

L'imitazione della natura, per Munari è imitazione dei metodi costruttivi di questa, non delle sue forme finite (magari senza averne capito la struttura).

Munari sottolinea come l'arte del passato ci abbia abituati a rappresentare la natura come statica. L'esempio è quello di una mela rappresentata in arte, che ci fa sfuggire il fatto

¹⁷ B. MUNARI, *Artista e designer* cit., p. 121.

¹⁸ ID., *Arte come mestiere*, Laterza, Bari 1966, p. 114.

¹⁹ *Ivi*, p. 124.

che la mela è solo una parte del processo di evoluzione dal seme, al fiore, al frutto, ecc. A rimediare a questo errore serve l'arte programmata che «vuol far conoscere le forme mentre si formano, ed è per questo che non può usare mezzi statici come la pittura o la scultura, ma mezzi dinamici, ricorrendo anche a motori e materie industriali... quello che conta è l'informazione che un oggetto d'arte può dare, e per arrivare a ciò occorre abbandonare ogni preconcetto e costruire di nuovo l'oggetto che dovrà trasmettere il messaggio con i mezzi della nostra epoca».²⁰

Munari è convinto che il designer non debba avere una visione personale del mondo, ma un metodo per affrontare i vari problemi di progettazione. Il senso di non avere una visione personale del mondo è quello di non presentare il proprio mondo personale, ma invece quello reale dei fenomeni. Questo è importante, perché se l'artista tende a dare alla sua opera un significato filosofico, sociale, ecc., quindi la rende supporto per un messaggio, il designer invece crea oggetti che non sono un supporto al messaggio, ma sono il messaggio. La funzione che svolgono è il messaggio. È l'estetica della logica «che conduce la progettazione alle forme spontanee e non a forme di moda, [...]»,²¹ ed è così che l'oggetto acquista quella data forma che come un messaggio visivo aiuta la scelta del consumatore.

Il designer può allargare mercati realizzando oggetti nuovi per bisogni reali o meno. Munari si augura, visti i vari bisogni della gente, che si inventino prodotti per bisogni veri e non fittizi, non creando nel pubblico necessità false.

È poi ovvio che per comunicare con il pubblico bisogna conoscere i suoi codici e la sua cultura, altrimenti ci saranno emissioni di messaggi che non vengono compresi.

Munari parla anche di 'tradizione', e scrive: «Nella tradizione vi sono regole che scadono e regole che nascono. La tradizione è viva quando il suo apporto si rinnova continuamente. Ripetere un momento passato della tradizione non è operare secondo tradizione. La tradizione si fa ogni giorno. Ci sono quindi artisti che ripetono momenti morti della tradizione e artisti che fanno la tradizione ogni giorno... Tutte le esperienze che il designer fa, le sperimentazioni sulle materie e sugli strumenti di oggi, in modo da avere dei dati per usare la materia giusta con il mezzo più appropriato allo scopo di produrre oggetti per tutti che siano capiti e che funzionino realmente per un bisogno effettivo e non inventato, fanno parte della tradizione che si crea di giorno in giorno».²² Per questo il designer lascerà tracce nella storia, perché conosce i mezzi e i bisogni della sua epoca; molte esperienze successivamente verranno abbandonate o scadranno naturalmente, altre andranno a far parte delle esperienze trasmissibili, della tradizione.

Nel suo libro *Fantasia*, edito dalla casa editrice Laterza nel 1977, Munari scrive: «La cultura popolare è un continuo manifestarsi di fantasia, di creatività e di invenzione. I valori oggettivi di queste attività vengono accumulati in quella che si chiama tradizione, tecnica o artistica o come si vuole. E, di continuo, questi valori vengono verificati da altri atti di fantasia e di creatività. Così la tradizione è la somma in continua mutazione dei valori oggettivi utili alla gente. Ripetere pedestremente un valore, senza fantasia, vuol dire non continuare la tradizione, ma fermarla, farla morire. La tradizione è la somma dei valori oggettivi della collet-

²⁰ *Ivi*, p. 184.

²¹ *Ivi*, p. 35.

²² *Ivi*, p. 41.

tività e la collettività deve continuamente rinnovarsi se non vuol deperire».²³

La coerenza formale che cresce dalla funzione negli oggetti del designer, Munari la chiama 'estetica della logica'. Ma l'estetica della logica non riguarda solo funzioni pratiche, ma anche quelle psicologiche: «che al tempo della prima Bauhaus non era considerata».²⁴ Da questo concetto Munari ricava come sia essenziale sapere che esistono molti tipi di bellezza, non una sola, universale. Ogni bellezza può essere indicata per un tipo di problema diverso: «La bellezza nasce quindi da vari tipi di codici estetici i quali mutano secondo la civiltà dei popoli. Ogni codice ha un tipo di bellezza e possiamo anche dire che per ogni momento, per ogni problema, per ogni caso, c'è un tipo di bellezza diversa».²⁵ Ovviamente quindi non c'è la bellezza oggettiva, se una cosa ci sembra bella non è detto che tutti la colgano. Ecco che la cultura e il tipo di cultura è essenziale: «Resta il fatto che, allargando la conoscenza dei codici estetici sia nel campo dell'arte che in quello del design, chiunque può capire la regola generatrice di una forma e trarne appagamento spirituale da più e da diverse attività estetiche».²⁶ Ecco che la ricerca di nuovi codici, di nuove bellezze diventa importante perché dà modo al fruitore di informarsi su questioni prima sconosciute.

Nel pensiero di Bruno Munari a mio parere sono da rilevare delle convergenze con le idee espresse da Marshall McLuhan in *Gli strumenti del comunicare*.²⁷ McLuhan parte dal presupposto che 'il medium è il messaggio'. Egli afferma che gli effetti della tecnologia non si verificano a livello di opinioni o di concetti, ma alterano costantemente le reazioni sensoriali o le forme di percezione. Quel che McLuhan evidenzia a proposito dei mezzi di comunicazione di massa, Munari lo afferma a proposito delle forme degli oggetti.

Nella ricerca di estrema semplicità del suo lavoro, c'è la ricerca dell'oggetto in sé che porta il suo contenuto comunicativo, semantico. Munari non analizza il medium all'interno del sistema dei media. Forse l'esempio più chiaro lo danno i suoi *Libri illeggibili*, nei quali gli elementi simbolici si riferiscono all'arte della stampa e non a ciò che viene stampato.

Per lui, l'arte non consiste nell'eventuale messaggio che all'opera d'arte è associato, ma è il modo col quale questo messaggio viene costruito, ed è per questo che Munari dice che è più importante guardare come è fatta un'opera d'arte, invece di chiedersi cosa significhi.

È convinto che l'arte dei nostri tempi abbia enormemente allargato la sua sfera e le sue capacità di azione, nel senso che ha un'infinità di modi per comunicare quello che vuole. Non ci sono più solo pittura e scultura; qualsiasi medium può essere 'arte'. A seconda che l'artista voglia dare un messaggio di tipo estetico, o polemico, o provocatorio, potrà utilizzare media diversi.

6. Interpretazioni: il metodo di Munari. Come è noto, le idee espresse dagli artisti sono solo una delle possibili fonti di interpretazione del loro pensiero e del loro lavoro, perché spesso gli artisti stessi non hanno piena coscienza del 'vero' significato di quel che fanno, e anche perché spesso essi sono più bravi a fare e creare che esprimere verbalmente, concettualmente, teoricamente le loro idee (ma questo non pare essere il caso di Munari); e qualche volta

²³ B. MUNARI, *Fantasia*, Laterza, Roma-Bari 1977, p. 37.

²⁴ Id., *Artista e designer* cit., p. 115.

²⁵ *Ivi*.

²⁶ *Ivi*, p. 117.

²⁷ M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, Il Saggiatore, Milano 1964.

anche perché essi, per diverse ragioni, intenzionalmente dicono cose in cui essi stessi non credono del tutto.²⁸ E questo non è certamente il caso di Munari.

Come si è accennato all'inizio, la critica più recente sembra concentrarsi sul metodo, come nucleo unitario e centrale di tutta la diversificatissima opera munariana. Il suo metodo progettuale è anche la sua regola per guardare il mondo.

M. Meneguzzo mette al centro del metodo di Munari la naturalità, ma escludendo ogni significato romantico del termine. La natura non conosce rigidità; si adatta, è flessibile proprio come fanno i progetti di Munari. La flessibilità e l'adattamento possono portare i progetti a soluzioni molto distanti dall'idea di partenza. Munari riconduce ogni struttura, ogni costruzione alle tre forme geometriche semplici: il triangolo, il quadrato e il cerchio. Le diverse possibilità di mutazione di queste tre forme, che sono riscontrabili anche in natura, portano ad infinite varianti.

Munari non voleva avvicinarsi alla natura rappresentandola (con qualsiasi tecnica si intenda), ma capendo come cresce e come si struttura, quali sono le regole che la sottendono e la fanno mutare ogni istante. Cercava di comprendere questi processi perché così avrebbe trovato il modo di riportarli ad un sistema meccanico. Filiberto Menna scrisse nel 1966: «Munari allora affronta il tema della analogia fondamentale tra il meccanico e l'organico non più a livello della rappresentazione di immagini discrete e finite, ma a quello più segreto e fondante della invenzione di comuni processi formativi».²⁹ Già le *macchine inutili* del 1933, esemplificano il desiderio di unire, o comunque trovare analogie tra «il libero e spontaneo crescere delle forme organiche con la necessità e il calcolo che presiedono all'esistenza della macchina».³⁰ Le macchine inutili, infatti, sono costruite seguendo dei rapporti armonici che legano insieme forme geometriche. Le macchine si inseriscono perfettamente nello spazio per il quale sono destinate, come le forme della natura nell'ambiente; in più si muovono con l'aria creando forme mutevoli.

Munari intraprende così una ricerca sulla percezione visiva, un'analisi delle regole del linguaggio visivo e plastico attraverso l'ausilio della psicologia della percezione. La conoscenza delle regole che sottendono i sistemi è la base di partenza per poter lavorare in uno qualsiasi di essi; solo allora si può intervenire. Scrive sempre Menna: «[...] la sperimentazione visiva assumerà una fisionomia sempre più precisa, concretizzandosi nel corso degli anni nella messa a punto di opere interpretabili, oltre che come oggetti dotati di una loro autonomia estetica, come modelli sperimentali, come *patterns* intesi a verificare le possibilità di informazione artistica del linguaggio visuale».³¹ Gli oggetti nati da queste ricerche, che comunque influenzeranno anch'esse tutto il lavoro di Munari, sono le serie dei 'concavo/convessi', dei 'positivi/negativi', le 'sculture da viaggio', le 'strutture continue', 'le proiezioni', ecc. fino agli studi successivi su oggetti di arte programmata come l'«ora X» e il 'tetragono'.

Il suo progetto di conoscenza globale si realizza scoprendo altri usi nascosti nei materiali, oltre a quelli già codificati. Da qui la costruzione di nuovi codici che non vogliono essere i sostituti di quelli esistenti, indicando così altre possibilità.

Ancora, è la flessibilità ad essere fondamentale per poter far pensare il pubblico, preve-

²⁸ A. HAUSER, *Le Teorie dell'arte. Tendenze e metodi della critica moderna*, Einaudi, Torino 1969.

²⁹ F. MENNA, *Munari o la coincidenza degli opposti*, in A.C. QUINTAVALLE (a cura di), *Bruno Munari cit.*, p. 73.

³⁰ *Ivi*, p. 73.

³¹ *Ivi*, p. 74.

dendo la possibilità di manipolare e mutare gli oggetti. Come in *Flexi*, questa struttura in acciaio che obbliga l'utente a manipolare e a mutare la forma dell'oggetto.

Gli oggetti di Munari che vanno sotto il nome di 'arte programmata' e la sua adesione all'arte cinetica e optical art vanno lette come il modo per studiare e vagliare nuove possibilità. Lo spiazzamento del reale tramite un iniziale spiazzamento concettuale, è una affinità che Munari ha con la filosofia Zen. Mentre nella filosofia Zen lo spiazzamento del reale è sostanzialmente contemplativo, Munari cerca di manipolarlo per dimostrare tangibilmente le possibilità che racchiude.

L'ironia ha nei suoi lavori la funzione del dubbio, e il dubbio è un metodo di approccio per tutte le sue ricerche. Scopo delle ricerche è la semplicità, e quando questa viene raggiunta, determina una regola, una comunicazione. Diventa una scoperta nella sua semplicità, perché normalmente proprio la semplicità è nascosta da una comunicazione alterata. Per avere la massima semplicità la logica è fondamentale. Un esempio calzante di ricerca di semplicità tra i lavori di Munari è la *Lampada tubolare*, per la quale Munari compie studi sui materiali: egli lascia che in questa lampada sia la capacità di adattamento di questo materiale elastico a creare la forma, seguendo la struttura.

L'interesse di Munari per la ricerca sperimentale è solo un passaggio, perché poi questi nuovi processi formativi e questi nuovi sistemi di comunicazione verranno inseriti nella produzione industriale. È evidente anche dai suoi scritti che Munari non cercava l'oggetto artistico autonomo e autosufficiente in sé e per sé, ma un oggetto in serie che potesse interloquire con un pubblico di massa. Munari aveva l'urgenza di trovare uno spazio maggiore per un'esteticità più diffusa, oltre i limiti dell'arte codificata come tale.

È un'opera sempre aperta il lavoro di Munari, non solo per quanto scritto sopra, ma anche per il suo concetto di ricerca, volto alla scoperta di nuovi codici visivi, non limitando mai possibili futuri sviluppi. Quindi possiamo affermare, visti anche i risultati tangibili nei suoi lavori, che Munari è riuscito a dare la sua risposta moderna alla vecchia aspirazione di trasformare l'arte e la vita in una realtà unica.

Per Munari la crescita del progetto e dell'oggetto dovrebbe eliminare i fenomeni di *styling*, e apporre invece delle varianti piccole ma durevoli nel tempo, che dovrebbero evitare l'obsolescenza programmata di tutti gli oggetti prodotti industrialmente.

Nella produzione di un oggetto massificato bisogna cercare il minimo comune multiplo dell'«estetica» del prodotto, in modo che possa appartenere a tutti o al maggior numero di persone possibili. È da vedere in quest'ottica la proposta di Munari di attribuire un premio Compasso d'Oro a ignoti, per premiare tutte le persone che avevano inventato o perfezionato un oggetto fino a renderlo perfetto; si trattava di oggetti di uso comune, come le forbici, le sedie, gli sdraio, ecc.

Per la teoria tradizionale del design, la forma segue la funzione. Per il metodo munariano invece si potrebbe dire che la funzione fa crescere la forma. Così si rintraccia quel legame con il mondo naturale che sta nella crescita, che avviene in natura come nei progetti di Munari.

Munari trovava esemplare il senso estetico dei giapponesi, fatto di grande semplicità e di grande funzionalità; esattamente quello che egli cercava di realizzare nella nostra società. Sicuramente Munari si sentiva legato a quella cultura, ma ancora una volta in maniera differente rispetto ad altri artisti. La vicinanza non si esprimeva nella formalità dei suoi lavori, ma nel fine che voleva raggiungere con essi.

Munari si chiedeva sempre come mai nella nostra società non si riescano a fare delle cose

semplici, ma esteticamente piacevoli. Questo contribuirebbe a farsi comprendere dal pubblico che troppo spesso non capisce e non sa cosa farsene dell'arte delle avanguardie.

Munari sentiva fortemente il problema dei rapporti tra l'artista e il pubblico, il problema della funzione sociale dell'arte. Così Maurizio Vitta si esprime a questo proposito: «Il progetto è dunque per Munari non la soluzione di un problema da offrire al consumatore per l'oggetto progettato, ma l'indicazione di una delle tante soluzioni possibili, che il consumatore stesso dovrà inventarsi da sé a partire da quella indicazione. Se così è, la 'creatività' progettuale – che Munari distingueva dalla 'fantasia' dell'artista – appartiene non solo al progettista, ma a tutti; e ciò trasforma la figura del designer in quella di un 'pedagogo della forma', che insegna a vedere e a fare».³² Munari cerca di eliminare le barriere fra i settori e le varie discipline, ma soprattutto fra l'artista e il pubblico.

Questo è molto importante, soprattutto se si tiene presente che egli non credeva assolutamente di poter cambiare il gusto del pubblico, ma coltivava un progetto educativo di lungo termine, basato su una comunicazione più profonda e sulla conoscenza diretta che ognuno di noi può avere del mondo attraverso i cinque sensi.

7. Conclusioni. Il lavoro di Munari mira a un obiettivo a lungo termine. Le sue ricerche sulla naturalità dell'oggetto, sulla continua mutazione dell'universo attraverso le forme semplici, e sulla quarta dimensione, cioè il tempo, partivano dalla consapevolezza che la società intera merita di essere circondata da 'cose' belle. È importante che ogni messaggio che ci circonda, oltre a non soffocarci, ci sia comprensibile; ed è importante che il linguaggio della bellezza sia conosciuto dal maggior numero di persone possibili. Ecco perché la ricerca di un codice universale, attraverso la ricerca di semplicità e naturalità, adeguato al singolo problema e magari manipolabile da noi fruitori. La ricerca di nuovi linguaggi deve avvenire attraverso quelli già conosciuti, in modo da rendere possibile la partecipazione del pubblico.

Munari intravede la possibilità di un'azione nel sociale attraverso la trasmissione delle conoscenze, a tutti i livelli: tra artisti e designer, tra tecnici e operai, e poi a livello più vasto a tutta la società. Alla società i messaggi arrivano attraverso i prodotti pensati dai designer, ma anche attraverso l'insegnamento agli adulti interessati, ma soprattutto ai bambini, perché se in loro creiamo una certa aspettativa e prima ancora una cultura estetica, in futuro esigeranno che tutte le informazioni che ricevono e i servizi che hanno (dagli oggetti alle scuole) siano adeguati e non squallidi. Questo potrà avvenire se si farà sedimentare in essi una regola, un metodo per affrontare la conoscenza del mondo, e questa dovrà essere modificabile, elastica.

Per quanto Munari non creda alla possibilità di una rieducazione generale della società in breve tempo, rende sempre partecipe il fruitore dandogli spiegazioni sui suoi lavori ma soprattutto sul suo metodo, sia attraverso i libri da lui scritti sia attraverso i laboratori creativi.

Tutti i laboratori creativi sparsi in Italia e in molti paesi del mondo sono la prosecuzione di quel progetto munariano a lungo termine.

Anche se non è possibile misurare a livello sociale che risvolti questi laboratori abbiano avuto nei bambini di ieri, e quindi la possibilità di valutare cosa abbia significato avvicinarsi al mondo dell'arte e dell'estetica in modo diverso da quello proposto dai classici insegnamenti

³² M. VITTA, *Il progetto della bellezza...* cit., p. 291.

scolastici, è indubbio che avere la possibilità di scoprire e capire il nostro mondo attraverso tutti i sensi, senza privilegiarne alcuno, non può che essere uno strumento in più dato loro per comprendere la realtà che ci circonda. È come se Munari volesse dare una risposta a McLuhan quando afferma che ogni estensione del nostro corpo che ci permette di indagare la realtà, investe anche l'intera la sfera psichica e sociale.

Ognuno di noi nella nostra individualità può scoprire un Munari diverso, qualcosa di lui che vuole approfondire. È attraverso il nostro senso estetico che poi sapremo cosa volere da tutto quello che ci circonda.

Bibliografia

- A. ABRUZZESE, *Metafore della pubblicità*, Costa & Nolan, Genova 1991.
- A. ABRUZZESE, F. COLOMBO, *Dizionario della pubblicità*, Zanichelli, Firenze 1994.
- S. BALASSONE, A. GUGLIELMI, *Corsari e nobiluomini: la pubblicità in Italia*, Il Mulino, Bologna 1987.
- F. BOLOGNA, *Dalle arti minori all'industrial design: storia di un'ideologia*, Laterza, Bari 1972.
- G.P. CESERANI, *Storia della pubblicità in Italia*, Laterza, Roma-Bari 1988.
- G. DORFLES, *Simbolo, comunicazione, consumo*, Einaudi, Torino 1962.
- G. FANELLI, E. GODOLI, *Il futurismo e la grafica*, Comunità, Milano 1988.
- P. FOSSATI (a cura di), *Codice ovvio*, Einaudi, Torino 1994.
- G. MAFFEI, *Munari. I Libri*, Silvestre Bonnard, Milano 2003.
- M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. Mass media e società moderna*, Il Saggiatore, Milano 1967.
- M. MENEGUZZO, *Bruno Munari*, Laterza, Roma-Bari 1993.
- M. MENEGUZZO (a cura di), *Munari*, Catalogo della mostra, Electa, Milano 1986.
- B. MUNARI, *Arte come mestiere*, Laterza, Bari 1966.
- B. MUNARI, *Design e comunicazione visiva*, Laterza, Bari 1968.
- B. MUNARI, *Artista e designer*, Laterza, Roma-Bari 1971.
- B. MUNARI, *Fantasia*, Laterza, Roma-Bari 1977.
- A. PANSERA, *Storia del disegno industriale italiano*, Laterza, Roma-Bari 1993.
- N. PEVSNER, *L'architettura moderna e il design. Da William Morris alla Bauhaus*, Einaudi, Torino 1969.
- S. POLANO, P. VETTA, *La Grafica del Novecento*, Electa, Milano 2002.
- A.C. QUINTAVALLE (a cura di), *Bruno Munari*, Feltrinelli, Milano 1979.
- C. SALARIS, *Il futurismo e la pubblicità*, Lupetti, Milano 1986.
- A. VALERI, *Pubblicità italiana. Storia protagonisti e tendenze di cento anni di comunicazione*, Ed. del Sole 24ore, Milano 1986.
- M. VITTA, *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica, 1851-2001*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2001.

I nuovi giardini delle meraviglie

I parchi-museo di scultura contemporanea e la collezione Marzona a Verzegnis*

ANNA MARZONA

1. Introduzione. Nella ricca panoplia delle manifestazioni dell'arte contemporanea un posto a sé stanno conquistandosi i 'parchi-museo di sculture', ovvero le collezioni di sculture all'aperto. Di per sé, nulla di nuovo: da sempre, buona parte delle sculture sono state collocate all'aperto, ad ornare parchi e giardini, sia pubblici che privati, e le materie di cui tipicamente sono fatte le sculture – pietre, metalli – rispondono a questo carattere primordiale, di resistenza alle intemperie. Come ornamento, le sculture sono subordinate al progetto complessivo del giardino, alla pari con gli altri elementi – le piante, le forme del terreno, le architetture murarie e vegetali, l'acqua. Ma non è nuova neppure l'idea di ospitare all'aperto collezioni di sculture; basti ricordare i lapidari dei primi umanisti del rinascimento romano, come il Colocci, e il Cortile del Belvedere, costruito dal Bramante per ospitare la collezione di marmi antichi di Papa Giulio II.¹ Qui, in linea di principio, l'ambiente è costruito in funzione dei 'pezzi' esposti. Oggi, molti musei d'arte contemporanea espongono sculture nelle aree verdi che li circondano. Vi sono anche ragioni pratiche in questa tendenza. Spesso, le sculture hanno dimensioni o caratteri tali da richiedere ampi spazi aperti per essere pienamente apprezzate.

In terzo luogo viene la categoria dei 'giardini delle meraviglie', cioè quelli in cui l'ambiente giardinistico fa da sfondo a oggetti scultorei o architettonici o idraulici che mirano a suscitare non un semplice e 'puro' godimento estetico, ma più forti sentimenti di stupore, sorpresa, divertimento, riso, al contrario di inquietudine e angoscia. Molti giardini manieristi hanno questo carattere, a cominciare da Villa d'Este a Tivoli, dal Sacro Bosco di Bomarzo e dallo Hellbrunn a Salisburgo; e la tradizione è continuata in epoca illuministico-massonica-romantica (cfr., fra i molti altri esempi, il 'deserto di Retz' presso Parigi e il parco Cittadella Vigodarzere presso Padova (quest'ultimo opera di G. Jappelli).² Nel corso dell'Ottocento, quei giardini privati o principeschi evolveranno nei popolari 'Tivoli', nei luna-park, e nell'ultimo mezzo secolo, nelle Disneyland o 'parchi a tema'.

Un altro antecedente o componente dei 'parchi-museo di sculture' è da individuarsi nella land art (o environmental art, o earth art), cioè quel filone dell'arte contemporanea che nasce negli anni '60 in America ed è caratterizzata dall'intenzione di fondere arte e ambiente, artificio e natura in modo diverso che nel passato; di usare gli elementi naturali più disparati, per sostanza, forma e dimensione, come oggetto di intervento artistico; di inserire nell'ambiente naturale forme estetiche modellate dall'artista in modo significativo ma impercettibile o, al

* Sintesi di *Collezioni di arte contemporanea all'aperto: il caso Marzona a Verzegnis (Udine)*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004, pp. 228.

¹ M. MOSSER, G. TEYSSOT (a cura di), *L'architettura dei giardini d'Occidente*, Electa, Milano 1990, p. 36.

² M. AZZI VISENTINI, *I Giardini del Veneto*, Electa-Mondadori, Milano 1988.

contrario, molto eclatante. Molte produzioni di land art prevedono la collocazione di oggetti in aree verdi accessibili, e quindi tendono ad avvicinarsi all'idea di parchi-museo di sculture. Una differenza è che nel primo caso i singoli elementi fanno parte di un progetto unitario, mentre di regola nei parchi-museo si trova una molteplicità di oggetti autonomi.³

Più in generale, questa problematica si ricollega a quella del carattere *site-specific* o meno dell'opera d'arte, e al suo carattere pubblico-comunitario o privato-individuale.

Secondo A. Massa⁴ un ultimo antecedente dei parchi-museo di sculture sono i musei etnografici all'aperto, detti *Skansen* da uno dei loro primi e più importanti esempi, in Scandinavia. Questo sembra valere soprattutto nei casi dove le sculture contemporanee sono inserite in un ambiente accentuatamente rurale, con testimonianze delle antiche pratiche agrarie (edifici rustici, attrezzature, coltivi, frutteti, ecc.); secondo la corrente tendenza alla valorizzazione della cultura contadina, all'allestimento di eco-musei, all'eco- e agri-turismo, ecc.

In chi scrive, l'interesse per il fenomeno dei parchi-museo nasce dall'esperienza della Collezione Marzona a Villa di Verzegnis, un paesino tra i monti della Carnia. Il caso presenta delle singolarità, come il fatto che lo spazio in cui sono collocate le sculture non è chiuso come normalmente sono i parchi-museo, ma è un prato in mezzo al paese, aperto alla libera e quotidiana fruizione di tutti; e che il suo creatore, Egidio Marzona, non risiede normalmente sul posto, a ma millecinquecento km di distanza, a Bielefeld nel Nord della Germania, e che sia solo di lontane radici locali. Dall'esperienza visuale con questi oggetti, a prima vista così enigmatici, sono quindi emersi interrogativi sui significati e le tendenze della scultura contemporanea, e delle arti 'plastiche' in generale, cui si è cercato di rispondere con lo studio di alcuni testi in materia. Soprattutto è nato il desiderio di capire la personalità, la mentalità, la cultura, i valori e gli obbiettivi di Egidio Marzona, considerato nella sua specificità ma anche come un esemplare della più generale categoria del collezionista d'arte contemporanea; e anche a questo proposito si è ricorsi alla letteratura storico-scientifica (e psico-sociologica) esistente. Infine si è voluto ampliare lo sguardo all'intera fenomenologia e tipologia dei parchi-museo, di cui anche nella sola Italia si trovano numerosi esempi. Tra gli altri casi trattati: il Giardino dei Tarocchi di Niki de Saint Phalle in provincia di Grosseto, il Giardino di Daniel Spoerri a Seggiano, sempre in Toscana, la Fondazione Severi per l'arte contemporanea a Maranello (Modena), le esperienze del Sud Italia con Santa Barbara a Mammola (Reggio Calabria) e Fiumara d'Arte in provincia di Messina. Questi sono solo alcuni casi di un fenomeno molto vasto, che non vede ancora un censimento completo (consistenza, qualità, tipi di opere raccolte, caratteristiche ambientali). Da segnalare inoltre anche alcuni casi di iniziativa pubblica, tra cui: il parco museo di Quinto Martini, a Seano di Cramignano presso Prato e Campo del Sole a Tuoro sul Lago Trasimeno. Le fonti consultate a riguardo consistono nei cataloghi delle varie realtà, nella guida di inquadramento generale compilata da Antonella Massa e in contatti diretti, orali e scritti, con ideatori, gestori e curatori dei parchi-museo.

Dopo queste indagini di sfondo, lo studio del caso di Verzegnis ha compreso ripetute conversazioni con Egidio Marzona e con alcuni degli artisti internazionali da lui invitati ad operare a Verzegnis, e l'osservazione diretta delle loro attività. Si è anche proposta una sche-

³ Sulla land art vedi, in questo volume, il contributo di L. Di Valentin.

⁴ A. MASSA, *I parchi museo di scultura contemporanea*, Loggia de' Lanzi, Firenze 1995.

datura critica delle opere esposte. Non si è invece potuta affrontare, nell'ambito di questo lavoro di tesi, l'analisi della notevole massa di documentazione cartacea accumulata in questi anni dal collezionista e relativa ai suoi rapporti con gli artisti e al processo progettuale delle opere. Piuttosto si sono compiute visite ad altre mostre realizzate da Marzona in Italia (Roma e Villa Manin di Passariano, Udine), esaminati i relativi cataloghi e gli articoli sulla stampa locale e nazionale, e partecipato alle manifestazioni direttamente legate al parco di Verzegnis e in particolare la tavola rotonda del 13 febbraio 1999 dal titolo 'Visione Continua', *Musei all'aperto: inserimento urbanistico e territoriale. Egidio Marzona e Villa di Verzegnis*, con i relativi atti a cura di Elena Carli e Pietro Valle (coordinatori del parco).

2. Collezionare arte

2.1 La collezione e gli oggetti collezionati

Accumulare oggetti è un modello di comportamento abbastanza diffuso, che può riguardare qualsiasi tipo di oggetti. Forse è universale, e forse addirittura non limitato alla specie umana (anche alcuni animali lo fanno). Ma collezionare non è accumulare cose utili, destinate a soddisfare, direttamente o indirettamente, bisogni primari, come fa il prudente o l'avidio. Alessandra Molfino-Mottola,⁵ definisce il collezionare come un inesausta acquisizione di beni inutili sul piano pratico, una continua ricerca di completezza e di soddisfacimento psicologico attraverso il possesso degli oggetti. Per Jean Baudrillard determinante è il rapporto che si instaura tra il soggetto, il collezionista, e l'oggetto, le cose collezionate. Afferma Baudrillard (1968): «Bisogna ammettere innanzi tutto che il concetto di collezione (*colligere*, scegliere e raccogliere) si distingue da quello dell'accumulazione. Lo stadio inferiore è quello dell'accumulazione dei materiali: ammasso di vecchie carte, stoccaggio di alimenti; dopo viene l'accumulazione seriale degli oggetti identici. La collezione vera s'innalza: ella guarda agli oggetti differenziati, che spesso hanno valore di scambio, che sono anche oggetti commerciali, facenti parte dei rituali sociali, e da esibire, forse anche fonte di profitto. Questi oggetti sono forniti di progetti. Senza cessare di rimandarsi gli uni agli altri, includono nel loro gioco l'esteriorità sociale e le relazioni umane».⁶

Krzysztof Pomian definisce la collezione come ogni insieme di oggetti naturali o artificiali, mantenuti temporaneamente o definitivamente fuori del circuito di attività economiche, soggetti a una protezione speciale in un luogo chiuso sistemato a tale scopo, ed esposti allo sguardo del pubblico. Quello che definisce una collezione, secondo lo stesso Pomian, non è la quantità e la qualità degli oggetti presenti, ma la funzione che svolgono: sono intermediari tra lo spettatore che li guarda e il mondo dell'invisibile legato a miti, racconti, storie e religioni. Per definire gli esemplari della collezione Pomian conia il termine 'semiofori', ossia oggetti che non hanno utilità, ma che sono dotati di un significato: intermediari tra il sacro e il profano, tra il visibile e l'invisibile. Non essendo manipolati, ma semplicemente esposti allo sguardo, non subiscono usura. Sono fuori dallo spazio fisico, fuori dal tempo, nell'eternità. Gli oggetti facenti parte di una collezione si distinguono per le stratificazioni dei riferimenti e delle allusioni, per l'accumularsi dei significati; sono oggetti particolarmente preziosi, dove

⁵ F. MOLFINO, A. MOTTOLA MOLFINO, *Il possesso della bellezza: dialogo sui collezionisti d'arte*, Allemandi, Torino 1997.

⁶ *Ivi.*

si fonde il materiale e l'immateriale. Paradossalmente i pezzi di una collezione sono mantenuti temporaneamente o definitivamente fuori dal circuito delle attività economiche e dell'uso e sottoposti a una protezione speciale. Il paradosso sta nel fatto che essi hanno un valore di scambio senza avere un valore d'uso.⁷ Comunque non si potrebbe attribuire loro un valore d'uso, poiché si comprano non per servirsene, ma per esporli allo sguardo.⁸ Il loro contesto viene così distrutto, sono sottratti alla loro origine, ma il loro collocarsi in un altro luogo, accanto ad altri oggetti, crea una nuova storia e una nuova origine. Privo di valore d'uso, l'oggetto si stacca dalla dimensione che gli è propria e si connette con una miriade di altre cose, alla ricerca di quella unità e completezza che lo porta a valicare i limiti temporali della sua presenza nel mondo, verso l'eternità.

2.2 Il collezionista

Il collezionista – d'arte, di antichità di monete, di medaglie, di gioielli, di vasi, di libri, di armi, di curiosità naturalistiche, di oggetti vari – non è una figura moderna; è sempre esistito. Se ne ha ampia documentazione dall'antichità greca, romana e bizantina; famosissimi sono i grandi collezionisti del Rinascimento: il Ghiberti, possessore di un'ampia raccolta di marmi e bronzi; Cosimo, Piero e Lorenzo dei Medici; i cardinali Piccolomini e Barbo (poi papa Paolo II), papa Giulio II e così via. Il tratto fondamentale del collezionista è l'inesausta passione, che alla gente comune pare sconfinare spesso nel patologico e nel maniacale. Classicamente, c'è qualcosa di incomprensibile, misterioso, nella figura del collezionista e dei luoghi in cui egli accumula la sua collezione, che lo apparenta a quella dell'alchimista. Anche il suo aspetto fisico, nell'immaginazione comune e nelle rappresentazioni artistiche, assomiglia a quello degli stregoni, negromanti e vecchi avari: alti, magri, segaligni, divorati dalla passione, «con gli sguardi che prorompono dai loro occhi come lingue di fiamma».⁹ In letteratura, il collezionista è generalmente rappresentato, fin dall'inizio, in modo sfavorevole (il collezionista Damocède nel testo di la Bruyère) Nel Sei e Settecento il collezionismo, in quanto categoria distinta dalla committenza e dal mecenatismo,¹⁰ contribuisce alla formazione del mercato dell'arte; i collezionisti, nella loro ricerca di opere adatte alla loro collezioni, si servono delle conoscenze di esperti e mercanti. Nella storia della pittura settecentesca vi sono famose raffigurazioni di saloni di mercanti, zeppi di opere e di clienti, cioè di amatori e collezionisti. Nella letteratura del secolo successivo una delle più celebri rappresentazioni del collezionista è quella del *Cugino Pons*, di Honoré de Balzac (1847), dove sono evidenziati, tra l'altro, i caratteri dell'orgoglio proprietario, dell'illimitata acquisitività e della corrispondente ampiezza di mezzi finanziari: collezionista è sinonimo di milionario.¹¹ Le storie del collezionismo – che sono un aspetto essenziale della storia dell'arte – sono piene di principi, di cardinali, di grandi commercianti e banchieri, e poi di industriali; ma anche degli esperti – storici, critici, mercanti, galleristi – cui essi, di solito, concretamente affidano le loro scelte. Particolarmente interessante il capitolo che riguarda i grandi milionari/collezionisti americani (Vanderbilt,

⁷ K. POMIAN, *Collezionisti, Amatori e Curiosi*, Il Saggiatore, Milano 1989.

⁸ A meno che non si intenda per valore d'uso la mera contemplazione dell'oggetto artistico.

⁹ W. BENJAMIN, *Eduard Fuchs, il collezionista e lo storico*, in ID., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1966 (1955), p. 115.

¹⁰ W. SANTAGATA, *Simbolo e merce: i mercati dei giovani artisti italiani e le istituzioni dell'arte contemporanea*, Il Mulino, Bologna 1998.

¹¹ Cit. in W. BENJAMIN, *L'opera d'arte...* cit., p. 102.

Huntington, Hearst, Gardner, Frick, Gould, Johnson, Belmont, Morgan, Mellon, Carnegie, Rockefeller, Getty, e così via), che grazie al loro enorme potere d'acquisto hanno avuto un'altrettanto vasta influenza sulla storia dell'arte occidentale a partire circa dal 1880.¹² Ma figure di questo tipo sono proliferate anche nei paesi europei, come Kroller Müller, Wallraf, Ludwig, Thyssen, Panza di Biumo, per finire con Saatchi.

Sono i grandi collezionisti privati – accanto ai mercanti e ai critici – a determinare le quotazioni estetiche e monetarie nel sistema dell'arte. Negli USA, i grandi milionari/collezionisti spesso siedono anche nei consigli di amministrazione dei grandi musei, e nelle commissioni governative che riguardano l'arte. Spesso, gli stessi grandi mercanti sono grandi collezionisti, chiudendo quindi il circolo centrale del sistema mondiale dell'arte.¹³ Oggi si può stimare a un centinaio i grandi collezionisti operanti sul mercato globale.

Spesso le collezioni private prima o poi diventano musei, o vanno ad arricchire quelli esistenti; sia per donazione in vita, sia per lascito testamentario. A volte la collezione privata è concepita fin dall'inizio con una finalità museale; altre volte sembra che il collezionista si sia stancato della sua passione, e voglia liberarsene scaricandola sul pubblico. In qualche caso, quando la collezione è offerta in vendita, si può intravedere una finalità speculativa, o quanto meno di recupero dei capitali investiti.

Non tutti i collezionisti, ovviamente, sono grandi. Il mondo del collezionismo è popolato da ogni sorta di soggetti. Francesco Poli nel suo saggio *Produzione artistica e mercato* suddivide i collezionisti in tre categorie: collezionisti di piccolo, medio e alto livello; a sua volta poi distinte in diverse sottocategorie. Il criterio di classificazione è essenzialmente quello del potere d'acquisto, e quindi del potere *tout court*, ma ad esso l'autore associa, in modo piuttosto opinabile, anche variabili sociologiche, psicologiche, stilistiche e ideologico-culturali.¹⁴ Egli riduce a due le motivazioni del collezionismo – il prestigio e l'interesse economico – facendo notare che l'amore per l'arte, come fatto puramente estetico, non esige il possesso materiale dell'opera, e quindi non può essere il movente primario, fondamentale e specifico; anche se è sempre presente in misura maggiore o minore in tutti i collezionisti. Parimenti egli riduce a due anche i modelli di comportamento dei collezionisti: quello irrazionale o affettivo, e quello del razocinio e del calcolo. Il primo è dominante nei collezionisti che sono spinti da un'attrazione quasi patologica per il collezionare, in quanto attività soddisfacente per se stessa. La condotta razionale invece considera l'attività un mezzo per acquisire prestigio sociale o come uno strumento culturale o semplicemente come una possibile fonte di guadagno.

Questa impostazione dottrinale non trova molto riscontro nelle ricerche sociologiche empiriche sui collezionisti. La loro ideologia esplicita è ben diversa da quelle che lo studioso attribuisce loro. Essi in genere negano vivacemente di essere motivati da finalità di prestigio o di interesse, e inoltre si rifiutano di essere ingabbiati in una categoria generale; si considerano sempre dei casi a parte. La maggioranza spiega la nascita del loro interesse per l'arte con ragioni soggettive, sentimentali, esistenziali e il loro comportamento collezionistico come passione disinteressata per l'arte, la bellezza, la cultura; come desiderio di soddisfazioni spiri-

¹² A.B. SAARINEN, *I grandi collezionisti americani*, Einaudi, Torino 1977.

¹³ A. VETTESE, *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*, Le guide del Sole 24ore, 1993.

¹⁴ F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica e mercato*, Laterza, Roma 1999.

tuali, bisogno di realizzarsi come uomini fuori dall'attività professionale specifica.¹⁵ Raymonde Moulin individua in quattro categorie le motivazioni del collezionista di arte contemporanea: il piacere di essere riconosciuti nel microambiente artistico, l'adesione entusiastica alla contemporaneità, il piacere di entrare in presa diretta con la propria generazione, e quello di partecipare alla scoperta, alla novità, in rottura con il passato.¹⁶

Secondo Walter Santagata il mondo del collezionismo è ancora vittima dello stereotipo ottocentesco, del ricco raccoglitore introverso, nascosto, un po' misterioso, con componenti di egoismo e cinismo, perché sottrae beni al godimento della società. In realtà, afferma questo autore, il collezionista contemporaneo è di solito una persona aperta al dialogo con gli altri soggetti del sistema dell'arte, conscio delle sue responsabilità verso il pubblico e la comunità. Insomma ne emerge una figura più simile al mecenate che all'Uncle Scrooge di Dickens.

3. I pionieri del collezionismo d'avanguardia. Nella variegata categoria dei collezionisti d'arte, un posto a parte meritano quelli che si appassionano di autori, opere, stili innovativi rispetto alle maniere e ai gusti correnti nella loro epoca; i collezionisti di 'scoperta' dell'arte loro contemporanea. Questa categoria diventa sempre più cruciale da quando, a partire dalla seconda metà dell'800, l'arte è animata da fiotti di innovazione 'd'avanguardia' sempre più frequenti e radicali. Che cosa spingeva il ricco finanziere Bruyas a sostenere il rivoluzionario realismo sociale di Courbet, o il banchiere de Camondo a collezionare gli allora sbeffeggiati impressionisti? O i coniugi Walter e Louise Arensberg, magnati del tessile, a sponsorizzare in America le attività iconoclaste di Duchamp e dei dadaisti europei?

I quattro casi più interessanti, e più importanti nella storia dell'arte del Novecento, sono quelli dei fratelli Stein, Michael, Gertrude e Leo; quello di Catherine Dreier; quello di Hilla Rebay, musa di Solomon Guggenheim; e quello di Peggy Guggenheim.¹⁷

3.1 Gertrude, Leo e Michael Stein

I primi, nati da un immigrato ebreo-tedesco, abbandonarono nel 1903 la natia Pennsylvania per stabilirsi a Parigi, inserendosi subito nell'ambiente artistico. Entrarono in contatto anche con Bernard Berenson, che li indirizzò in particolare verso Cézanne e Matisse. Non disponevano di grandi mezzi, e frequentavano soprattutto le gallerie di Berte Weill e di Ambrose Vollard, mettendo insieme una interessante piccola collezione di artisti contemporanei. Leo e Gertrude abitavano insieme, e la loro casa di Rue de Fleurs 27 divenne il più importante punto d'incontro di giovani artisti e intellettuali di ogni tipo; tra cui, tutto il gruppo dei cubisti. Il fratello maggiore Michael e la moglie Sarah nel frattempo facevano loro, in tono minore, un po' di concorrenza in Rue Madame, collezionando solo Matisse e ricevendo solo il sabato. Dopo il 1910 i rapporti tra Leo e Gertrude si guastarono, e i due si separarono nel 1914, tra reciproche accuse di pazzia. Michael e Sarah subirono rovesci finanziari a causa della guerra, e nel 1917 se ne tornarono in America con i loro Matisse. Leo abbandonò gli interessi artistici e, ormai completamente nevrotico, si dedicò tutto a studi di psicanalisi. Nel campo dell'arte d'avanguardia rimase la sola Gertrude, che per i seguenti trent'anni (morirà

¹⁵ *Ibid.*; cfr. anche C. FACHIN, *L'amore per l'arte. Collezionisti in Friuli*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse demotiche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 1, Forum, Udine 2001.

¹⁶ R. MOULIN, *Le marché de la peinture en France*, Minuit, Paris 1989 (1967).

¹⁷ In quanto segue ci atteniamo essenzialmente all'opera di A.B. SAARINEN, *I grandi collezionisti...* cit.

nel 1946), continuò a collezionare, a scrivere, e girare il mondo per conferenze. «Ella non aveva dubbi sulla propria competenza a ergersi ad arbitro dell'arte moderna. Le opinioni che esprimeva avevano il carattere definitivo delle encicliche papali».¹⁸

3.2 Katherine Dreier

Il secondo caso è quello di Katherine Dreier, nata nel 1877 anch'essa da un immigrato tedesco. In occasione dell'Armory Show del 1913 si entusiasma dell'arte di avanguardia, e si legò in modo particolarmente stretto con Marcel Duchamp e a Walter e Louise Arensberg, con cui venne formata la Società degli Indipendenti. Conrad Arensberg proveniva da una famiglia ebraico-tedesca di recente immigrazione che aveva fatto fortuna nell'industria del tessile. Alla prima mostra del gruppo, nel 1917, Duchamp espose il suo famoso orinatoio. Poco dopo, con Man Ray e Duchamp, formò un'altra associazione di artisti, 'Société anonime Inc. Museum of modern art 1920' e, sempre guidata da Duchamp, avviò una energica attività di acquisizioni e promozioni di tutte le avanguardie europee – cubismo, espressionismo, surrealismo, dadaismo, futurismo, costruttivismo, astrattismo – in ambito americano. Il suo attivismo attirò l'attenzione di un gruppo di signore dell'altissima società newyorchese, che nel 1929 promossero la costituzione del Museum of Modern Art (MoMA). Da allora la Dreier considerò conclusa la sua opera missionaria, e si ritirò nel Connecticut a riordinare la sua collezione di 616 opere, continuando in tono minore a scrivere e organizzare eventi. Legò la sua collezione all'Università di Yale, nell'intento di educare all'arte d'avanguardia le nuove generazioni della classe dirigente americana. Morì nel 1952.

3.3 Hilla Rebay

Il terzo caso è quello Hilla Rebay, una baronessa e pittrice tedesca che frequentava gli artisti d'avanguardia (Arp, Gleizes, Delaunay, Kandinsky) ruotanti attorno alla galleria Der Sturm di Monaco di Baviera. La Rebay apparteneva a quella cultura spiritista, esoterica, un po' occultista, molto diffusa in Europa nei decenni a cavallo del '900 anche negli ambienti artistici, ed era divenuta quasi una sacerdotessa dello 'spiritualismo artistico' teorizzato da Kandinsky, e a cui appartenevano anche Mondrian e Malevich; cioè gli adepti di un'arte 'pura' da ogni riferimento agli oggetti materiali.¹⁹ Nel 1927 Hilla incontrò Salomon Reginald Guggenheim, appartenente ad una famiglia di origine svizzero-tedesca-ebraica emigrata in USA a metà dell'Ottocento e divenuta favolosamente ricca grazie alle sue attività nel campo minerario e metallurgico (rame, piombo, argento); dei quali, ai primi del Novecento, era divenuta quasi monopolista mondiale. Lo convinse ad assecondare la sua missione e per dieci anni, con i soldi di Solomon, acquistò opere di questa avanguardia. Nel 1937 creò la Fondazione Solomon R. Guggenheim e due anni dopo allestì nel cuore di Manhattan, in un ex autosalone, il Museum of Non-objective Painting. Nel 1943 incaricò Frank Lloyd Wright di progettare un museo senza pari al mondo, un 'tempio dello spirito', e ne fu pienamente accontentata. Il Solomon R. Guggenheim Museum di New York, diretto dalla Rebay fino alla

¹⁸ *Ivi*, p. 169.

¹⁹ R. ROSENBLUM, *Modern Painting and the Northern Romantic Tradition. Friedrich to Rothko*, Thames & Hudson, London-New York 1975.

sua morte nel 1951, è senza dubbio uno dei grandi capolavori dell'architettura di ogni tempo, e il suo ruolo nell'irradiare e sacralizzare l'arte contemporanea è stato fondamentale.²⁰

3.4 Peggy Guggenheim

Peggy Guggenheim era nipote di Solomon. Suo padre Benjamin non aveva il bernoccolo per gli affari degli altri sei fratelli e aveva lasciato la società di famiglia, divenendo così il 'parente povero' del clan (in senso molto relativo, ovviamente). Si era messo in proprio e fissato a Parigi la sede delle sue attività mondane. Morì nel naufragio del Titanic del 1912. Peggy, nata nel 1899, era bella, elegante, ingenua, irrequieta, generosa e passionale. A partire dal 1921 passò gran parte del suo tempo in Europa, tra Francia e Inghilterra; nel 1922 sposò lo scultore dadaista Laurence Vail (il primo dei suoi mariti-artisti) e si dedicò sempre più intensamente alla frequentazione degli artisti d'avanguardia, e all'acquisto delle loro opere. In questa passione sembra aver giocato un ruolo non secondario lo spirito di competizione con lo zio ricco Salomon e soprattutto la sua musa Hilla. Anche per Peggy fu fatale l'incontro con Marcel Duchamp, che la introdusse nel cuore dell'avanguardia. Su stimolo di Duchamp, di Samuel Beckett e di Herbert Read, allora il più influente promotore dell'avanguardia in ambito britannico, nel 1938 aprì a Londra la Guggenheim Jeune Gallery. Chiusa per fallimento la galleria, si dedicò ad un progetto ancora più ambizioso, di un vero e proprio museo da aprire a Parigi. La lista delle correnti, degli autori e delle opere che vi dovevano entrare fu compilata da Read e revisionata da Duchamp, Nellie Van Doesburg, André Breton e Alfred J. Barr, il direttore del MoMA. Per qualche anno Peggy si dedicò ad una intensa campagna acquisti. A causa della guerra, il Museo invece che a Parigi aprì a New York, nel 1942; sulla stessa 57esima strada dove Solomon e Hilla avevano il loro. A New York Peggy scoprì Pollock e gli altri 'espressionisti astratti', e li promosse – con l'aiuto dei critici Greenberg e Rosenberg – come la punta più alta e avanzata dell'arte contemporanea. Nel 1947 si trasferì con la sua collezione a Venezia, la città della Biennale, allora la più grande e famosa esposizione d'arte del mondo, aprendo mostre in Piazza San Marco. Nel 1957 costituì la Fondazione che porta il suo nome. Solo alla sua morte, nel 1979, la sua collezione fu aperta al pubblico generale.

In questi quattro casi, si tratta senza dubbio di attività pionieristiche, fortemente innovative, perseguite con determinazione missionaria e quasi fanatica. Grazie ad esse, l'arte 'di rottura' è stata istituzionalizzata, storicizzata, stabilita come l'arte tipica e propria di questo secolo. Molti interrogativi rimangono aperti circa le motivazioni che le hanno animate. Da un punto di vista sociologico si può notare che in tutti e quattro i casi un ruolo fondamentale è stato svolto da donne, che in tre casi su quattro i soldi per l'arte provenivano da magnati appartenenti alla categoria degli industriali americani di origine ebraico-tedesca e di recente immigrazione. In tre casi su quattro, il centro di promozione dell'arte contemporanea fu New York. Si può anche notare che in tutti e quattro i casi un ruolo importante – e in tre casi, determinante – ha avuto Marcel Duchamp, che quindi si profila, dal 1913 alla sua morte avvenuta nel 1968, come l'eminenza grigia (o, per alcuni, l'anima nera) dell'arte del Novecento.

Nella seconda metà del secolo l'atmosfera muta. Le rotture rivoluzionarie non scandalizzano più nessuno, le avanguardie si istituzionalizzano, l'innovazione diventa tradizione.

²⁰ Sulle fondazioni Guggenheim e i loro musei cfr. M. PASIANOTTO, *Arte e architettura nella politica della fondazione Solomon R. Guggenheim. Analisi sociologico-architettonica dell'evoluzione museale*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002.

Fioriscono i musei e le gallerie pubbliche di arte contemporanea, e il collezionismo privato in questo campo viene accettato come segno di distinzione, anche se un po' eccentrica. L'esempio americano – e l'arte americana – trova seguaci tra i super-ricchi europei, come l'industriale cioccolatiere Peter Ludwig a Colonia e l'immobiliarista conte Giuseppe Panza di Biumo a Varese, e numerosi altri.

4. I parchi-museo: origini. La definizione di 'parco museo di scultura contemporanea' è una questione alquanto problematica. Sarebbe opportuno coniare un neologismo per descrivere questa fattispecie particolare e variegata sviluppatasi nel mondo occidentale a partire dalla seconda metà del Novecento, che vede le collezioni d'arte contemporanea appropriarsi di un nuovo spazio; ma è anche opportuno evidenziare le ascendenze che hanno portato a questo nuovo prodotto culturale. Per questo per definire l'argomento utilizzerò i termini di parco o giardino, basandomi in particolare sul testo di Antonella Massa.²¹

Partendo da questo presupposto possiamo definire la dislocazione di sculture contemporanee all'interno di zone verdi, più o meno vaste e isolate da confini chiusi o aperti, come 'Parco di Sculture', ossia un ambiente che ha tutte le caratteristiche di 'parco', ambiente non urbano d'uso pubblico o collettivo, caratterizzato da libera accessibilità, densità di piante ad alto fusto, presenza di corsi d'acqua e di laghi, con in più nel caso specifico elementi di scultura e architettura.

In questa accezione rientra una vasta tipologia: dalla più semplice collezione privata di sculture all'aperto, ai casi più complessi che affiancano alla funzione di esposizione quella di tutela e valorizzazione di una porzione di ambiente, di attività economiche, artigianali o commerciali, di educazione permanente che coinvolgono la popolazione locale tramite attività culturali, di ricerca, e in certi casi si configurano come vere e proprie istituzioni museali.

Secondo Massa il parco museo nasce dalla confluenza di tre tipi di luogo, che testimoniano tre modi differenti di rapportare arte e natura: a) il museo etnografico all'aperto, adibito alla ricostruzione di ambienti architettonici rurali; b) il giardino pubblico; c) la progettazione di sculture all'aperto, tendenza della scultura contemporanea diffusasi con la land art, che promuove l'oggetto artistico non come isolato, ma in continua relazione con l'ambiente circostante. Nell'individuazione di questi tre rami generativi Massa tende a sottolineare come si presentino separati solo per pura comodità esplicativa, ma nella realtà sono sovrapposti e indistinguibili.

I primi musei all'aperto nascono in Scandinavia alla fine del XIX secolo come estensione dei musei etnografici. È infatti dallo studio etnografico dei villaggi che si è cominciato ad operare la contestualizzazione della cultura materiale; successivamente questi musei si sono diffusi in altri paesi, come Olanda e Stati Uniti, anche come musei d'arte e cultura. La funzione del museo etnografico, definita durante il congresso dell'International Council of Museums (Icom) nel 1957 tenutosi in Danimarca e Svezia, è quella di ricostruire in una prospettiva storica l'ambiente, sia culturale che naturale, di una regione geograficamente delimitata.

Il giardino – principesco, privato o pubblico – è un'istituzione umana antichissima, pressoché universale, e notissima nell'esperienza di tutti. Su di esso esiste un'ampissima letteratura, che non sembra necessario rivisitare in questa sede.²² Basti qui ricordare che nella tra-

²¹ A. MASSA, *I parchi museo...* cit.

²² M. MOSSER, G. TEYSSOT (a cura di), *L'architettura dei giardini...* cit.; M. ZOPPI, *Storia del Giardino europeo*, Laterza, Bari 1995.

dizione occidentale la scultura è sempre stata un elemento fondamentale del giardino. Per quanto riguarda la collocazione in un giardino pubblico di opere d'arte d'avanguardia uno dei primi casi è quello della città di Tirgu-Jiu, in Romania, dove nel 1938 Constantin Brancusi realizzò tre grandi sculture, tra cui la famosa 'colonna senza fine' di 27 metri, studiandone accuratamente l'inserimento nel sito.

Per quanto riguarda la terza componente, ricordiamo che il paesaggio è sempre stato una fondamentale fonte di ispirazione in campo artistico. In Occidente si è sviluppato per quasi mezzo millennio, tra Quattrocento e fine Ottocento, una possente tradizione di pittura del paesaggio, sostanzialmente esauritasi con l'avvento delle avanguardie.²³ In tempi più vicini a noi si è diffuso il concetto di progettazione o disegno o architettura del paesaggio, intesa sostanzialmente come l'introduzione di criteri estetici nelle attività di modellamento del paesaggio a scopi agricoli, forestali, infrastrutturali, e urbanistici, ma anche di difesa del suolo.²⁴ A partire dagli anni Sessanta invece si comincia non si parla più di arte di paesaggio o paesaggistica, ma di arte *nel* paesaggio,²⁵ o land art. In questo caso si tratta di interventi di trasformazione del paesaggio che nascono da motivazioni puramente estetiche o ideologiche e comunque non utilitarie, hanno il solo fine di essere ammirate, e sono compiute da artisti a beneficio del ristretto pubblico degli amatori dell'arte contemporanea.

A questo si è arrivati con l'affermarsi di nuovi concetti e nuove sintassi della scultura. Classicamente, le sculture all'aperto erano segni emergenti, altamente simbolici, spesso monumentali, studiati per diventare centri focali di tutto un contesto; oggetti polarizzanti e irraggianti ma in sé conclusi, staccati e insieme raccordati al contesto mediante un piedestallo, come i quadri dalla cornice. Alla fine del XIX questa opposizione, reciprocamente sinergica, tra la scultura e lo spazio tende ad attenuarsi. La figura cruciale di questo passaggio è forse Rodin, che con il suo *Balzac* a gambe tese e la *Porta dell'inferno* tende a rompere l'opposizione, a integrare la scultura nello spazio astratto, ideale. La scultura modernista produce sculture funzionalmente senza-luogo, autoreferenziali.²⁶ Le diverse avanguardie producono sculture che riflettono, nello spazio tridimensionale, le immagini piatte che i pittori dipingono sulle tele; e si sperimentano le forme intermedie tra pittura e scultura – quadri su cui si incollano oggetti tridimensionali, sculture che fanno da supporto a immagini disegnate e colorate, fino a cancellare del tutto la vecchia separazione tra pittura e scultura. Non basta: con i *ready-made*, con gli accumuli e così via si tende a cancellare anche la differenza tra l'oggetto totalmente modellato dalla mano dell'artista e quello recuperato dalla vita quotidiana, dalla produzione industriale, dalla discarica dei rifiuti, e solo assemblato, o addirittura solo firmato, dall'artista. Infine, con i 'mobili' e le 'macchine celibi' si cerca di espandere la scultura anche nella quarta dimensione, quella del movimento e cioè del tempo.

²³ K. CLARK, *Il paesaggio nell'arte*, Garzanti, Milano 1985 (1976).

²⁴ G. FERRARA, *L'architettura del paesaggio italiano*, Marsilio, Padova 1968; R. STRASSOLDO, *Doxiadis e l'ecbistica*, in A. SCIVOLETTO (a cura di), *Sociologia del territorio. Tra scienza e utopia*, Franco Angeli, Milano 1983; K. LYNCH, *A Theory of good city form*, MIT Press, Cambridge MA, 1981; L. FINKE, *Introduzione all'ecologia del paesaggio*, Franco Angeli, Milano 1993 (1987); V. ROMANI, *Il Paesaggio. Teoria e pianificazione*, Franco Angeli, Milano 1994.

²⁵ J. BEARDSLEY, *Earthworks and beyond. Contemporary art in the landscape*, Abelville Press, New York 1979.

²⁶ R. KRAUSS, *Sculpture in the expanded field*, in J. KASTER, B. WALLIS (eds.), *Land and environmental art*, Phaidon, London 1998.

Il parco di sculture riprende diverse funzioni dai luoghi esaminati. In particolare dal museo all'aperto, dai giardini e dai parchi contemporanei assorbe il concetto di ambiente come spazio per il tempo libero e il coinvolgimento della popolazione locale; dal museo d'arte l'utilità sociale, le funzioni culturali, educative, di documentazione, conservazione e divulgazione; dall'arte ambientale le idee guida, le finalità estetiche, la dialettica che gli interventi artistici instaurano con la natura.

5. Alcuni parchi-museo in Italia. In Italia, il primo parco museo con queste caratteristiche è il Parco di Pinocchio, aperto al pubblico nel 1956 come monumento nazionale allo scrittore Carlo Collodi, inventore del famoso burattino. Negli anni Settanta, grazie allo sviluppo dei parchi-museo o di operazioni simili in altri paesi europei e in rapporto all'esperienza della mostra 'Documenta 6' a Kassel nel 1970, si è dato vita a un fervido dibattito sulla scultura ambientale anche in Italia, nelle sedi della Biennale di Venezia del 1976 e 1978 e a Volterra '73. Questi dibattiti hanno spinto alla realizzazione dei parchi-museo sul nostro territorio, tanto che al giorno d'oggi possiamo contare numerosi casi sparsi in tutte le regioni. Si tratta di progetti e realizzazioni molto varie tra loro: sia collezioni private all'aperto, sia sculture contemporanee in spazi pubblici urbani, magari ad affiancare un'istituzione museale.

5.1 *La fattoria di Celle*

La Fattoria di Celle si trova a Santomato presso Pistoia. Si tratta di una villa di origine barocca, dotato di un parco ottocentesco, all'inglese, di annessi rustici e di aree verdi agricole e forestali, per un totale di 25 ettari. Negli anni '70 viene acquisita dall'imprenditore Giuliano Gori, che già da tempo stava collezionando scultura contemporanea, e soffriva la mancanza di sua adeguata valorizzazione in Italia e particolarmente in Toscana. Nel 1976 partecipa al congresso del Cinam-Icom, tenutosi quell'anno a Prato e a Bologna, e presenta un suo progetto. Nello stesso anno incontra alla Biennale di Venezia Amnon Barzel, commissario del padiglione israeliano, da cui riceve un decisivo incoraggiamento. Con lui visita l'anno seguente il Documenta di Kassel, che presenta un'imponente esposizione di sculture sull'Aupark. Si forma una Commissione consultiva formata dallo stesso Barzel, dal direttore del Documenta Manfred Schneckenburger, e da altri due insigni esperti internazionali, e si stende il piano degli interventi ad hoc di scultori di fama mondiale a Celle. Nel 1982 il complesso è aperto ad un pubblico selezionato. Il Comitato consultivo di scioglie e da allora Gori prende direttamente e completamente in mano l'impresa. Oggi vi sono dieci opere dentro la villa, nove sul davanti, ventisette negli annessi rustici e 30 nel parco. Le sculture contemporanee sono sostanzialmente autonome, anche se l'intento è quella di farle dialogare con le altre opere e con l'ambiente, comprese le opere di arte giardinistica disseminate nel vecchio parco. Il parco è visitabile da maggio a settembre, dal lunedì e venerdì, su prenotazione.

5.2 *Il Giardino dei Tarocchi a Garavicchio*

Questa è l'opera non di un collezionista ma di un'artista, Niki de Saint Phalle, che ha trovato in Marella Caracciolo Agnelli (sorella dei Gianni, Umberto, Susanna, ecc., della Fiat e moglie di Carlo Caracciolo, del gruppo editoriale Espresso-Repubblica) la sua generosa patrocinatrice. Niki – già ragazza bellissima di facoltosa famiglia franco-americana, divenuta a partire dai primi anni '60 una delle personalità più affascinanti del jet set dell'arte mondiale, a lungo moglie di Jean Tinguely – cercava da tempo un luogo, in ambiente mediterraneo

(Francia meridionale, Africa settentrionale), in cui realizzare su grande scala le sue visioni oniriche infantili legate al mondo magico dei tarocchi. Lo trovò a Garavicchio, presso Capalbio, all'estremo sud della Maremma. A partire dal 1979, e fino alla morte avvenuta nel 2002, su una superficie di 25.000 mq comprendente una cava abbandonata, l'artista ha realizzato 22 grandi strutture scultoree-edilizie, dalle forme originali e dai colori sgargianti e luccicanti, il cui pezzo centrale è la colossale *Papessa*. Questa realizzazione non solo riprende filoni già molto sviluppati e celebri della scultrice (come la serie delle grandi 'nanas'), ma è stata collegata anche con il Giardino dei Mostri (o Sacro Bosco) della vicina Bomarzo, e anche con Villa d'Este a Tivoli. L'iniziativa ha incontrato, alla fine degli anni Ottanta, qualche problema con i regolamenti edilizi e i piani urbanistici della zona, e nel 1990 dovette essere bloccata. In seguito, grazie alla pressione dei numerosi e potenti sostenitori dell'artista, ha potuto riprendere. Oggi il Giardino dei Tarocchi è stato donato allo Stato ed è gestito da una fondazione appositamente creata e intitolata a Niki de Saint Phalle. È aperto al pubblico, con visite guidate, nei giorni feriali di luglio e agosto; su appuntamento negli altri mesi.

5.3 Il Giardino di Daniel Spoerri

Daniel Spoerri è uno dei protagonisti delle 'seconde avanguardie' degli anni '60 e '70. Nato nel 1930 in Romania da famiglia ebraica, dopo l'uccisione del padre si rifugia in Svizzera e diventa un perfetto cosmopolita. Da giovane fa diversi mestieri, tra cui il ballerino, dove ha un certo successo (tra il 1954 e il 1957 è Primo ballerino del teatro di Berna). Durante un soggiorno a Parigi entra nel giro dei pittori. Nel 1960 è tra i firmatari del manifesto del Nouveau Realisme di Pierre Restany, e si specializza in *tableaux-pièges*, quadri che rappresentano i resti di cibo e stoviglie su tavole imbandite, con gli elementi in rilievo e dall'aspetto illusionistico. Appesi verticalmente creano un notevole stordimento, e anche un certo disgusto. Alla maniera di Duchamp e della pop art espone anche veri oggetti di uso comune. Entra in contatto con i Fluxus e si trasferisce brevemente a New York, poi di nuovo a Parigi e in Germania. Tra il 1966 e il 1967 si rifugia da eremita su un'isola greca. Nel 1968 a Düsseldorf apre un ristorante-galleria d'arte, 'Eat Art', dove si svolgono eventi e happening di vario tipo. Nel 1973 si ritira in un vecchio mulino restaurato nel sud della Francia, e vi rimane per dieci anni.

Negli anni '80, sull'esempio di tanti intellettuali europei, si orienta verso la Toscana, comprando una prima casa ad Arcidosso. Forse è decisivo l'esempio dell'amica Niki de Saint Phalle. Anche lui è da tempo particolarmente affascinato dal Giardino dei Mostri di Bomarzo; ma anche dal giardino delle meraviglie descritto nell'*Erotomachia Poliphili* del misterioso Francesco Colonna. Nel 1989 acquista una tenuta abbandonata di sedici ettari nel paese di Seggiano, alle falde del Monte Amiata, e la chiama *Hic terminus haeret*, questa è la fine: sono le parole di Didone abbandonata, prima del suicidio. Vi colloca 79 sculture, di cui 35 sue e le altre create sul posto da una trentina di artisti di tutto il mondo, suoi amici. Nel 1997 il giardino è aperto al pubblico, e viene istituita una fondazione a lui intitolata e di cui egli mantiene la direzione scientifica, mentre la presidenza è stata assunta da Anna Mazzanti; nonché, in Svizzera, una associazione di amici, allo scopo di provvedere alla gestione, manutenzione e arricchimento della proprietà e della collezione.

5.4 La Fondazione Severi per l'arte contemporanea

Nel comune di Maranello l'industriale tessile modenese Umberto Severi ha acquistato nel 1970 una villa-castello di primo Novecento, circondata da venti ettari di parco e di campa-

gna. Qui ha sistemato la sua collezione, iniziata ancora negli anni '40, di opere di artisti in grande maggioranza italiani, ma anche strettamente locali e, per contro, internazionali. All'aperto sono sistemate 51 opere, che spaziano dall'inizio secolo fino all'avanguardia americana di metà novecento, e tra i cui autori si incontrano i più bei nomi della scultura nazionale e internazionale dell'epoca (Marini, Martini, Fazzini, Manzù, Pomodoro, Mascherini, Melotti, Minguzzi, Cascella, ecc.; e Moore, Calder, Oldenburg, Segal). Nel 1992 il complesso è stato eretto a Fondazione, con i classici scopi di gestire il patrimonio, incrementarlo e promuovere attività culturali, eventi, ecc.. È in progetto la costruzione di padiglioni per ospitare le raccolte e di un auditorium per conferenze e simili. Visite solo su appuntamento.

5.5 Santa Barbara

Nel comune di Mammole, Locride, provincia di Reggio Calabria, in una pittoresca posizione si trovano i resti diruti un'antica abbazia, su fondamenta già pagane e poi bizantine. Nei primi anni settanta essi colpiscono l'immaginazione di un artista locale, Nicodemo (Nik) Spatri, che vi si insedia insieme alla sua compagna Hiske Maas. Recinta un'area di 5 ettari, provvede a restauri, realizza un laboratorio e un museo, e colloca attorno ai ruderi una ventina di sculture di artisti internazionali. Negli anni '80 crea una fondazione e lancia un ambizioso progetto, da finanziarsi con fondi europei, a finalità culturali internazionali. In queste attività incontra anche qualche difficoltà con l'autorità comunale e anche con la criminalità organizzata della zona. Attualmente il progetto, che per la parte architettonica continua a suscitare qualche perplessità, è realizzato solo in piccola parte. È visitabile, gratuitamente, dopo le 17.

5.6 Fiumara d'Arte

Fiumara d'Arte è un insieme di progetti artistici lanciati a partire dal 1983 dall'imprenditore edile Antonio Presti. Il primo è un 'albergo-atelier', sulla spiaggia, in cui diversi vani, compresi i bagni delle stanze, ospitano opere d'arte contemporanea. La seconda è il 'museo domestico', in cui a varie famiglie del paese di Pettineo si chiede di ospitare sezioni di una tela, in origine lunga un km, dipinta da molti artisti; ogni abitazione è contrassegnata da una targa, e la famiglia si impegna a mostrare ad eventuali visitatori il suo frammento. La parte del progetto più rientrante nel concetto di parco-museo è la terza, che consiste in sette strutture di cemento di grandi dimensioni, dipinte a vivaci colori, dislocate in più comuni lungo la fiumara Tusa, che scende dai Nebrodi e sfocia nel Tirreno. Gli autori sono Consagra, Di Palma, Schiavocampo, Lanfredini, Nagasawa, Festa. Sono raggiungibili attraverso un percorso consigliato lungo diversi km e liberamente visitabili. L'iniziativa è stata colpita nel 1989 da denuncia per abusivismo edilizio e ha trovato l'opposizione della Soprintendenza alle Belle Arti di Messina. La vicenda giudiziaria si è conclusa con un condono. Secondo A. Massa, i pregi di Fiumara d'Arte non si devono cercare nella qualità artistica delle opere, ma nell'originalità delle iniziative proposte e nel coinvolgimento del pubblico.

5.7 Il Parco Sculture del Chianti

L'ultimo nato tra i parchi-museo di cui è ricca la Toscana è stato inaugurato nel maggio 2004 a Pievasciata, a 10 km a nord di Siena, su una superficie di 35 ettari di boscaglia attorno a una vecchia fornace. L'iniziativa si deve a Piero e Rosalba Giadrossi, ed è stata ispirata dalla visita nel 1998 al giardino botanico di Kristenbosch, nel Sudafrica, dove sono collocate molte

grandi sculture Shona. In vista del suo progetto, Giadrossi ha seguito un seminario all'International Sculpture Center del New Jersey, USA, dedicato ai parchi di scultura e all'integrazione tra le opere d'arte e l'ambiente naturale. Assicuratisi l'appoggio dell'amministrazione comunale e formato un comitato artistico, i coniugi Giadrossi invitarono una serie di artisti internazionali a realizzare nel sito le loro opere. Oggi, all'inizio delle sue attività, questo parco conta 24 sculture, di 18 autori diversi, quasi tutte eseguite sul posto e relazionate all'ambiente. Sono in progetto un centro visite e un anfiteatro all'aperto per manifestazioni culturali. Il parco-museo è aperto da aprile ad ottobre, dall'alba al tramonto; negli altri mesi su appuntamento.

6. Il Prato Marzona a Villa di Verzegnis

6.1 Egidio Marzona

Egidio Marzona nasce nel 1944 a Bielefeld in Germania, terzo di quattro figli. Il nonno era emigrato dalla Carnia e aveva fatto fortuna nell'edilizia. Il primo contatto con la terra d'origine Egidio lo avrà nei tardi anni Cinquanta, in compagnia del padre oramai invecchiato e malato. Successivamente i contatti con l'Italia si faranno più frequenti, soprattutto durante gli anni Sessanta, per acquistare marmo per la ditta di famiglia.²⁷

Importante è sottolineare questo legame molto forte che la famiglia Marzona mantiene con la terra natale. Lo stesso collezionista individua, generalizzando, in questo attaccamento un elemento positivo dei carnici: «[...] sentirsi orgogliosamente figli di questa terra. Molti sono gli immigrati carnici all'estero eppure in loro non è mai morto il ricordo della patria, c'è sempre il ritorno. Questa è una cosa che sento anche mia».²⁸

Egidio Marzona, per volere del padre, intraprende gli studi di ingegneria presso l'Università di Düsseldorf, ma li abbandona presto per dedicarsi alla sua grande passione: l'arte. Sicuramente determinante in questa sua scelta è stata la frequentazione dell'ambiente legato all'Accademia di Düsseldorf, dove durante gli anni Sessanta giganteggia la carismatica figura di Joseph Beuys. L'importanza dell'artista tedesco nella formazione artistica di Marzona è sottolineato dalla stesso collezionista, che vede in Beuys: «una figura mitica, imprescindibile per quello che è stato poi il mio rapporto con l'arte».²⁹ In quel clima trasgressivo interagisce con i maggiori protagonisti dei movimenti degli anni Sessanta, da Fluxus all'arte povera, dal minimalismo al concettuale. Stringe una profonda amicizia, e anche questo sarà fondamentale per la sua attività collezionistica, con artisti quali Blinky Palermo, Panamarenko, con il quale compie un lungo viaggio in Africa, ed il pittore Konrad Lueg (1939-1996).³⁰

²⁷ *Marzona - Villa Manin una collezione d'arte* (a cura di Neoassociazione culturale), Ostfildern, 2001.

²⁸ A. MARZONA, *Un museo fatto in casa*, in «Il Friuli», 142, 03.09.1998. Sull'attaccamento dei carnici alla loro terra cfr. anche R. STRASSOLDO, N. TESSARIN, *Le radici del localismo. Indagine sociologica sull'appartenenza territoriale in Friuli*, Reverdito, Trento 1992.

²⁹ Intervista a Egidio Marzona in AA.VV., *Collezionare arte contemporanea*, Università degli Studi di Udine, Udine, 1998.

³⁰ Konrad Lueg apre nel 1967 a Düsseldorf, con il nome di Konrad Fischer, una galleria d'arte d'avanguardia tra le più importanti ed influenti al mondo. Fischer, con incomparabile intuito, espose per primo in Europa artisti americani quali Carl Andre, Donald Judd, Bruce Naumann, Robert Ryman, autore della prima opera acquistata da Marzona, e Lawrence Weiner, ed organizzò mostre degli esordienti Bernd & Hilla Becher e Hanne Darboven dalla Germania, Gilbert & George e Richard Long dall'Inghilterra.

All'età di 23 anni, nel 1968, apre una galleria d'arte a Bielefeld, portandola avanti fino al 1978. Vi affianca presto un'attività di editore di libri d'arte contemporanea, con particolare attenzione al materiale relativo alle avanguardie del primo Novecento, anni venti e scuola del Bauhaus. All'epoca Egidio Marzona viveva questa sua prima esperienza nel campo dell'editoria come un'occasione di studio, instaurando un rapporto molto intenso con la storia dell'arte.³¹

Sotto la guida e l'influenza dell'amico gallerista Konrad Fisher, già a metà anni Sessanta inizia a collezionare opere, che ora ammontano a 1700-2000 pezzi,³² rappresentanti per il 75% le tre grandi correnti degli anni '60-'70: minimalismo, arte concettuale e land art, con sezioni dedicate alle avanguardie storiche. Marzona non si limita ad acquistare i lavori degli artisti che più lo interessano, ma va oltre facendo propria una caratteristica dell'arte che colleziona: la formazione dell'idea. Soprattutto nell'arte concettuale infatti la realizzazione dell'oggetto fisico non è più imprescindibile, ciò che conta è l'idea, il concetto, il progetto che sottende il lavoro. Peculiarità della collezione Marzona è proprio il fatto che l'idea o l'intenzione dell'artista sono il punto di partenza e di arrivo della propria testimonianza, sia presentata sotto forma di opera compiuta, di dipinto, di scultura, di installazione, sia di disegno, di progetto, di manifesto, di invito, di documento scritto.³³

La necessità di catalogare l'immenso patrimonio per renderlo fruibile al pubblico ha spinto Marzona a fare una proposta di vendita per la sua collezione. Ha recentemente risposto alla chiamata l'Hamburger Bahnhof di Berlino che ha acquistato 1/3 della collezione, la quale verrà amministrata dalla Preßischer Kulturbesitz, l'ente di gestione dei musei statali berlinesi. Un altro terzo della collezione sarà donato da Marzona alla stessa istituzione e il restante 1/3 verrà concesso in prestito per 15 anni. «In realtà», spiega Marzona, «avrei voluto portare la mia collezione in Italia e tempo fa l'avevo offerta in donazione alla città di Trieste, ma il Comune ha rifiutato la mia offerta».³⁴

6.2 L'esperienza di Villa di Verzegnis

Due sono i contesti dove Egidio Marzona opera: a Bielefeld, nella sua città natale, dove si trova la sede principale della collezione, e a Verzegnis, paese di origine della famiglia. È qui che alla fine degli anni Ottanta comincia a proporre ad alcuni artisti, già presenti in collezione e il cui lavoro ben si inserisce in questi spazi, di creare appositamente per Verzegnis delle sculture da collocare all'aperto su terreni di sua proprietà (fig. 29). L'Art Park di Villa di Verzegnis accoglie a tutt'oggi dodici opere collocate in esterno, di cui una temporanea. L'esperienza di Verzegnis, come ama sottolineare Egidio Marzona, è un lavoro *in progress*, in continua espansione; perciò è opportuno aggiungere a queste opere già realizzate i quattro progetti presentati nel 2004 per altrettanti interventi.³⁵

³¹ AA.VV., *Collezionare arte...* cit.

³² Manca a tutt'oggi una catalogazione definitiva delle opere.

³³ «Ritengo che il collezionare opere debba andare di pari passo con la documentazione delle idee e dei progetti che le hanno generate, solo in questo modo si può parlare di un progetto completo, oltre che filologicamente corretto. Del resto questo concetto è implicito nell'idea stessa di arte concettuale», AA.VV., *Collezionare arte...* cit.

³⁴ M. SORBELLO, *Poveristi e minimalisti da vetrina*, in «Il Giornale dell'arte», 205, dicembre 2001.

³⁵ I progetti in fase di realizzazione o da realizzare nel 2004 sono di Carl Andre, Daniel Buren, Dan Graham e Stephen Kaltenbach.

Il primo intervento realizzato tra il 1987 e il 1989 è la *Truncated Pyramid Room* di Bruce Nauman (fig. 30), poi sono seguiti *HRZL 1* di Sol LeWitt (1990), *Take to Another Point* (1992) e *To the Point* (1999) di Lawrence Weiner, *Corner Prop* (1986) di Richard Serra, *Senza Titolo* (1974) di David Rabinowitch, *Senza Titolo* (1993) di Richard Nonas, due *Senza Titolo* (1987 e 1988-1989) di Ulrich Rückriem, *Bisected Two-Way Mirror Triangle* (1998) di Dan Graham (fig. 31), *l'Igloo Ticino* (1990) di Mario Merz, il *Tagliamento River Stone Ring* (1996) di Richard Long (fig. 30), *Soffio di Foglie* (1979) di Giuseppe Penone, *Senza Titolo* (1979) di Grosvenor. Del 2003 il *Parcheggio* è di Lucio Pozzi (fig. 32). Tutti gli interventi sono collocati in esterno, al centro del paese, su terreni di proprietà del collezionista.

L'iniziativa nasce e si sviluppa come un dialogo con Konrad Fischer, gallerista tedesco a cui Marzona è legato oltre che da impegni professionali da una profonda amicizia.³⁶ A metà anni Ottanta «Konrad Fischer e io eravamo a Verzegnis per una vacanza. Una sera durante una chiacchierata accompagnata da buon vino, Konrad avanza la proposta di portare alcuni degli artisti già presenti nella collezione ad operare in questi spazi verdi. L'idea mi è subito sembrata interessante e ho deciso di realizzarla. Tutto è perciò nato da un dialogo, un dialogo con uno dei miei più cari amici, che ha seguito e determinato gran parte delle mie scelte artistiche».³⁷

Düsseldorf è da sempre uno dei maggiori centri tedeschi ed europei di propulsione dell'arte contemporanea e la Galleria Konrad Fischer di Düsseldorf è una galleria molto nota negli anni Settanta a livello internazionale. Non solo promuove il lavoro di giovani artisti europei, ma cosa fondamentale, espone in Europa, quasi sempre in anteprima, gli artisti americani di punta.

Determinante per la nascita di questo progetto è anche il legame affettivo che Marzona ha con il luogo. Il ritorno al paese d'origine porta insito in sé il desiderio di introspezione, ricerca delle proprie radici, ricerca del sé. Egidio Marzona, proprio attraverso questa pratica discorsiva che i lavori artistici instaurano con Verzegnis, può trovare delle risposte a questi interrogativi. L'arte, fondamentale e costante presenza della sua vita, diventa un filtro per rileggere le sue origini.

Una delle caratteristiche fondamentali dell'esperienza di Verzegnis è l'assenza dei confini nel delimitare gli interventi artistici, lasciandoli accessibili al pubblico. Le opere sono disposte, quasi casualmente, in mezzo ai campi, tra gli alberi, quasi a ridosso delle case, per permettere una maggior mimesi con la natura e l'abitato di Villa. Proprio questo aspetto differenzia il progetto realizzato dal collezionista tedesco dagli esempi italiani analizzati in precedenza, andando a creare anche un problema di definizione esauriente dell'esperienza. La parola 'parco' non piace a Egidio Marzona, 'museo' meno che mai: preferisce 'prato'. Dà un'idea di libertà,³⁸ che ben si sposa con la mancanza di confini e il concetto di visione continua che caratterizza l'esperienza specifica di Verzegnis. Proprio come in un giardino infatti, spesso durante la bella stagione e quando i suoi impegni non lo portano lontano, tra Berlino e

³⁶ Da un'intervista a Egidio Marzona in AA.VV., *Collezionare arte...* cit., si legge, a proposito dei rapporti con Konrad Fischer: «[...] Konrad Fischer, da sempre mio gallerista di riferimento, ha rappresentato il tramite indispensabile per l'accesso all'opera di artisti che io non conoscevo. Sono particolarmente debitore nei riguardi di Konrad Fischer, la sua preziosa consulenza ha sempre influenzato le mie scelte, ed anche il progetto della collezione di Verzegnis è nato da un suo suggerimento».

³⁷ Da un'intervista da me raccolta in data 14.08.2004.

³⁸ A. BESIO, *Tra i monti della Carnia*, in «Repubblica», 29.03.1999.

New York, è facile sorprendere Egidio Marzona con gli attrezzi del mestiere sistemare con cura l'aiuola che borda la piattaforma sabbiosa del lavoro di R. Nonas, o rimettere al loro posto i sassi del cerchio di Long, che qualche bambino del paese giocando ha spostato dal suo luogo originario. Spesso infatti in primavera-estate gli schiamazzi dei bambini di Villa riempiono il Prato rendendo partecipi queste sculture dei loro giochi. L'opera di Long diventa allora una casa, la catasta di Lohaus un fortino, le aperture della piramide di Nauman una porta di calcio. Le opere vivono una nuova vita.

7. Conclusioni. Nelle intenzioni di Marzona, la sua collezione vuole documentare quanto più possibile il quadro storico che la sottende. Senza essere una raccolta di capolavori o la documentazione esaustiva dei lavori di un singolo artista, cerca di selezionare all'interno della produzione artistica complessiva le opere più esplicative e rappresentative rispetto al periodo storico di riferimento. A queste dichiarazioni rese esplicite da Egidio Marzona nelle varie interviste, è quindi possibile applicare almeno tre delle quattro categorie dei moventi del collezionista individuate da R. Moulin:³⁹ adesione entusiastica alla contemporaneità, piacere di entrare in presa diretta con la sua generazione e di partecipare alla scoperta, alla novità in rottura con il passato.

Nell'esperienza di Marzona troviamo due elementi tipici del grande collezionista: la presenza decisiva di un amico-consulente-mercante, e la finalità ultima di mettere a disposizione del pubblico la propria collezione. Abbastanza tipica è anche la mancanza di un preciso progetto complessivo, l'apertura alle contingenze, l'abbandono all'istinto e all'improvvisazione e alla scoperta, il carattere di *work in progress*.

Quello di Verzegnis rientra certamente nella definizione di parchi-museo di scultura data da Antonella Massa, soprattutto come tentativo di rinnovamento del museo tradizionale, nella ricerca di nuove formule che sostengano un rapporto con il pubblico più aperto e coinvolgente, meno distaccato e portato a sacralizzare e de-naturalizzare l'oggetto esposto.

Quello che differenzia l'Art Park di Egidio Marzona rispetto a molti altri casi è l'accessibilità. Per poterne fruire non è necessario varcare cancelli e pagare un biglietto; basta camminare in libertà per Villa, dove le installazioni interagiscono liberamente con il contesto paesano. Sarebbe interessante a questo punto chiedersi chi sono i fruitori di questa realtà, chi visita il parco, come ha reagito la popolazione locale. A tale proposito i dati sono scarsi e poco attendibili, mancando una struttura che gestisce l'accessibilità. Non sbagliamo comunque affermando che i visitatori sono prevalentemente operatori nel settore dell'arte contemporanea, sia italiani sia stranieri. Solitamente visitatori singoli, ma, durante il periodo estivo, è possibile incontrare anche dei gruppi.

Punto interessantissimo ancora da approfondire, specialmente in una prospettiva sociologica, è la reazione della popolazione locale, non intesa solo come popolazione di Verzegnis, ma di tutta la Carnia. Conoscere questi dati potrebbe aiutare la struttura pubblica a promuovere questa realtà. Legandola al sistema di economie locali (artigianato, attività culturali, turistiche, agricoltura, piccole attività commerciali legate al turismo) infatti potrebbe costituire un'occasione di rilancio economico per queste terre marginali.

Un primo passo è già stato tentato, anche se tuttora non portato a compimento. Con la proposta del Piano Regolatore Particolareggiato per il Prato di Villa, l'Amministrazione Comunale ha espresso la volontà di rendere più fruibile al pubblico questa parte del suo ter-

³⁹ R. MOULIN, *Le marché...* cit.

ritorio. Il sito di Villa dovrà essere poi collegato con altre realtà presenti nell'intorno. L'eccezionalità delle opere d'arte presenti in questo luogo non può rimanere una realtà isolata dalle altre frazioni di Verzegnis e dal resto della Carnia. L'esperienza di Marzona è infatti un'opportunità per sviluppare un turismo culturale che dia a questo luogo una specifica risoranza. L'intuizione di Marzona potrà avere un'interazione con la Carnia intera se verrà colta l'opportunità di relazione con altre attrattive presenti in Friuli (ricordiamo solo la neonata Azienda Speciale di Villa Manin, Centro d'Arte Contemporanea), attuando collegamenti attraverso una rete di percorsi e con opportune iniziative promozionali.

Bibliografia

- J. BEARDSLEY, *Earthworks and beyond. Contemporary art in the landscape*, Aberville Press, New York.
- C. BELLI (a cura di), *Arte Ambientale*, Allemandi, Torino 1994.
- A. BRUCIATI, L. FONZA, G. SIRCH (a cura di), *Collezionare arte contemporanea. Incontri con Giuseppe Panza di Biumo, Attilio Codognato, Egidio Marzona*, Università degli Studi di Udine, Udine 1998.
- E. CARLINI, P. VALLE (a cura di), *Visione continua. Musei all'aperto: inserimento urbanistico e territoriale - Egidio Marzona e Villa di Verzegnis*, tavola rotonda, Verzegnis, 13 febbraio 1999.
- M. CODOGNATO, E. COEN (a cura di), *E così via - And so on: 99 artisti della collezione Marzona*, Venezia 2000.
- R. KRAUSS, *Passaggi. Storia della scultura da Rodin alla Minimal Art*, Einaudi, Torino 1998.
- A. MASSA, *I parchi museo di scultura contemporanea*, Loggia de' Lanzi, Firenze 1995.
- F. MOLFINO, A. MOTTOLA MOLFINO, *Il possesso della bellezza: dialogo sui collezionisti d'arte*, Allemandi, Torino 1997.
- F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica e mercato*, Laterza, Roma 1999.
- K. POMIAN, *Collezionisti, Amatori e Curiosi*, Il Saggiatore, Milano 1989.
- A.B. SAARINEN, *I grandi collezionisti americani*, Einaudi, Torino 1977.
- W. SANTAGATA, *Simbolo e merce: i mercati dei giovani artisti italiani e le istituzioni dell'arte contemporanea*, Il Mulino, Bologna 1998.
- R. STRASSOLDO, *Forma e Funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- A. VETTESE, *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*, Le guide del Sole 24ore, 1993.

I cerchi nel grano

Tra arte, natura e mistero*

LAURA SCAPOLAN

1. Introduzione. Il 12 agosto 1972, nel Wiltshire in Inghilterra, l'inglese Arthur Shuttlewood e l'americano Bryce Bond scrutavano la notte alla ricerca di 'oggetti volanti non identificati' (UFO). Videro due macchie di luce nel cielo e subito dopo si accorsero che sul campo sottostante si erano formati due cerchi dai bordi molto netti, con gli steli del grano ordinatamente allentati a spirale (fig. 34). Questo è l'inizio ufficiale della saga dei 'cerchi nel grano'. Da allora sono apparse sui campi di tutto il mondo molte centinaia di queste forme, che da semplici cerchi si sono evolute in figure sempre più complesse, talvolta di grandissime dimensioni, e solitamente di intenso fascino estetico. Ad esse è rimasto legato il nome popolare di cerchi nel grano (*crop circles*) anche se non si tratta sempre di cerchi e, oltre che nel grano, sono talvolta disegnate su altre colture, e anche sulla sabbia, sulla neve e sul ghiaccio. Più recentemente si è suggerito di chiamarle con il nome più generico di pittogrammi o quello, più specifico, di agroglifi (incisioni nei campi). Migliaia di persone si sono lasciate coinvolgere dal fenomeno, spettatori, esploratori e ricercatori, e intorno ad esso è fiorita una vera e propria letteratura, ora anche siti telematici, che lo registra, lo descrive e cerca di spiegarlo.

Nel giugno del 2003 anche a Nervesa della Battaglia, in provincia di Treviso, è apparso un cerchio nel grano, e chi scrive, appena informata da un amico, è andata a visitarlo. Purtroppo la padrona del campo, infuriata per i danni, aveva subito provveduto a farlo mietere, e quindi del cerchio (in realtà, una serie di cerchi di dimensione scalare/frattale, disposti a raggi ricurvi attorno ad un grande cerchio centrale, come una 'ruota di fuoco') si poteva ammirare solo una povera traccia. Tuttavia tanto bastò a trasmetterle un'emozione profonda e il desiderio di approfondire la materia dedicandole il lavoro ricerca per la tesi di laurea. Il fascino nasceva dalla bellezza – apprezzabile pienamente solo da prospettive aeree – delle figure, ma soprattutto dal perdurante mistero sulla loro origine.

Per costruirci sopra una tesi si poneva però un problema di inquadramento disciplinare. Finora gli agroglifi sono stati studiati da scienziati di diverse discipline naturalistiche. I botanici e agronomi hanno analizzato il comportamento delle piante coinvolte (le modalità dell'allettamento, le trasformazioni dei nodi, ecc.). Gli zoologi hanno fatto altrettanto per quanto riguarda gli insetti (e in particolare il curioso fenomeno delle 'mosche mummificate'). I fisici hanno studiato eventuali alterazioni chimiche, termodinamiche, elettromagnetiche, radioattive, e così via, sia dell'aria che del suolo e del sottosuolo. I matematici hanno individuato le formule e i teoremi geometrici sottesi alle figure. Al di fuori della scienza ufficiale, si sono scatenate le ipotesi fantascientifiche, ufologiche, occultiste e misteriosofiche, che attri-

* Sintesi di *I cerchi nel grano: iconografia e impatto sociale di un fenomeno irrisolto*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2004-2005, pp. 128.

buiscono gli agrolifi a forze extra-umane, provenienti sia dalle viscere della terra che dal cosmo (gli extraterrestri, i proverbiali 'omini verdi').

Non risulta invece che esso sia stato preso in considerazione né dagli esperti delle forme estetiche (estetologi, critici e storici d'arte) né dai sociologi. Eppure a noi sembra, come si è accennato, che gli agrolifi abbiano spesso dignità estetica ben paragonabile a quella di tanti altri segni tracciati dall'uomo sui più diversi supporti; da migliaia di anni, e anche dall'arte più recente (astrattismo, pop art, arte frattale, computer art). Una categoria di arte contemporanea cui gli agrolifi possono essere ricondotti è, in particolare, la land art¹. Come questa, essi sono tracciati sulla terra, con materie naturali, in luoghi lontani da quelli dell'arte istituzionalizzata. La loro realizzazione dipende da fattori naturali (la stagione, il particolare momento di maturazione della coltura) e sono particolarmente labili: possono durare, in pratica, solo fino al raccolto. Come la land art, e altre forme d'arte *site specific*, non sono appropriabili né commerciabili, se non sotto forma di riproduzioni fotografiche, o come indotto turistico ed editoriale.

Per quanto riguarda le dimensioni sociologiche, ve ne sono almeno due. La prima è quella che la sociologia classica chiama *fad* o *craze* (voga o mania), ovvero quei fenomeni psicosocio-culturali per cui in certi aggregati sociali si diffonde improvvisamente una passione per qualche oggetto, simbolo o forma di comportamento, apparentemente irrazionale; una forma di moda più accelerata, labile e stravagante del normale. Quando l'aspetto irrazionale è particolarmente marcato, si parla appunto di manie, di follia collettiva, di «imitazione» ed «effervescenza» (Durkheim), di «suggestione» o «contagio» (Le Bon).² Il fenomeno è ben noto anche ad antropologi ed etnologi. Che migliaia di persone si appassionino agli agrolifi, si organizzino per aspettarne la comparsa, accorrano nei luoghi dove sono segnalati, costituiscano clubs e associazioni di appassionati, leggano materiale a stampa e si scambino informazioni in rete, è senza dubbio degno di attenzione sociologica.

La seconda dimensione riguarda in particolare la sociologia dell'arte. Uno dei caratteri fondamentali del mondo artistico, almeno da qualche secolo in Occidente, è la centralità del soggetto creatore, l'artista, l'autore. Come è possibile considerare artistica un'opera il cui autore non è e non vuole essere conosciuto? Questa centralità dell'uomo-autore è, notoriamente, una caratteristica della modernità. Possiamo considerare gli agrolifi una forma d'arte radicalmente altra rispetto alla tradizione romantico-soggettivista ancora vigente, un ritorno a concezioni pre-moderne, e quindi sacrali, dell'arte?

Qui siamo di fronte ad opere che, oltre ad infondere innegabili emozioni estetiche, con tutta evidenza richiedono grandi doti progettuali, e ancor più raffinato mestiere esecutivo, con tecniche ancora sconosciute. Gli autori non devono solo avere notevole fantasia, ma incredibili capacità di organizzare il lavoro su grandi superfici, al buio, in silenzio, con notevole rapidità, e senza mai essere colti sul fatto. Possibile che da oltre trent'anni (quasi) nessuno degli autori degli agrolifi abbia mai ceduto alla tentazione di farsi scoprire, di svelarsi, di godere il suo quarto d'ora di celebrità? La misteriosa comunità degli artisti dei cerchi nel grano – che siano molti e che siano in contatto tra loro pare innegabile – deve avere caratteri psico-socio-culturali davvero unici.

¹ Sulla land art cfr., in questo volume, il saggio di Lorena Di Valentin.

² Cfr. ad esempio L. BROOM, P. SELZNICK, *Sociology*, Row, Peterson & C., Evanston 1958; G.A., A.G. THEODORSON, *Dizionario di sociologia*, Marotta, Napoli 1975.

Per questo anonimato, per il carattere di squadra ed altri aspetti – il lavoro notturno, la labilità, l'illegalità –, gli agroglifi sono una forma d'arte paragonabile al *writing*.³

Tutto ciò naturalmente resta valido nell'ipotesi che gli agroglifi abbiano origine umana o naturale, l'unica possibile nel quadro di una ricerca scientifica come vuole essere la nostra. Tuttavia si deve ammettere che, malgrado ogni verifica di questo tipo, vi sono ancora molti aspetti del fenomeno che sfuggono ai parametri della scienza. Nessun ricercatore e nessun *boaxer*⁴ è ancora riuscito a riprodurre pubblicamente agroglifi di qualità paragonabile a quelli 'veri'. I sostenitori delle ipotesi fantascientifiche e occultistiche sono lungi dall'aver provato le loro tesi; ma anche le spiegazioni della scienza ufficiale sono ancora molto carenti. Dopo trent'anni il mistero continua; e molti sperano che non venga mai meno. È bello credere che ci siano forze ed entità che ancora sfuggono al dominio della ragione umana.

La nostra ricerca ha compreso anche una piccola indagine sul campo (letteralmente) nei due siti del Veneto, Nervesa e Vigonovo, dove rispettivamente nel 2003 e 2005 sono avvenuti fenomeni di cerchi nel grano; nel primo, come già accennato, si è di fronte ad un tipico agroglifo, nell'altro quasi certamente ad un fenomeno naturale. L'esperienza ha permesso di verificare il perdurante interesse per questi fenomeni attivato anche nelle comunità locali. Tuttavia i momenti principali del lavoro di tesi sono stati di tipo 'iconografico'.⁵ Essi sono costituiti:

- 1) nell'analisi formale di centinaia di immagini di agroglifi e costruzione di una tipologia;
- 2) nella ricerca di corrispondenze formali tra di essi e l'intero patrimonio di simboli, quale risulta raccolto negli ormai numerosi repertori e dizionari di simboli;
- 3) nell'indicazione di alcune possibili interpretazioni dei significati simbolici degli agroglifi.

In questa sede possiamo solo elencare e definire molto brevemente le rubriche della tipologia. Una piccola selezione di agroglifi è presentata nell'appendice illustrata di questo volume.

2. Breve storia e letteratura dei cerchi nel grano. Come tutte le storie, anche quella degli agroglifi ha una sua preistoria. È documentata una leggenda popolare seicentesca dell'Herefordshire, dove un contadino, avendo litigato con il proprio padrone, invocò il diavolo per falciare al suo posto il grano. E così accadde, in una sola notte. Di questa storia esiste anche una xilografia popolare del 1678, dove il campo falciato mostra un'impressionante somiglianza con i primi cerchi nel grano di tre secoli dopo (fig. 33). Agli stessi anni risale anche la prima registrazione ufficiale del fenomeno, in *The Natural History of Staffordshire* di Robert Plot (1677). Poi, silenzio fino agli anni Trenta del XX secolo, con qualche segnalazione sporadica e del tutto vaga. Come si è detto, la vera storia dei cerchi nel grano comincia nel 1972; la massima concentrazione mondiale di questi segni si continua a registrare nel sud dell'Inghilterra, dalla Cornovaglia al Kent, e in particolare nel triangolo compreso tra i siti archeologici preistorici di Stonehenge, Avebury e Glastonbury. Ciò ha subito fatto sorgere

³ Sul *writing* o graffiti cfr. E. DI SARIO, *La nuova urbs picta. Esperienze di Writing a Conegliano*, in R. STRASSOLDI (a cura di), *Muse demotiche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 1, Forum, Udine 2001.

⁴ Con questo termine si indicano sia coloro che cercano di realizzare 'falsi' cerchi nel grano allo scopo di smentire la tesi che si tratti di fenomeni naturali o sovranaturali (extraterrestri), sia coloro che falsamente si vantano di essere gli autori di agroglifi 'veri'.

⁵ Si ringrazia il professor Mino Gabriele, docente di Iconologia all'Università degli Studi di Udine, per l'indispensabile aiuto nell'orientare la ricerca dei simboli confrontabili con le forme degli agroglifi.

ipotesi di legami con le antiche culture fiorite in quei luoghi tremila anni avanti Cristo, con i loro saperi astronomici e astrologici e le credenze sulle Leylines – i misteriosi allineamenti su grandissime distanze che segnerebbero l'emergere in superficie di flussi di forza sotterranei. In questo quadro, gli agroglifi sarebbero messaggi non dal cosmo ma dalle viscere della Madre Terra. Altre interpretazioni fanno riferimento a tradizioni sapienziali differenti, ad esempio a quelle dei Sumeri (Z. Setchin) o degli indiani dei deserti americani (Hopi, Zuni, ecc.). Naturalmente attorno agli agroglifi è fiorita anche una letteratura spiritista che fa riferimento invece a forze astrali e misteriosi esseri extraterrestri (I. Kingston). M. Hesemann propende decisamente per la tesi di esseri viventi extraterrestri, dotati di capacità tecnologiche e scientifiche molto superiori a quelle umane. E c'è anche qualche interpretazione più vicina alla tradizione cristiana. Gli appassionati hanno alcuni punti di ritrovo nel Wiltshire (ad esempio il pub 'Waggon and Horses' a Beckhampton) e nell'Herefordshire (l'albergo 'Green Dragon').

I due studiosi più noti e sistematici del fenomeno, che lavorarono fin dall'inizio indipendentemente l'uno dall'altro, sono entrambi ingegneri elettronici, Colin Andrews e Pat Delgado. Ad essi si devono i testi *Circular Evidence*, del 1989, e *Crop circles: new evidence*, del 1991. Delgado crede che gli agroglifi siano frutto di una forma di energia ancora sconosciuta. Con loro collabora il pilota Busty Taylor, la cui opera è essenziale per la documentazione fotografica aerea degli agroglifi. Un altro studioso dell'argomento è il meteorologo di Oxford Terence Meaden, il quale dal 1980 sottopone a verifiche scientifiche l'ipotesi che a creare i cerchi siano particolari eventi meteorologici (vortici di vento o di 'plasma', cioè una particolare condizione dei gas indotta da fenomeni elettrici).

Del fenomeno si sono occupati anche gli ambienti militari, che da decenni sono notoriamente molto attenti agli eventi paranormali e 'non identificati'; e quelle associazioni, emananti dalla comunità scientifica ufficiale, che si sono date la missione di sottoporre a rigorose analisi scientifiche tali asseriti eventi; come, in Italia, il CICAP (Centro Italiano di Controllo delle Affermazioni sul Paranormale).

Come si è accennato, il fenomeno dall'Inghilterra si è diffuso in tutti i paesi avanzati, sul continente europeo, in America e in Australia.

In parallelo, con il moltiplicarsi dei cerchi 'veri', sono cresciuti anche tentativi di imitazione da parte di *hoaxer*. I due più noti sono due vecchietti inglesi, Doug Bower e Dave Chorley, che fecero il loro *outing* nel 1978, e affermarono che gli attrezzi usati erano una paletto, una mazza da baseball e una cordicella. Tuttavia rimane chiaro che non potevano essere stati loro gli unici autori, perché gli agroglifi possono apparire anche contemporaneamente a grande distanza l'uno dall'altro; e rimangono le notevoli differenze qualitative tra i lavori degli *hoaxer* documentati e i cerchi 'veri', cioè anonimi.

3. Tipologia degli agroglifi

- *Cerchi*. Questa è la categoria primaria e più numerosa. Nelle sue forme essenziali è anche la più facile da realizzare. Ad essa si connette tutta la ricchissima e antichissima simbologia del cerchio. Nel tempo si è anche notevolmente evoluta in forme sempre più complesse (figg. 36-38). È una componente ricorrente in quasi tutte le altre categorie di agroglifi.
- *Spirali*. La spirale nasce dal cerchio, mediante il graduale aumento del raggio di curvatura (fig. 39). Anche la spirale è un segno molto antico e ricco; ad esempio, rappresenta il

- mutamento, l'evoluzione, la vita. Svolta e appiattita, si trasforma in serpentina (fig. 40). Il serpente, a sua volta, è un simbolo primordiale, che si ritrova in tutte le culture. La spirale si presta anche ad infinite applicazioni puramente decorative.
- *Manubri*. Per manubrio si intende, in questo contesto, una figura costituita da due cerchi uniti da un segmento rettilineo. Tra gli agrolifi, si manifesta piuttosto tardi (anni Novanta); ma vi sono precedenti nella cultura Hopi e peruviana. Si ritiene che in quelle culture rappresentasse le nozze cosmiche del sole con la terra. La si ritrova anche nella pianta di alcune architetture primitive (fig. 41).
 - *Pittogrammi lunghi*. Sono essenzialmente manubri composti ed estesi, dove una serie di figure, spesso in prevalenza circolari, sono allineati lungo un asse (fig. 35).
 - *Delfinogrammi*. Sono caratterizzati dalla presenza, al centro, di una forma a fuso.
 - *Animali*. Sono una categoria abbastanza variegata. Si trovano schemi di insetti, aracnidi, scorpioni, bruchi, tartarughe, meduse (figg. 42-44).
 - *Fiori*. Le corolle dei fiori si prestano molto bene ad essere schematizzate in base a cerchi intersecatesi nei modi più vari (figg. 45-46).
 - *Stelle*. Le stelle risultano di solito dalle combinazione di elementi circolari e angolari (fig. 47).
 - *Fiocchi di neve*. Simili alle stelle, sono però caratterizzati sempre dallo schema esagonale e spesso da andamenti frattali (fig. 48).
 - *Simboli astronomici*. Terra, sole, luna, stelle, rappresentati e combinati in diverse modalità (figg. 49-50).
 - *Ruote*. La ruota è una forma circolare caratterizzata però dall'evidenza dei raggi e del mozzo (figg. 51-52).
 - *Labirinti*. Il labirinto di solito nasce dal cerchio e dalla spirale; ve ne sono tuttavia anche a base ortogonale (fig. 53).
 - *Simboli sacri*. Tutti i veri simboli hanno, evidentemente, un carattere sacrale; ma in alcuni casi gli agrolifi si riferiscono a simboli propri di specifiche religioni (la croce cristiana, la *menorah* e l'albero sefirotico ebraico, la mezzaluna islamica, i mandala buddisti, ecc.) (fig. 54).
 - *Simboli geometrici*. Sono le rappresentazioni delle figure geometriche primarie, eventualmente combinate tra loro. Anch'esse, come è noto, sono cariche di significati magico-simbolici e religiosi; ad esempio nella tradizione pitagorica (figg. 55-57).
 - *Frattali*. Sono figure, complesse a volontà, che nascono dalla ripetizione, in linea di principio all'infinito, di semplici formule matematico-geometriche di base, variando solo ogni volta, gradualmente, uno dei loro parametri dimensionali.

Bibliografia

- O. BEIGBEDER, *Lessico dei simboli medievali*, Jaca book, Milano 1989.
 H. BIEDERMANN, *Enciclopedia dei simboli*, Garzanti, Milano 1991.
 J. CHEVALIER, A. GEERBRANT, *Dizionario dei simboli. Miti, segni, costumi, gesti, forme, figure, colori, numeri*, BUR, Milano 1987.
 J.E. CHIROT, *Dizionario dei Simboli*, SIAD, Milano 1985.
 E.H. HASSELHOFF, S. GIACOMUZZI, *La natura complessa dei cerchi nel grano. Ricerche scientifiche e leggende urbane*, Natrix, Reggio Emilia 2001.

M. HESEMANN, *Il mistero dei cerchi nel grano. Gli extraterrestri sono tornati*, Ed. Mediterranee, Roma 1994.

M. HESEMANN, *I nuovi cerchi nel grano. Un fenomeno che continua*, Ed. Mediterranee, Roma 2002.

A. SANAVIA, *Gli ufologi: 'Quei cerchi non sono fatti da alieni'*, «La nuova Venezia», 11.02.2005.

Sitografia

<http://www.cerchinelgrano.it>

<http://www.cicap.org.crops/index/htm>

<http://www.cropcircleconnector.com>

II. Arte e...

Arte e sport*

S E R G I O F L O R E A N I

1. Introduzione. ‘Sport’ è parola di derivazione latina (*dis-portare*) che, accasatasi nella lingua inglese attraverso il francese, ha invaso l’Occidente e il mondo a indicare una vasta gamma di comportamenti sociali. Sport è passatempo, ricreazione, divertimento, spettacolo, gioco, esercizio, pratica igienica, atletismo, gara, lotta. Nella nostra epoca è divenuto una delle istituzioni sociali fondamentali, con una posizione e funzioni analoghe a quelle della religione nelle società tradizionali. Scriveva uno dei suoi grandi profeti moderni, il barone Pierre De Coubertin: «per me lo sport è religione, con chiesa, dogmi, culto, ma soprattutto sentimento religioso»; e avrebbe potuto aggiungere divi, santi, riti, cattedrali, fanatismo, e tanti altri aspetti. È un fatto sociale totale, che può essere affrontato da una grande varietà di prospettive disciplinari: dalla biologia (fisiologia, anatomia) alla psicologia, dalla filosofia alla pedagogia, dall’antropologia alla scienza politica, dalla storia all’economia; e molte altre. Anche rimanendo all’interno della sociologia può essere studiato da una notevole varietà di approcci: come forma di socievolezza, come comportamento collettivo, come modello educativo, come fenomeno di costume, come modalità di consumo, come espressione di competizione individuale, di gruppo e internazionale, come processo di costruzione dell’identità e dell’identificazione, come mezzo di integrazione e come strumento di controllo e consenso sociale, e così via.¹

L’ottica adottata in questo lavoro è certamente meno usuale, ed è quella dei rapporti tra sport e arte. Vi sono almeno due principali aree di contatto e sovrapposizione tra questi due fenomeni. La prima è quella dello sport come forma d’arte; la seconda è quella dello sport nell’arte, cioè dello sport come oggetto di rappresentazione da parte delle arti; in particolare, da quelle visuali (pittura e scultura).

Per quanto riguarda la prima, non v’è dubbio che anche nello sport si possono individuare aspetti artistico-estetici. Lo sport può essere considerata una forma d’arte analoga alla danza e allo spettacolo. Vi sono tecniche corporee che è difficile attribuire all’una o all’altra sfera: come quelle degli acrobati, dei giocolieri, dei contorsionisti e di altri ‘artisti circensi’; o come, d’altro canto, certe forme di danza contemporanea, ad alto tasso di fisicità atletica. In molte discipline sportive, come l’atletica leggera, il tuffo, il pattinaggio, l’apprezzamento si basa molto su qualità quali il ritmo, la precisione, l’eleganza, lo ‘stile’, anche se queste dimensioni non sono sempre traducibili in punteggi quantitativi. In altre discipline, in cui la bravu-

* Sintesi di *Il corpo ed il gesto. Lo sport tra arte, società e cultura*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 158.

¹ E. GIUS, A. SALVINI, voce ‘Sport’, in F. DEMARCHI, A. ELLENA, B. CATTARINUSI (a cura di), *Nuovo Dizionario di Sociologia*, Ed. Paoline, Milano 1987; L. GALLINO, voce ‘Sport’, in *Dizionario di Sociologia*, Utet, Torino 1978.

ra può essere quantificata in eventi discreti (*goal*, palle perse, tempi, ecc.), esiste spesso una tensione tra l'efficienza di una prestazione e la sua bellezza; e c'è chi insiste che questa non dovrebbe essere sacrificata alla prima. Il dibattito è stato abbastanza vivo, ad esempio nel tennis femminile, tra i fautori del puro 'atletismo' cioè la forza, e quelli dello stile, ovvero la grazia. In generale nell'apprezzamento pubblico di una disciplina sportiva, la dimensione estetica entra sempre in qualche misura: gli sport si seguono anche, e forse soprattutto, perché sono 'belli'. I campioni sono facilmente definiti 'artisti' nel loro campo, e la loro forza percepita spesso come bellezza. In tutti i tempi – o almeno a partire dalla Grecia classica – i campioni sono stati circondati da schiere di amanti.

Negli sport di squadra il coordinamento dei movimenti di un certo numero di atleti dà luogo ad un altro tipo di bellezza, quello dello spettacolo collettivo, del 'corpo sociale' in azione come un superorganismo. Nella cultura occidentale si hanno ampie prove del fascino estetico esercitato dalla vista (e ascolto) di masse di individui eguali tra loro, in movimento coordinato.² Nel *Cantico dei cantici*, tra le molte metafore con cui si esalta la bellezza dell'amata, ricorre due volte la frase: «sei bella come un esercito a vessilli spiegati», e nel resto della Bibbia la gloria (cioè la bellezza/potenza) di Dio è espressa di solito con l'immagine del 'Dio degli eserciti'. Esercito, in latino, è l'insieme di uomini che hanno compiuto gli esercizi, cioè hanno assunto le caratteristiche psicofisiche che vengono dalla ginnastica, e hanno imparato a muoversi in modo ritmico, armonico e coordinato. In greco, la parola *kosmos* indicava in primo luogo l'esercito ben armato, addobbato e schierato; e solo in seguito si è estesa ad indicare l'armonia dell'universo ben ordinato, e la bellezza in generale (da cui cosmetica). In tutti i tempi le cerimonie, i 'trionfi', le esercitazioni e le sfilate militari o paramilitari sono sempre state uno spettacolo dal fascino emozionante. Nell'Ottocento in questo contesto si sono inseriti anche i promotori dell'educazione fisica 'civile', e si sono così sviluppati gli spettacoli atletici di massa; che fin dall'inizio, peraltro, si ponevano finalità politico-ideologiche (o quanto meno filosofiche), sottostanti a quelle igieniche e pedagogiche. Nel corso del Novecento, ad opera dei regimi totalitari, l'allestimento di questi spettacoli è divenuta un'arte per conto suo, tesa alla costruzione del consenso popolare ('nazionalizzazione delle masse', secondo il concetto ormai classico di G.L. Mosse)³ mediante la stimolazione degli istinti più primordiali; un'arte ad alto livello di sofisticazione tecnica, in cui confluiscono da un lato le tradizioni militari, dall'altro quelle delle scenografie teatrali, e dal terzo quelle dell'architettura.⁴ Dopo i trionfi dell'uso politico di questi spettacoli, ad opera dei regimi nazional-socialisti e comunisti, essi sopravvivono in qualche misura nelle cerimonie che accompagnano i grandi eventi sportivi internazionali, e specialmente le Olimpiadi. Nelle ultime, di Atene, questa commistione totalizzante di arti varie, spettacolo e sport ha raggiunto vette straordinarie, non senza eccessi nel *kitsch*.

Lo sport come forma d'arte è un settore affascinante e ancora del tutto inesplorato, per quanto ci risulta, dalle scienze sociali. Una ricerca sistematica in questo campo dovrebbe cominciare piuttosto dagli strumenti della storiografia, dell'indagine documentaria e archivistica, non accessibili nell'ambito del presente lavoro. Qui abbiamo dovuto limitarci ad un'al-

² R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998, p. 42.

³ G.L. MOSSE, *La nazionalizzazione delle masse*, Il Mulino, Bologna 1975.

⁴ A. ADER, T. BENTOS, D. ELLBOTT, I.B. WHYTE, *Art and Power*, Catalogo della mostra all'Hayward Gallery, Londra 1995.

tra pista di ricerca, più agevole: quella delle rappresentazioni dello sport nell'arte, e in particolare nelle arti plastiche o figurative (in pratica, pittura e scultura, con qualche cenno alla fotografia, cinematografia e architettura).

Se estendiamo il concetto di sport anche alla caccia – che ne è certamente la progenitrice – possiamo risalire all'arte delle caverne. La caccia ai leoni è l'oggetto di una splendida serie di bassorilievi assiri custoditi al British Museum. Non c'è dubbio che lo sport abbia costituito un oggetto relevantissimo nell'arte greco-romana. Poi c'è stata, in Occidente, una lunghissima eclissi, di quasi quindici secoli, dovuta essenzialmente alla svalutazione della corporeità da parte del cristianesimo. Nel 393 d.C. Teodosio abolisce i giochi olimpici, e nel 404 Onorio quelli gladiatori. Da allora lo sport praticamente scompare dalla cultura, e non solo artistica, occidentale; salvo che nelle sue espressioni primordiali, più legate alla guerra (giostre, tornei, corse di cavalli), alla caccia e a poco altro (giochi medievali con la palla). Con il Rinascimento qualche pedagogo incoraggia pratiche di educazione fisica per i giovin signori, ma sarà solo nel XVIII secolo che esse diventano parte integrante del curriculum scolastico normale e poi della vita sociale. Ciò avviene a cominciare dall'Inghilterra, in connessione con l'affermarsi dell'*ethos* borghese e l'inizio dei processi di industrializzazione e urbanizzazione. L'Inghilterra è, per tutto l'Ottocento, la madre e maestra a tutto l'Occidente per quanto riguarda la gran parte degli sport agonistici, mentre sul continente, e in particolare nei paesi germanici e scandinavi, si sviluppa piuttosto la ginnastica. Nel Novecento, come si è accennato, lo sport diventa una delle istituzioni fondamentali della società.⁵ In tutta questa storia, le arti non hanno mancato di rappresentarlo; anche se, ad onor del vero, la pittura e scultura di soggetti sportivi non è un genere di primissimo piano nella modernità. In queste pagine vedremo di evidenziarne i momenti più significativi.

Questo è un lavoro di sociologia, e non di storia o critica dell'arte. È inevitabile che gli aspetti storico-artistici e quelli stilistico-formali siano trattati in modo cursorio; e che invece si evidenzino le connessioni tra sport, cultura e società.

Nei tempi più vicini a noi, sia lo sport che l'arte sono travagliati da grossi problemi, di natura forse opposta. Da un lato, passati gli eccessi della politicizzazione dello sport, emergono quelli della sua spettacolarizzazione, commercializzazione, e tecnologizzazione: sport guardato più che praticato, sport come veicolo e strumento di interessi economici e industriali più che di elevazione morale, sport come ambito di applicazione di tecnologie biochimiche e fisico-meccaniche sempre più estreme invece che esaltazione delle potenzialità del corpo naturale. Dall'altro, l'arte tipica del Novecento, quella delle varie 'avanguardie', ha assunto un atteggiamento generalmente molto critico non solo nei confronti di ogni forma di cultura di massa, quale è lo sport, ma in particolare nei confronti dei valori di forza e bellezza del corpo umano. In queste pagine cercheremo di evidenziare che nella storia vi sono stati invece momenti di grande sinergia tra arte e sport, e ci auguriamo che, superata la crisi del Novecento, questi due settori della cultura possano tornare a lavorare insieme, in un'ottica di crescita civile ed umana.

2. Sport, cultura e società: cenni storici. Dalla caccia alla guerra. In un brillante saggio del 1967 sulla relazione tra gioco e pratica agonistica, lo storico ed etnologo francese Roger Caillois (1913-1978) affermava che tutte le attività ludiche (sport, ma anche teatro, azzardo e

⁵ R. STRASSOLDO, *Dal neolitico al postmoderno*, Vallecchi, Firenze 1997, pp. 224 ss.

giochi in genere) si presentano come combinazione di quattro principi fondamentali: l'*agòn*, parola greca che indica lotta e competizione; l'*alea*, il caso o sorte in latino; *mimicry*, che in inglese significa mimetismo e gusto del mascherarsi; *ilinx*, vertigine ed estasi in greco. Ognuna di queste forme può avere, poi, due facce opposte e complementari: il *ludus* e la *paidia*. *Ludus* inteso come scaltrezza, calcolo, abilità e pazienza, derivante da convenzioni arbitrarie che inseriscono difficoltà ed ostacoli vari; *paidia* inteso come divertimento e spensieratezza della libera improvvisazione. Ne risulta una proposta di classificazione di tutte quelle attività in base ai quattro principi ed alle due caratteristiche opposte, attribuendo a certi sport (es. scherma, calcio) le caratteristiche del *ludus-agòn*, e ad altri sport (es. corse, lotta, boxe) quelle del *paidia-agòn*. Sport di alto rischio (es. alpinismo, sci, acrobazie) hanno le caratteristiche di *ludus-ilinx*, mentre giochi non propriamente sportivi sono classificati con caratteristiche di *alea* (carte, azzardo) o *mimicry* (teatro).⁶

Non è certo questo l'unico schema di classificazione delle attività sportive proposte dal pensiero moderno; perché, come accennato, lo sport è inestricabilmente intrecciato con molte altre pratiche ludiche o 'di tempo libero', e ognuna si basa su mix diversi di motivazioni biopsichiche e di funzioni sociali.

Già oltre un secolo fa emerse una interpretazione originale e fortemente polemica del dilagare dello sport, ad opera del sociologo nordamericano, di origine svedese, Thorstein Veblen (1857-1929), nel suo famoso saggio del 1899. Egli colse il fenomeno delle crescenti attività di competizione sportiva come una manifestazione di sopravvivenza dell' 'istinto predatorio' della vecchia aristocrazia, reinserita nello stile di vita della nuova borghesia del denaro. Lo sport viene visto come pratica elitaria tendente allo «sciupio vistoso del tempo e del denaro», come simbologia di status della cosiddetta *leisure class*, parodia dell'epoca cavalleresca medioevale. «Gli sport... esercitano la destrezza e la ferocia e l'astuzia emulative, caratteristiche della vita di rapina».⁷

Più recentemente, gli etologi hanno avuto buon gioco a evidenziare le radici animali dello sport, come espressione di territorialità ed aggressività, e in particolare la derivazione di molti sport di squadra dalla caccia di gruppo, che per centinaia di migliaia di anni ha plasmato l'evoluzione della natura umana. Caccia di gruppo significa organizzarsi in squadre di giovani maschi per inseguire la preda e, appunto, cacciarla in una trappola. Desmond Morris ha evidenziato chiaramente quanto il fascino del calcio e di molti altri giochi con una palla e una meta (bersaglio) rispecchi quelle esperienze primordiali.⁸ Ma anche sport individuali, come il golf, partecipano di queste radici.

Dalla caccia si sviluppa la guerra, quando invece che per inseguire animali ci si organizza per attaccare altri gruppi umani. Anche la guerra è un'istituzione universale, almeno da diverse migliaia di anni, e non c'è dubbio che abbia avuto un ruolo fondamentale nello sviluppo della cultura e della civiltà; e che per gran parte della storia essa sia stata esaltata come una delle più alte e nobili attività umane. I bravi guerrieri – i più forti, resistenti, coraggiosi, dalla mira più precisa – diventano eroi. Per diventare buoni guerrieri bisogna fare molto esercizio fisico: imparare a correre veloci (cfr. il 'pié-veloce Achille'), cavalcare, tirare oggetti pesanti con precisione, e il più lontano possibile. Nascono così gli eserciti, dove gli eroi sono

⁶ R. CAILLOIS, *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*, Bompiani, Milano 1981, p. 55.

⁷ T. VEBLEN, *La teoria della classe agiata* (1899, trad. it. 1949), Einaudi, Milano 1971, p. 199.

⁸ D. MORRIS, *La tribù del calcio*, Mondadori, Milano 1982.

addestrati ed organizzati in collettività, dove praticano giochi di guerra e gareggiano tra loro. Non c'è dubbio che, almeno nella storia occidentale, la ginnastica, l'atletismo e lo sport nascano come addestramento alla guerra. Questo non esclude certamente l'elemento giocoso: ogni attività seria, anche mortale, viene appresa dai bambini attraverso il gioco; e la guerra è spesso stata una 'festa crudele'.⁹ Ne abbiamo testimonianze curiose e raccapriccianti nelle civiltà mesoamericane, dove tra squadre di popolazioni in conflitto si organizzavano partite di pelota, con pesanti palle di caucciù. La squadra che perdeva diventava prigioniera dei vincitori, e veniva arrostita e mangiata tra grandi festeggiamenti.¹⁰ Ma in Occidente il cannibalismo fu superato già diversi millenni or sono, e anche la guerra fu partecipe del processo di civilizzazione. Si instaurarono così, e normalmente prevalsero, i fondamentali meccanismi psicologici della sublimazione, stilizzazione, simbolizzazione, attraverso cui le pulsioni originariamente aggressive vengono deviate e scaricate in forme innocue, e anzi socialmente costruttive.¹¹

2.1 Lo sport in Grecia e a Roma

Queste sono chiaramente le forze che presiedono alla prima grande fioritura dello sport nella storia occidentale, quella ellenica. Nelle città greche, alle gare atletiche e alla ginnastica si dedicano i giovani dell'aristocrazia guerriera; nei ginnasi si educa il corpo alla destrezza, alla forza, alla velocità, all'uso delle armi.

In uno dei testi fondamentali della cultura occidentale, l'*Iliade*, abbondano gli esempi di agonismo atletico e sportivo, oltre che di prodezze di forza guerriera. Ad esempio, nella corsa con i carri e cavalli durante i giochi funebri in onore di Patroclo, nel canto XXIII, Antiloco per sconfiggere il più forte Menelao compie una stigmatizzata manovra sleale. Nell'*Odissea* Omero descrive i giochi organizzati dal re dei Feaci, Alcinoo, in onore di Ulisse; questi infatti, punto nel vivo dalle parole di Laodamante «ma nulla certo dell'atleta tieni», afferra un pesantissimo disco e lo scaglia più lontano di tutti. Mortale per i proci e le ancelle traditrici si rivela, poi, la gara di tiro con l'arco cui viene sfidato Ulisse nelle vesti di vecchio mendico.

Secondo qualcuno «nel contesto della cultura greca, infatti, la gara, l'agone (*agòn*), sia esso di tipo sportivo o di altro genere è qualcosa di terribilmente serio ed è caratterizzato da una altissima dose di competitività...».¹² Ad esempio, nella dialettica sofistica le discussioni sono veri e propri agoni, con termini mutuati dagli sport, come 'discorsi demolitori', 'oratore pentatleta', 'combattimenti di parole'; le finalità di tali gare dialettiche inoltre tendono a 'convincere' l'avversario, a 'distruggerlo', per ottenere 'il titolo di sapiente'. Così scrive pure lo storico olandese Johan Huizinga (1872-1945) nel suo celebre saggio del 1939: «I Greci solevano gareggiare in tutto ciò che potesse prestarsi a una gara. Gare di bellezza fra uomini..., si rivaleggiava nel canto, negli indovinelli, nel restare svegli e nel bere».¹³

Non a caso la storia greca viene fatta iniziare con la fondazione dei giochi Olimpici, che

⁹ F. CARDINI, *Quell'antica festa crudele. Guerra e cultura della guerra dall'età feudale alla grande rivoluzione*, Sansoni, Firenze 1982.

¹⁰ Sul cannibalismo azteco cfr. M. HARRIS, *Buono da mangiare*, Einaudi, Torino 1990.

¹¹ N. ELIAS, *Il processo di civilizzazione*, Il Mulino, Bologna 1988.

¹² Cfr. G. MANETTI, *Sport e giochi nell'antichità classica*, Mondadori, Milano 1988, p. 21; L. SICHIROLLO, *L'agonismo è una componente dell'etica greca?*, in A. GNOLI, *Così splendeva Olimpia*, Mondadori, Milano 1985, p. 59.

¹³ J. HUIZINGA, *Homo ludens*, Einaudi, Torino 1946, p. 86.

sono il primo evento da cui parte la tradizione scritta ellenica; quella data aveva, per la civiltà ellenica, la stessa importanza che la nascita di Cristo ha avuto per quella cristiana. Giochi e feste venivano celebrati in molte altre località dell'Ellade, grandi e piccole, e costituivano un'importante occasione di mobilità sociale, vista la ricchezza dei premi messi in palio e le sovvenzioni delle città agli atleti vincitori. Oltre che alla lotta per il premio, l'onore e la gloria, c'è un'importante connessione tra il gioco ed i riti funebri: abbiamo ricordato i giochi per la morte di Patroclo; qui si possono ricordare ad esempio le feste Leonidee, disputate in memoria dei caduti delle Termopili e riservate ai soli Spartani.

Il legame tra i giochi ed il rituale sacro viene confermato da molti studiosi, come Huizinga, che afferma «per gli antichi l'azione sacra va qualificata come un gioco... Platone ammetteva senza reticenza questa identità tra gioco e azione sacra... Si deve vivere giocando, facendo dati giochi e dati sacrifici, cantando e ballando, per rendere propizi gli dei, respingere i nemici...».¹⁴ Un altro studioso invece, Roberto Patrucco, distingue la cornice esterna delle pratiche religiose dalle gare atletiche interne per concludere di dover «dissociare definitivamente ogni supposto rapporto intrinseco originario fra sport e religione nella civiltà greca».¹⁵ Affermazione un po' audace, vista l'ubiquità del sentimento religioso in tutte le culture pre-moderne, compresa quella della Grecia classica; e applicabile piuttosto all'epoca ellenistico-romana.

I giochi atletici diventano uno dei punti focali dell'intera civiltà greca. Per essi si sospendono le ostilità, e da tutta la Grecia si confluisce verso Olimpia; lì tutta la Grecia si riconosce come un'unica civiltà, al di là delle divisioni tra *poleis*. Le città compiono grandi sforzi per preparare e inviare le loro rappresentative, e i vincitori sono celebrati come eroi e semidei. Tra tali celebrazioni v'è anche la loro rappresentazione in pitture, vasi e statue. L'arte figurativa dedicata allo sport raggiunse livelli mai più superati: la pittura vascolare su anfore con scene di lotta, corsa e gare ippiche, la scultura con l'*Auriga* di Delfi, il *Diadumeno* di Policletto, l'*Apoxyomenos* di Lisippo, il *Discobolo* di Mirone (figg. 58-60). All'origine dell'arte occidentale non ci sono solo gli dei e gli eroi, ma anche gli atleti, i *Kouroi*. Si forma quel fenomeno unico nella storia del mondo che è la passione greca per il corpo nudo; all'inizio, solo maschile. Il corpo umano diventa il paradigma di ogni bellezza, il microcosmo in cui è concentrata tutta l'armonia del macrocosmo, la misura di tutte le cose. In pochi decenni si passa dalle sue rappresentazioni solenni, geometriche e stilizzate, di derivazione egizia, a forme fluide, mosse, amorosamente studiate e modellate in ogni membro e muscolo e fibra, fondendo miracolosamente insieme un appassionato realismo e un sublime formalismo matematico. La rappresentazione del corpo maschile acquista in Grecia, nel V secolo a.C. quelle forme e proporzioni che ne faranno una delle icone fondamentali della storia e della cultura umana, e della scultura greca un caso di eternità e universalità dei valori artistici.¹⁶

Non tutte le pratiche sportive erano ammesse nei grandi giochi pubblici. Un caso curioso è costituito dal gioco con la palla, la cui diffusione è ampiamente testimoniata da rappresentazioni artistiche e letterarie: Orazio cita a proposito i consigli del medico Galeno, e si sono ritrovati anche bassorilievi con indicazioni precise in questo senso. C'è anche una notis-

¹⁴ *Ivi*, p. 24.

¹⁵ R. PATRUCCO, *Lo sport nella Grecia antica*, Olschki, Firenze 1972, p. 28.

¹⁶ K. CLARK, *The nude, a study in ideal form*, Doubleday, New York 1956 (trad. it., *Il nudo. Una storia della forma ideale*, Neri Pozza, Vicenza 1995).

sima fonte letteraria: l'*Odissea*. In una delle scene idilliche più celebri dell'antichità, Ulisse, nascosto tra i cespugli della spiaggia, ammira la bella Nausicaa che gioca a palla con le sue ancelle; poco dopo, si giocherà a palla tra i giovani Feaci nella festa organizzata da Alcinoo in onore di Ulisse. Da queste fonti si desume che l'uso della palla nacque come gioco, poi divenne una esercitazione d'allenamento ed infine arrivò a diventare sport agonistico e competitivo.¹⁷ Anche per la numerosa famiglia dei giochi con la palla quindi la 'paternità va assegnata ai Greci'. Dal far rimbalzare la palla per terra o contro un muro o gettandola in aria, si passò a degli allenamenti di tipo comunitario fra giovani in palestra; il gioco in un campo diviso al centro da una linea, e con altre due linee alle estremità, prevedeva di far indietreggiare gli avversari oltre la loro linea di fondo, dopo essersi impadroniti della palla.

Alcuni studiosi pertanto lo mettono in relazione con il moderno rugby. In un bassorilievo di Atene infatti sono nitidamente rappresentate sei figure che compiono delle finte, passaggi, contrasti. Sembra di partecipare all'azione di attacco della squadra in possesso di palla, con una vera e propria 'intelligenza di gioco'.

I Romani non furono conquistati dalla passione greca per i giochi atletici. Da un lato, la loro mentalità pratica privilegiava gli esercizi direttamente finalizzati all'addestramento militare. A loro avviso, gli sport greci non erano molto efficaci nella formazione delle virtù militari. E in effetti nella Grecia classica le guerre tra *poleis* avevano di solito un carattere relativamente 'leggero', quasi giochi solo un po' più sanguinosi degli altri; il loro momento cruciale era la spinta brutta, scudo contro scudo, tra le schiere compatte di opliti.¹⁸ I 'barbari' macedoni e romani facevano molto più sul serio, e anche per questo la Grecia fu facilmente sottomessa. Dall'altro, i Romani avevano molte riserve sull'usanza greca – un caso unico nella civiltà occidentale – di esibirsi nudi, nelle palestre (ginnasi da *gymnos* = nudo) e sui campi di gioco e di gara. La consideravano un sintomo patente della più generale corruzione ed 'effeminatezza' dei costumi greci, ovviamente connessa in modo circolare alla diffusione dell'omosessualità.¹⁹

Altri studiosi pongono l'accento sul fatto che, mentre per i Greci il momento sportivo cercava di dare un senso di comune nazionalità tra le molte e sparse città, per il mondo italico la nazionalità era concetto imposto da Roma. Caratteristiche del mondo romano erano invece le feste, i *ludi*, che non erano tanto un momento di integrazione e identificazione politica quanto di comunicazione religiosa, un nesso ludico sacrale di «una società primitiva che vuole assicurare la propria salute mediante un commercio familiare con le forze superiori... una assicurazione sacra con frequenti feste... Non è puro caso che presso i Romani tali usanze continuassero a portare il nome di giochi: *ludi*... Nel carattere prevalentemente sacrale della società romana più antica sta racchiusa la sua qualità fortemente ludica...».²⁰ Solo dal II secolo a.C. cominciarono a comparire anche manifestazioni atletiche e competizioni sportive, ma sempre come divertimenti e spettacoli con schiavi o persone prezzolate, e non *agones* tra liberi cittadini, come in Grecia. I primi tipi di *ludi* furono i *circenses*, riservati alle gare con i carri, che si svolgevano nel circo, poi le *venationes* negli anfiteatri, una sorta di cacce organizzate ad animali selvatici, e i *munera* per i combattimenti dei gladiatori. Col tempo, i *ludi* romani assunsero forme sempre più massive, spettacolari e sanguinose; veri e propri

¹⁷ Così R. PATRUCCO, *Lo sport...* cit., pp. 335 e ss., ed anche G. MANETTI, *Sport e giochi...* cit., pp. 146 e ss.

¹⁸ V.D. HANSON, *L'arte occidentale della guerra*, Mondadori, Milano 1990.

¹⁹ Cfr. G. MANETTI, *Sport e giochi...* cit., pp. 56-57.

²⁰ Cfr. J. HUIZINGA, *Homo ludens...* cit., p. 205.

macelli su larga scala di animali e uomini. La passione romana per questi spettacoli assunse forme estreme e patologiche, anche dal punto di vista formale. Roma ha lasciato una gran quantità di raffigurazioni di cacce, di atleti, di pugili, di gladiatori; i campioni più forti riscuotevano deliri di passione da parte delle folle ma anche delle dame (gli scrittori satirici ne hanno lasciato numerose testimonianze), e venivano raffigurati spesso in pitture, mosaici e statue, come dotati di mostruose masse muscolari.

Ma non era solo questo lo sport a Roma. In quelle cittadelle del tempo libero e delle cure corporee che erano le terme si praticavano anche vari giochi ed esercizi ginnici, oltre al nuoto. Inoltre l'ammirazione per la cultura greca, in ambito filosofico, letterario e artistico non poteva del tutto trascurare anche lo sport, e nei primi due secoli dell'impero si promossero anche a Roma gare atletiche sul modello greco; in particolare negli anni di Adriano, il più ellenizzante dei grandi imperatori. Ma poi il declino si fece sempre più rapido, specie con l'avvento del cristianesimo. Come si è visto, attorno al 400 d. C. la civiltà greca dello sport fu ufficialmente chiusa, con l'abolizione delle Olimpiadi. Subito dopo seguì la sua sorte anche quella romana dei ludi gladiatori – se si può chiamare civiltà. Sopravvisse a lungo invece, a Bisanzio, la pratica dei giochi circensi – le corse dei cavalli – con fenomeni di tifo e fanatismo popolare non dissimile da quelli che accompagnano, oggi, il calcio o le corse automobilistiche.

Anche il periodo romano seppe testimoniare con l'arte l'importanza dello sport. Le terme e i giardini in tutto l'impero erano decorati con statue di atleti, che riproducevano senza fine i prototipi di Policleteo, Prassitele, Mirone; di pitture, di cui non è rimasto quasi nulla; e di mosaici, di cui sono sopravvissute importanti testimonianze. Basti citare Roma, Pompei, Piazza Armerina ed Aquileia. Ma forse l'espressione artistica più significativa e originale che Roma abbia dedicato allo sport è quella dell'architettura: in tutto l'impero fiorirono a centinaia non solo le terme, ma anche i circhi, gli stadi e anfiteatri, alcuni di colossali dimensioni. Si esplorarono anche, ma per mano quasi sempre di artisti greci, rappresentazioni non convenzionali di figure di atleti (ad es. il famoso e tragico *Pugile in riposo* del Museo Nazionale Romano) (fig. 61).²¹ Ma in linea generale si può parlare di decadenza dell'arte figurativa; già nel periodo costantiniano non vi erano più artigiani in grado di scolpire degnamente le mètope ed i pannelli per l'Arco di Costantino. Vi si dovettero adattare fregi tolti da precedenti monumenti; tra cui perfino un bassorilievo con scena di pugilato.²²

2.2 Il Medioevo cristiano

Per l'arte ispirata allo sport iniziano mille anni di buio. La causa non è però di un decreto o di fenomeni naturali. C'è il declino della cultura e della popolazione urbana: lo sport è un'attività tipica delle popolazioni urbanizzate e dominanti. I contadini tipicamente non lo praticano, perché tutte le loro energie sono consumate nel lavoro dei campi. C'è l'impoverimento della popolazione, il ritorno a condizioni di vita precarie e demoralizzate, che non lascia molte risorse, né materiali né di tempo, energia, e desiderio, da dedicare a questi lussi. C'è la disgregazione politica, la frammentazione del mondo in tante entità separate e in lotta, che fa venir meno quelle funzioni di integrazione culturale panellenica svolta dalle antiche

²¹ Vedi i cataloghi delle mostre *Lo sport nella storia e nell'arte*, Cardini, Roma 1960, e *Lo sport nell'Italia antica*, Museo Archeologico Nazionale di Aquileia, 2002.

²² Cfr. S. FAVRE, *Civiltà, Arte, Sport*, Ed. Dante Alighieri, s.l. 1969, p. 254.

Olimpiadi. C'è, in generale, un regresso della civiltà, ad opera delle popolazioni germaniche e 'sarmatiche' che invadono l'ex impero romano.

Ma c'è soprattutto l'instaurarsi di una cultura, quella cristiana, per la quale il corpo è una prigione da cui l'anima non vede l'ora di potersi involare in cielo, e la carne soprattutto una fonte di tentazione e di peccato, da mortificare con sacrifici e penitenze. Ogni forma di esibizione ed esaltazione del corpo è sospetta, ogni suo uso non strettamente legato al lavoro, alle armi, al culto e alla riproduzione è condannato. Per un paio di secoli dopo il loro trionfo con Costantino, i cristiani si dedicarono alla sistematica distruzione dell'immenso patrimonio statuario e pittorico lasciato dai 'pagani'. La nuova arte assunse aspetti formali contrapposti a quella classica. Per quasi mille anni, i corpi umani furono rappresentati macilenti e coperti di panneggi. La nudità fu associata alla morte e alle punizioni infernali. L'unico atletismo che fu talvolta permesso di raffigurare – ma già sul finire del Medioevo – fu quello degli eroi biblici, Davide e Sansone;²³ e l'unica forma di sport che compare con una certa frequenza nell'arte (miniature, affreschi, mosaici, arazzi) è la caccia.

D'altra parte, non si deve perpetuare l'immagine convenzionale di un Medioevo solo scuro e penitenziale. Come sottolinea Huizinga, «la vita medievale è piena di gioco, di vivace, brioso gioco popolare, pieno di elementi pagani che hanno perduto il loro senso sacrale e si sono convertiti in puro scherzo».²⁴

Verso la fine del Medioevo ritorna l'interesse per la cultura del corpo. Figura centrale ne diventa il cavaliere, che, oltre che nobile, coraggioso e generoso, deve essere anche forte, bello, e abile non solo nell'equitazione e nella scherma, ma anche nel pugilato, nel nuoto e nel tiro (arco, giavellotto, martello, accetta, ecc.). Si diffondono e assumono un ruolo centrale nel costume i giochi cavallereschi, le giostre, i tornei con gare di equitazione, di scherma, di lancio.²⁵ Per quanto riguarda i giochi popolari, vi sono illustri testimonianze letterarie; come ad es. il gioco del 'drappo verde' praticato a Verona e menzionato da Dante (Inf. XV, v. 122). Giochi con la palla tra squadre di villaggi diversi sono registrati in Inghilterra e in Francia fin dal sec. XII. Pare che a volte assumessero carattere piuttosto violento, e possono essere considerati gli antenati del rugby.²⁶ Agli inizi del Quattrocento risalgono le prime testimonianze sul gioco del calcio a Firenze.

2.3 Il Rinascimento

Il ruolo degli esercizi fisici nell'educazione assume nuova importanza con la ripresa dell'interesse per la cultura classica, nel sec. XIV. Vittorino da Feltre (1378-1446) crea a Mantova un collegio-convitto chiamato Casa Giocosa, in cui i giovani nobili sono educati non solo nell'intelletto e nel carattere, ma anche nel fisico. Baldassarre Castiglione (1478-1529) nel *Cortegiano* raccomanda che il perfetto gentiluomo, oltre che le arti tipicamente cavalleresche, sia anche un buon ballerino e atleta, per sapersi muovere sempre con grazia ed eleganza. Il medico Girolamo Mercuriale (1530-1606) fautore della ginnastica preventiva e terapeutica, con il suo *De Arte Gymnastica*, riccamente illustrato, produce l'opera fondamentale della ginnastica e dell'atletismo di tutto il Rinascimento.²⁷

²³ K. CLARK, *The nude...* cit.

²⁴ J. HUIZINGA, *Homo ludens...* cit., p. 211.

²⁵ M. BLOCH, *La società feudale*, Einaudi, Torino 1949.

²⁶ S. PIVATO, *L'era dello sport*, Giunti, Firenze 1994.

²⁷ S. FAVRE, *Civiltà, Arte...* cit.

Anche il mondo delle istituzioni religiose colse l'importanza dell'educazione fisica, sia a vantaggio della salute corporale che di quella spirituale. Giochi e ginnastica entrarono negli oratori promossi da San Filippo Neri per i ragazzi del popolo e nei collegi promossi dai Gesuiti per quelli delle élite.

Questa tradizione continuò nei due secoli successivi, senza sostanziali novità. Locke e Rousseau, nei loro rispettivi trattati sull'educazione (Locke, *Pensieri sull'educazione*, 1693; Rousseau, *Emilio*, 1762), non fanno che ribadire l'importanza del gioco, del movimento all'aria aperta, dell'esercizio fisico, sia per la salute corporale che per quella morale.

In questi secoli, malgrado la loro importanza nella vita quotidiana e nel costume, giochi, ginnastica e sport non riescono a diventare un soggetto di prima grandezza nelle arti figurative. I casi notevoli sono pochi. Francesco del Cossa, (1436-1478) nel *Ciclo dei Mesi* a Palazzo Schifanoia di Ferrara dipinse gare popolari di corsa (anche con donne), con un taglio divertito e giocoso, quasi satirico e beffardo (fig. 62). Un altro pittore ferrarese, molto più tardo, il Bastianino (1532-1602) è autore numerosi affreschi di soggetto sportivo nella biblioteca estense; tra essi, una bellissima scena di gioco alla palla col bracciale di legno, una tradizione molto diffusa in tutta Italia fino all'800. Il calcio fiorentino, una versione piuttosto maschia e di massa di gioco con la palla, viene raffigurato più volte, da artisti minori; la sua rappresentazione più famosa è quella del fiammingo Giovanni Stradano (van Straaten), allievo del Vasari, in un affresco a Palazzo Vecchio. Lo stesso artista è anche autore delle illustrazioni di un trattato di scherma (quello di C. Agrippa, 1553), una pratica che, nel processo di civilizzazione, sta perdendo il suo carattere primordiale di gioco mortale per diventare sempre più gioco di società. Vari altri giochi a palla (con le mani, mazze, racchette, ecc.), in voga già nel Rinascimento e ampiamente praticati ad ogni livello sociale, dalle piazze alle corti, sono documentate visualmente in questi secoli.

Il tema dell'arte 'sportiva' si amplierebbe enormemente se vi includessimo anche tutte le raffigurazioni a carattere mitologico che rappresentano corpi in lotta, o pronti ad essa: i David, i Sansone, ma poi soprattutto gli Ercole. Famosissimi, in questo settore, i bronzi e le pitture del Pollaiuolo. Anche buona parte degli 'Ignudi' che decorano la volta della Sistina di Michelangelo possono essere considerati raffigurazioni di atleti e ginnasti, dalla muscolatura spesso ipertrofica; anche se in questo caso evidentemente l'enfasi è sui significati formali e simbolici e metafisici del corpo umano, piuttosto che su quelli descrittivi.

Ancora, si possono ricordare le numerose raffigurazioni di quello sport che è la regata, soprattutto a vela in ambito fiammingo e a remi in quello veneziano; e la tauromachia, gioco, spettacolo e sport che per secoli fu diffuso non solo nella penisola iberica e nella Francia meridionale, ma anche in Italia. Nel '700, Gabriele Bella (1730-1782?) dipinge la vivacissima scena della 'caccia dei tori' che si svolgeva in Piazza San Marco a Venezia; ma ben più famosi sono i lavori di Goya dedicati a questa pratica; ad esempio la serie di 42 incisioni del 1828. Allo stesso autore si devono accurate descrizioni pittoriche dei giochi con palla, reti e racchette, simili al tennis, chiamate in italiano 'pallacorda' e in francese *jeu de paume* (rimasto celebre nella storia perché in una palestra ad esso dedicata, vicino al palazzo reale delle Tuileries, ha inizio ufficiale la rivoluzione francese). Tornando in ambiente veneziano, si possono infine ricordare rappresentazioni grafiche di altri 'giochi di forza' come le 'piramidi umane', e di quella curiosa tradizione che era la 'battaglia dei pugni', che si svolgeva sull'omonimo ponte senza spallette. La battaglia comprendeva sia scontri singoli che zuffe collettive tra le diverse squadre cittadine, e vinceva la fazione che a suon di pugni a mani nude riusciva a buttare in canale il maggior numero di avversari.

2.4 Lo sport nell'Inghilterra moderna

Di particolare importanza, per la storia dello sport, è ciò che avviene nel '700 in Inghilterra. Qui le condizioni storico-sociali si evolvono in modo tutt'affatto particolare. La vecchia aristocrazia di origine feudale si era autodistrutta nelle guerre civili di fine '400, e al suo posto emerge una nuova aristocrazia molto aperta all'intrapresa economica, sia in campo agricolo che commerciale e marinaro. Si rafforza anche l'alta borghesia commerciale, manifatturiera e finanziaria. Nel corso del '600, i tentativi della Corona e dell'aristocrazia terriera di instaurare uno stato monarchico centralizzato e assoluto, sul modello francese, vengono sanguinosamente sconfitti; l'Inghilterra diviene una monarchia parlamentare, la cui classe dominante è profondamente permeata dall'*ethos* protestante e capitalista, cioè orientato alla produzione, al commercio e all'arricchimento.

Da questa situazione discendono diverse conseguenze importanti per la storia dello sport. La prima è che l'*ethos* protestante-capitalista – così diverso e contrapposto dall'*ethos* cattolico-barocco prevalente in buona parte del continente – privilegia, tra l'altro, le virtù ascetiche, il controllo razionale sugli istinti, la forza di carattere, la frugalità, lo stoicismo. L'educazione delle classi superiori acquista un carattere di peculiare durezza. Nelle *public schools* e nei *colleges* i giovani sono costretti a vivere in modo estremamente spartano, e nella routine quotidiana ha largo spazio l'esercizio fisico. Lo sport è considerato formativo non solo del corpo, ma anche del carattere: la capacità di lottare, di soffrire, di perseguire la meta a costo di qualunque fatica, la capacità di collaborare con i compagni di squadra, la lealtà nei confronti di concorrenti e avversari. Come è stato detto, i caratteri che hanno permesso all'Inghilterra del Sette e Ottocento di trasformarsi in grande potenza navale e industriale e conquistare buona parte del mondo sono stati forgiati nelle gelide camerate e nelle estenuanti gare di Oxford e Cambridge. Scrisse Thomas Arnold, pedagogista e rettore del collegio di Rugby dal 1828 al 1842: «lo sport può essere una scuola di autodisciplina e di formazione morale... gli allievi imparano l'autocontrollo e la capacità di assumersi delle responsabilità: tutte qualità utili a una classe dirigente».²⁸

Ma c'è un tutt'altro aspetto dell'*ethos* capitalistico che ha ricadute sullo sport: ed è la capacità di coglierne le implicazioni economiche. Uno dei modi di trarre profitto dallo sport è quello di costruire impianti sportivi e far pagare il biglietto d'ingresso. I primi 'anfiteatri sportivi' a scopi commerciali furono costruiti verso il 1720. Un altro modo è quello di costruire e vendere attrezzi sportivi; si crea così un interesse industriale e commerciale alla diffusione delle attività sportive, e anche un interesse all'innovazione scientifica e tecnologica in questo campo. Ad esempio, al 1730 risale il primo uso del cronometro in un concorso ippico. Un terzo, importantissimo modo, è quello delle scommesse, cioè la speranza di arricchirsi investendo sugli esiti delle gare. Già nel '700 attorno alle gare sportive si crea un giro di denaro sempre più importante; le scommesse diventano una mania collettiva, diffusa in tutte le classi sociali, e tutti gli sport ne furono coinvolti. «Il professionismo, lo spettacolo, le scommesse sono dunque i tre elementi che appaiono insieme nel Settecento e che trasformano il gusto e la passione diffusa per il gioco e l'esercizio fisico in una nuova attività economica, preparando il terreno al futuro dello sport».²⁹

²⁸ Cfr. L. MINERVA, *Lo sport*, Editori Riuniti, Roma 1982, p. 32.

²⁹ *Ivi*, p. 28.

Vi sono infine condizioni più generali che spiegano la precoce diffusione dello sport moderno in Inghilterra. Nel '700, l'Inghilterra è il primo paese al mondo che cessa di essere prevalentemente agricolo-rurale. Crescono rapidamente le classi medie, cresce la popolazione urbana, crescono le masse operaie: tutte condizioni favorevoli allo sviluppo delle attività sportive. Le classi medie hanno tempo libero, energie fisiche e risorse da dedicare allo sport; la classe operaia non ha molto tempo libero, né molte energie, né molte risorse, ma ha bisogno disperato di sfogare in qualche modo le proprie frustrazioni, e il tifo sportivo e le scommesse sono un ottimo sbocco. Lo sport è favorito dalle autorità anche in termini di salute pubblica: le autorità sanitarie incoraggiano le popolazioni urbane a uscire dai loro ambienti malsani per svolgere attività muscolare all'aria aperta.³⁰

Lo sport si autonomizza dalle matrici culturali in cui era nato: la caccia, la guerra, la religione, la festa. Diventa un'istituzione puramente laica, a metà strada tra il mondo del tempo libero e del divertimento e quello dell'economia.

La pratica sportiva si organizza e razionalizza. Nascono i *club* dedicati a vari sport; si pubblicano le prime riviste specializzate («The Sporting Magazine», 1792), si codificano i regolamenti, si organizzano i tornei, si costruiscono gli impianti, si producono strumenti tecnici sempre più perfezionati, si regola per legge il mondo delle scommesse, emergono i professionisti che, grazie al giro di denaro, possono fare dello sport un mestiere.³¹ Ormai si sono avviati tutti i meccanismi che caratterizzano il moderno sistema dello sport. «Il paradigma agonistico britannico-vittoriano si pone, almeno in questa fase, come modello guida. Si definiscono regole del gioco... i principi di misurazione e riconoscimento dei risultati. La cultura dell'industrialismo trasferisce allo sport di competizione i suoi costrutti portanti... nell'idea di record (trova) la più efficace esemplificazione».³² Il record, cioè la registrazione quantitativa della prestazione sportiva, la misurazione comparativa della bravura anche tra atleti lontani nel tempo e nello spazio, l'apoteosi del primato, diventerà col tempo un'«idea totemica» dello sport moderno, «una meravigliosa astrazione... una forma di follia istituzionalizzata».³³

Per quanto riguarda i riflessi sull'arte, possiamo ricordare le rappresentazioni settecentesche di vari giochi, tra cui quella peculiare istituzione aristocratica inglese che è il cricket (nome inglese di un gioco venuto dall'Italia, la palla-a-maglio; il nome italiano è rimasto ad una delle più esclusive strade del centro di Londra: il Pall-Mall). Qualche altro dipinto ritrae incontri di boxe (Mortimer, 1770 ca.; C. Blake, 1821) (fig. 63). Ma il filone di gran lunga più coltivato furono le corse ippiche. Un apprezzatissimo 'ritrattista di campioni equini' fu George Stubbs; un altro maestro del genere fu John F. Herring (1795-1865), che era anche un ottimo sportivo. Con l'invenzione della litografia le stampe colorate che rappresentano corse ippiche e gare di caccia alla volpe divennero uno dei generi decorativi più diffusi in Inghilterra, largamente esportato anche negli altri paesi europei.³⁴

2.5 Lo sport nell'Ottocento

Nell'Ottocento la moda inglese dello sport si diffuse in tutto il mondo, sull'onda del prestigio che circondava tutto ciò che veniva dall'Inghilterra – la tecnologia, l'industria, il sistema

³⁰ Cfr. R. STRASSOLDO, *Dal neolitico...* cit., p. 224.

³¹ L. MINERVA, *Lo sport...* cit.

³² N. PORRO, *Lineamenti di sociologia dello sport*, Carocci, Roma, pp. 127-128.

³³ A. GUTTMANN, *Dal rituale al record*, ESI, Napoli 1995.

³⁴ *British Sporting painting 1650-1850*, Catalogo della mostra, Ed. Arts Council, London 1974.

di governo, la letteratura, le scienze. Gli Stati Uniti, da un lato costola inglese, ma dall'altro avviati ad uno sviluppo nettamente separato, furono prontissimi ad accogliere e sviluppare lo sport moderno. Qui l'avanzata industrializzazione e l'assenza di una tradizione di sport nobile ed aristocratico favorì l'espansione del professionismo. Molti sport importati dall'Europa funzionarono bene così com'erano (boxe, tennis), altri furono variati per adattarli ad una realtà più violenta e meno cavalleresca di quella inglese (calcio e rugby che diventano il football americano), altri furono rielaborati (baseball) ed altri ancora inventati ex-novo (basket e pallavolo). Nelle altre 'Nuove Inghilterre' fondate in varie parti del mondo (Africa, Australia), e nelle colonie, gli inglesi esportarono le loro usanze anche sportive. Nei paesi che ne sentivano l'influenza, gli sport sorsero per imitazione o per iniziative delle comunità inglesi ivi insediate (ad es. il calcio a Genova e Milano: da cui i nomi inglesi di Genoa e Milan assunti dalle locali squadre di calcio).

2.6 Lo sport nei Paesi germanici

Tuttavia sul continente europeo la moda inglese suscitò anche reazioni contrarie. Le maggiori opposizioni all'ideologia britannica, basata sull'agonismo, l'individualismo, la commercializzazione e la professionalizzazione, vennero dai movimenti dei 'ginnasti', che si svilupparono specialmente in Germania, in Svezia ed in Francia. Questi si fecero interpreti di un comune sentire ispirato piuttosto ai valori del nazionalismo e della tradizione. La figura forse più significativa in questo campo è quella del pedagogista prussiano Friedrich Ludwig Jahn (1778-1852). Egli elaborò un modello di educazione fisica inteso non solo moralisticamente a 'tener i giovani lontani dai peccati della gioventù' ma soprattutto ad esaltare il senso della comunità nazionale, profondamente scosso dall'invasione napoleonica. Fondando nel 1811 il movimento dei *Turnen* intese diffondere la ginnastica sia come esercizio fisico quotidiano che come preparazione alle esigenze militari nazionali. Formazioni numerose, rigidamente inquadrare, stessa divisa per tutti, esercizi in comune, obbligo del cameratesco *du*, saluto con *heil*, il divieto di usare il termine 'sport' (e all'inizio anche di praticare discipline sentite come tipicamente inglesi, come il calcio o il canottaggio), accompagnamento delle esibizioni ginniche con pomposi apparati di feste, canti, fiaccolate, sventolar di vessilli e bandiere, predisposizione di appositi spazi, con sfondi monumentali: nascono allora tutti gli elementi dei grandi spettacoli ginnici e paramilitari che saranno portati ai massimi trionfi dai totalitarismi del XX secolo, e anche una buona parte degli elementi ideologici di mistica del *Volk* che confluiranno nel nazional-socialismo hitleriano. La prima festa di massa del movimento vide confluire nel 1832 a Hambach 30.000 giovani tedeschi (per lo più studenti, intellettuali e di classe media); e molte altre ne seguirono, in occasione dei grandi anniversari epici della nazione tedesca. Il Walhalla a Ratisbona, il Monumento alla liberazione della vicina Kelheim, e il Monumento ad Arminio sulle colline di Teutoburgo, tutti nacquero come sfondo per questo tipo di eventi. «La ginnastica era stata uno dei crogiuoli dove si era forgiata la coscienza nazionale dei tedeschi»,³⁵ conclude lo storico americano G.L. Mosse nel suo saggio. Il movimento ginnasta dei *Turnen*, dall'iniziale volontà di rigenerare la società tedesca in completa libertà ed autonomia, assunse caratteri sempre più autoritari e nazionalistici.

Diverso esito ebbe il movimento per la ginnastica nei paesi scandinavi, dove è centrale la figura di Peer Henrik Ling (1776-1839). Qui l'esercizio fisico fu visto in funzione soprattutto

³⁵ G.L. MOSSE, *La nazionalizzazione...* cit., p. 196.

to salutistica, anche per combattere l'alcoolismo allora dilagante. La 'ginnastica svedese', e le sue attrezzature da palestra, ebbero un immenso successo in tutto il mondo; e in patria contribuirono molto a fare di quel popolo un modello di prestantza fisica.

Nell'ultimo ventennio dell'Ottocento, mentre nei *colleges* inglesi i giovani crescevano tirando calci al pallone, andando in canoa o sfidandosi nelle corse, sul Continente gli studenti si esercitavano invece nella ginnastica, all'aperto o nelle palestre, e nel tiro a segno e nella scherma: due modelli diversi, due diverse filosofie. Nello sport prevalse l'individualità e la libera iniziativa, nella ginnastica il movimento di gruppo, la sottomissione e l'ubbidienza.

La vittoria delle truppe prussiane sull'esercito francese a Sedan nel 1870 fu considerato il frutto di una efficienza fisica e di un addestramento militare che aveva alla sua base anche la ginnastica. In Francia si innescò così, insieme al sentimento di rivalsa del nazionalismo ferito (revanchismo, sciovinismo), anche un nuovo interesse per l'atletica. Vennero fondate società ginniche e di tiro a segno col dichiarato intento di 'rendere inviolabile il suolo della patria' per mezzo di cittadini-soldati sani, robusti e disciplinati. Un po' in tutta Europa governi ed apparati militari si convinsero dell'utilità dello sport giovanile per l'efficienza militare, e gli ideali patriottico-nazionalistici circolarono sempre di più negli ambienti sportivi. In molti paesi soggetti a dominazione straniera, furono fondate società ginnastiche con finalità abbastanza esplicite di diffusione dei valori nazionalistici e delle idee di liberazione nazionale. Questo è stato ad esempio il caso in diverse aree dell'impero asburgico, tra cui Gorizia e Trieste.³⁶

2.7 *Lo sport nel movimento socialista e in quello cristiano-sociale*

A questi sviluppi guardavano dapprima con diffidenza le due altre grandi forze politico-culturali di molte società europee, quella socialista e quella cattolica. Il movimento operaio europeo ebbe all'inizio un atteggiamento di sospetto e ostilità verso lo sport (malgrado nella sterminata produzione marx-engelsiana si potesse trovare qualche apprezzamento dell'educazione fisica), sia nella versione 'agonistica-sportiva' inglese che quella 'ginnico-collettiva' tedesca, viste come due varianti di una stessa ideologia borghese, estranea agli interessi della classe operaia.³⁷ In un secondo tempo però i partiti socialdemocratici del continente si avvicinarono al modello tedesco, apprezzandone gli intenti salutisti e le forme collettiviste e 'di massa'. I partiti socialisti, al giro del secolo, cominciarono a creare le loro associazioni ginniche e sportive. Nel 1907 il partito socialista francese crea la sua Unione Sportiva, e nel 1913 quello italiano la sua Federazione Nazionale dei Ciclisti. Le amministrazioni socialdemocratiche di molte grandi città tedesche, tra fine Ottocento e primi Novecento, si diedero con entusiasmo alla realizzazione di grandi impianti per l'esercizio fisico delle masse popolari. Siamo ormai prossimi all'evoluzione del socialismo tedesco e italiano verso il nazional-socialismo.

La risposta del mondo cattolico all'ideologizzazione dello sport fu di reazione eguale e contraria. Sulla base dell'enciclica *Rerum Novarum* di Leone XIII, del 1891, in parallelo al crescere dell'associazionismo sportivo e ginnico dei liberalnazionali e dei socialisti fu promosso anche quello cattolico. Al di là delle ragioni della competizione politica, il mondo cattolico vedeva nello sport un modo per difendere i giovani dalle tentazioni proprie della loro

³⁶ A. PIVA et al., *Come eravamo sportivi. Cento anni di immagini nel Friuli-Venezia Giulia*, Coop. Libreria Borgo Aquileia, Udine 1990.

³⁷ S. PIVATO, *L'era dello sport* cit., p. 68.

età; ma anche di ribattere alle accuse della cultura atea, rappresentata in modo esemplare da Nietzsche, secondo cui la religione cristiana rende l'uomo 'fiacco e debole'. Gli oratori e le istituzioni educative cristiane diventano importanti vivai di giovani sportivi.³⁸

In questo modo anche il mondo sportivo risentì del confronto tra le tre grandi culture politiche dell'epoca: quella laico-liberal-nazionale, quella socialista e quella cristiana, e divenne – in qualche misura – uno dei tanti strumenti di competizione partitica, di penetrazione e di propaganda ideologica.

2.8 *Le Olimpiadi*

Il secolo XIX si concluse con la grande 'invenzione' delle Olimpiadi moderne (Atene 1896), per opera del nobile francese Pierre De Coubertin (1863-1937), con l'intento di rinnovare l'antico (e mitico) spirito della Grecia classica. Dopo aver soggiornato in Gran Bretagna, De Coubertin si convinse della straordinaria efficacia dei metodi britannici di educazione della classe dirigente, e quindi dello sport. Da buon patriota francese, sperava che la loro importazione nel proprio paese avrebbe avuto analoghi effetti positivi, e promosse nel 1892 la costituzione della Società Francese di Giochi Atletici. Ma era anche uno studioso di sociologia e simpatizzante del movimento socialista, con i suoi ideali di eguaglianza e di solidarietà sociale, in contrasto con gli eccessi di agonismo di molto sport all'inglese. Di qui nasce il suo celeberrimo motto, divenuto ormai luogo comune, secondo cui 'l'importante non è vincere, ma partecipare'. Ma del socialismo apprezzava anche l'empito pacifista e internazionalista, e di qui, e dal suo retroterra di cultura storica, nasce l'idea di far rivivere le Olimpiadi, come momento di incontro fraterno e pacifico tra atleti di tutte le nazioni. La prima Olimpiade, celebrata ad Atene nel 1896, risultò un evento piuttosto modesto: 13 paesi, 284 atleti (in grande maggioranza greci), 4 discipline (atletica, nuoto, ginnastica, ciclismo).³⁹ Quanta strada abbia fatto quell'idea è sotto gli occhi di tutti. Nel XX secolo le Olimpiadi sono divenute una delle più importanti istituzioni mondiali in assoluto, capaci di mobilitare risorse immense e la passione di miliardi di persone.

2.9 *Sport e arte nell'Ottocento*

In campo artistico non c'è moltissimo da dire. Con il neoclassicismo, nato allo scorcio del '700, ritornano le raffigurazioni in scultura e pittura di atleti, più o meno ispirati ai modelli classici; Canova si cimenta con una ricca serie di pugili, lottatori, Ercoli e altre figure impegnate in strenui esercizi atletici. Continua la tradizione delle scene di caccia, coltivata in Francia da Delacroix e soprattutto da Courbet, e in Italia dal 'macchiaiolo di seconda generazione' Eugenio Cecconi (1842-1903). Quasi tutti i pittori francesi del periodo si impegnarono nei soggetti sportivi: Gericault e Degas nell'ippica, Monet, Sisley e Renoir nelle regate e canottaggio (figg. 64-65), Rousseau nei giochi di palla, (1908) Toulouse-Lautrec nella cartellonistica sportiva. In America notevoli furono i lavori di Thomas Eakins (1844-1916), anche di grandi dimensioni, raffiguranti scene di pugilato, canottaggio, lotta, baseball, caccia, vela; tutti osservati con freddo occhio di scienziato, nella tradizione del realismo americano.⁴⁰

Per quanto riguarda l'architettura applicata allo sport, non vi sono grandi capolavori da

³⁸ Ivi, p. 74.

³⁹ S. JACOMUZZI, *La Storia delle Olimpiadi*, Einaudi, Torino 1976.

⁴⁰ O. ROSSI PINELLI, *Un pittore a bordo ring*, in «Art e Dossier», 175 (febbraio 2002), p. 40.

segnalare nell'800. Lo sport si svolge per lo più in ambienti precari e puramente funzionali. Forse uno dei più curiosi e interessanti capolavori ottocenteschi di architettura sportiva si trova in Italia, nell'appartata cittadina di Macerata: lo 'sferisterio', magnifico stadio ovale a colonne, dedicato al gioco della palla col bracciale (arch. Ireneo Oleandri, 1830).

2.10 *Lo sport nel Novecento*

Se nei secoli XVIII e XIX si sono messi a punti i meccanismi sociali fondamentali dello sport, è nel secolo XX che esso è dilagato fino a diventare un fenomeno sociale centrale e caratterizzante l'intera civiltà umana; uno dei correlati più potenti della modernizzazione e dell'occidentalizzazione. Certo, vi sono delle variazioni nei gradi di sviluppo dello sport nei diversi paesi del mondo, in ragione delle differenze nei livelli di sviluppo economico e sociale, e anche di qualche diversità di atteggiamento culturale e ideologico; ma indubbiamente il Novecento è stato il 'secolo dello sport', in cui è stato creato un linguaggio sportivo universale.

Rispetto ai due secoli precedenti, nel mondo sportivo del Novecento avvengono quattro importanti fatti nuovi.

Il primo è l'apparizione degli 'sport meccanici', cioè imperniati sull'uso di macchine. Biciclette, automobili, motociclette e motoscafi ebbero fin dall'inizio un uso tanto sportivo quanto pratico-strumentale; e le industrie produttrici capirono presto l'utilità delle gare nel diffondere l'interesse per i loro prodotti, ma anche come terreno di sperimentazione dell'innovazione tecnologica. Nel 1903 partì il primo *Tour de France*, nel 1909 il primo *Giro d'Italia* in bicicletta; un po' ovunque si indicano corse automobilistiche a premi. Anche l'aeroplano, inventato nel 1903, diventa subito un protagonista di manifestazioni a carattere sportivo. Le gare automobilistiche diventarono presto l'equivalente industriale, per quanto riguarda le emozioni scatenate, delle corse con carri e cavalli delle epoche precedenti.

Il secondo fatto nuovo è l'invenzione di mezzi di comunicazione di massa radicalmente diversi dall'unico esistente fino allora, cioè la stampa. Con la radio e il cinema (ambedue inventati del 1895) e poi la televisione e gli altri strumenti elettronici legati al computer (telematica) le informazioni e le immagini, anche in movimento, di eventi sportivi possono essere diffuse in tempi rapidissimi, tra masse potenzialmente infinite di persone. Con questi mezzi, milioni, e poi miliardi di persone possono essere coinvolte sensorialmente ed emotivamente negli eventi sportivi 'in tempo reale', mentre si stanno svolgendo, come se fossero presenti sul campo o sugli spalti. Lo sport diventa uno dei contenuti fondamentali delle comunicazioni di massa. Lo sport-spettacolo entra ogni giorno, per molte ore, in ogni casa; lo sport guardato e parlato diventa una delle forme principali di impiego del tempo libero, soprattutto da parte dei maschi.

Il terzo è l'apertura delle gare sportive alle categorie finora escluse; in armonia con i valori di eguaglianza e con la tendenza all'estensione dei 'diritti di cittadinanza' a categorie biosociali sempre più ampie. Si comincia dalle donne, che già nell'Ottocento avevano cominciato ed essere ammesse alla ginnastica, e che sullo scorcio del secolo rivendicano il diritto alla bicicletta, come anche al voto, all'istruzione e al lavoro fuori casa. Gradualmente, in gran parte delle discipline sportive vengono ammesse le donne; ma di solito in sezioni a parte, per tener conto delle irriducibili differenze anatomiche e fisiologiche tra maschi e femmine. Tuttavia ancor oggi alcuni sport rimangono tipicamente, e in alcuni quasi esclusivamente, maschili; come la boxe e la lotta. Negli ultimi decenni all'universo dello sport sono state ammesse altre categorie biosociali, quali i portatori di handicap fisici e mentali. E ciò sia come

modalità terapeutica che come simbolo di piena cittadinanza nella società 'normodotata'.

Il quarto fenomeno è l'apparire, nell'ultimo terzo del secolo, di sport nuovi. Quasi tutti nascono in America, che in questo periodo è il paese leader in tutti i campi della vita sociale e culturale, oltre che politica ed economica. Alcuni sono legati all'apparire di nuove tecniche e nuovi materiali, che rendono possibili attività che prima non lo erano: ad esempio il volo a vela, il *wind-surf*, lo *skate-board* e simili. Altri sono derivati da pratiche ginnico-sportive, ma anche paramilitari, di popoli extraeuropei, quali le arti marziali orientali, il *bungee* melanesiano, e così via. Altri ancora sono collegate alla nuova cultura ecologista, e si esplicano in attività nell'ambiente naturale non strutturato (sulla scia dell'alpinismo) e mirano a spingere a prestazioni sempre più estreme il corpo umano privo di alcun supporto tecnologico e organizzativo; ad esempio il *free climbing*. Altri ancora, al contrario, fanno uso di tutte le possibili innovazioni tecnologiche – dalla chimica alla medicina alla meccanica all'elettronica – per agevolare esercizi fisici tesi al modellamento estetico del corpo umano (aerobica, ginnastiche ritmiche, *body building*, ecc.) in ambiente urbano (palestre) e con modalità sostanzialmente sedentarie. Come ogni altro aspetto della società post-moderna, lo sport si frantuma in una enorme varietà di manifestazioni, anche contraddittorie.

2.11 La sociologia dello sport

Nel Novecento appaiono anche le prime sistematiche critiche dello sport, da parte di storici, sociologi e filosofi; dopo gli attacchi devastanti, ma estemporanei, di Thorstein Veblen alla fine del secolo precedente.⁴¹ Heinz Risse, ispirandosi al 'criticismo culturale' dei maestri della sociologia, quale Ferdinand Tönnies, scrive nel 1921 la sua *Sociologia dello sport*, spiegando il suo sviluppo come una reazione di compensazione alle alienazioni della società industriale. Josè Ortega y Gasset (1883-1955) tratta ampiamente di sport nel suo *La rebellion de las masas* (1930). Johan Huizinga ne tratta in *La crisi della civiltà* (1935) e ne fa il tema centrale del suo *Homo Ludens* (1939). Nella 'Scuola di Francoforte' nascono in quegli stessi anni altre riflessioni fortemente critiche, che matureranno e vedranno la luce negli anni '50. Adorno, Horkheimer, Marcuse, Fromm e compagnia vedono nello sport una tipica manifestazione nevrotica dell'alienazione della società di massa, e al tempo stesso uno strumento della dominazione capitalistica. Lo sport è definito il moderno oppio dei popoli, e l'agonismo è considerato come pura mercificazione e sotterranea apologia della violenza. Charles Wright Mills, in *Colletti Bianchi* (1951) classificò lo sport in America come «tipico prodotto di un doppio codice normativo», cioè della *work morality* tipica del mondo produttivo, con il mito della prestazione e del successo derivante dall'etica calvinista; e della *fun morality*, cioè il simmetrico bisogno di piacere e di divertimento quale sfogo alla routine della vita quotidiana reale. Questo filone di 'sociologia critica dello sport' si sviluppa e diventa dominante negli anni '60 e '70, per poi ritirarsi fino a scomparire, trascinato nella rovina del marxismo e impotente a contrastare il totale trionfo dello sport. La sociologia dello sport da allora si è robustamente sviluppata (esiste anche una rivista specializzata, «International review for the sociology of sport»), ma ha assunto un carattere più minutamente descrittivo e applicativo, funzionale alla comprensione e soluzione dei singoli problemi che caratterizzano questo mondo; ad es., tra i tanti, quello dell'*hooliganism* o violenza negli stadi.⁴² Tra gli studi più recenti, di ampio respi-

⁴¹ T. VEBLEN, *La teoria...* cit..

⁴² Cfr. ad esempio A. DAL LAGO, *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Il Mulino, Bologna 1990.

ro storico-culturale, e con accenti critici, si possono ricordare quelli di C. Lasch, che inquadra lo sport tra le manifestazioni dell'attenzione alla corporeità, tipici della 'cultura del narcisismo',⁴³ e di Norbert Elias (1897-1990) che, assieme a colleghi inglesi dell'Università di Leicester, ha analizzato lo sport quale elemento del processo di civilizzazione. Dagli antichi giochi popolari, nei quali la violenza era componente essenziale del *ludus*, si è passati oggi a modelli più severi e formali, incentrati sul controllo delle emozioni e sulla repressione della violenza; da cui la necessità di rielaborare il gioco in modo da consentire comunque la liberazione delle tensioni. In un saggio del 1978, l'autore precisa che nello sport la violenza non è cancellata, è solo rimossa, addomesticata; i giochi di squadra, in particolare, operano una potente 'traslazione allegorica', una partita è come una guerra simbolica.⁴⁴ Altri importanti studi di sociologia dello sport sono quelli di A. Guttmann, J.H. Hoberman e, in Italia, N. Porro.

2.12 *Lo sport e i totalitarismi del Novecento*

Dal punto di vista socio-politico, un fenomeno molto rilevante è stata, nel XX secolo, l'ambivalenza costitutiva del movimento olimpico: momento di incontro fraterno tra gli atleti, ma anche di competizione tra le nazioni. In Italia il fascismo, su ispirazione anche del movimento futurista, vide nello sport uno strumento non solo di miglioramento delle condizioni fisiche delle masse popolari, e quindi di salute della 'razza' e di miglioramento delle sue virtù militari; ma anche di 'nazionalizzazione' e fascistizzazione delle masse popolari, di loro identificazione con il regime e con il suo capo. Mussolini si faceva rappresentare come il primo atleta della nazione, mentre praticava una grande varietà di sport⁴⁵ (e lasciava circolare la fama della sua eccezionale prestanza anche nello sport dell'alcova). L'intero regime fascista era rappresentato sotto forma di un super-atleta, in lotta con le altre nazioni del mondo. Il fascismo diede grande impulso a ogni forma di sport, a tutti i livelli, istituendo le organizzazioni che ancor oggi in gran parte regolano questa attività in Italia, e promuovendo la costruzione dei relativi impianti. L'Italia conquistò una posizione di primo piano, a livello internazionale, in molte pratiche sportive. Ogni vittoria sportiva era esaltata come un trionfo della nazione e del regime; anche la trasvolata atlantica della squadriglia aerea comandata da Italo Balbo, per fare un esempio estremo.⁴⁶

In Germania, come si è accennato, il nazional-socialismo ereditò molti degli elementi dell'ideologia e della pratica del movimento ginnico-nazionalista di Jahn, ma anche di quello ginnico-socialista di inizio secolo. Hitler personalmente non era interessato allo sport, e la sua immagine pubblica era l'opposto di quella dell'atleta;⁴⁷ tuttavia era un grande ammiratore della civiltà greco-romana (e quindi dell'atletismo) e della sua reincarnazione contemporanea, in Mussolini e nel fascismo. Inoltre, la sua corte di filosofi neo-pagani e razzisti, con la loro esaltazione della pura e bruta corporeità, gli fornì ulteriori motivazioni per impegnare anche

⁴³ C. LASCH, *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*, Bompiani, Milano 1981.

⁴⁴ N. ELIAS, E. DUNNING, *Sport e aggressività*, 1978 (trad. it., Il Mulino, Bologna 1989).

⁴⁵ J.M. HOBERMAN, *Politica e sport. Il corpo nelle ideologie politiche dell'800 e del '900*, Il Mulino, Bologna 1984, p. 95.

⁴⁶ F. FABRIZIO, *Sport e fascismo*, Guaraldi, Firenze 1976.

⁴⁷ J.M. HOBERMAN, *Politica...* cit., p. 231.

il nazismo sulla via dell'esaltazione ginnico-sportiva. Ne risultò lo straordinario impegno, a tutti i livelli, nella preparazione delle Olimpiadi di Berlino del 1936, che dovevano provare al mondo la grandezza del regime nazista, della nazione tedesca e della razza ariana. Tuttavia è da ricordare che permaneva, nella cultura politica nazista, un dualismo tra gli eredi dell'ideologia di Jahn, e quindi i fautori della pratica ginnico-sportiva di massa, a fini salutistici e di efficienza militare, e i fautori dell'agonismo individualistico di derivazione inglese.

La terza variante del totalitarismo novecentesco, quella russo-comunista (leninista-stalinista), ebbe nei confronti dello sport una posizione più incerta. L'ideologia marxista metteva il lavoro produttivo al centro della vita umana, e per il tempo libero proponeva, illuministicamente, attività intellettuali e creative. Gioco e divertimento erano visti come vizi borghesi; e ancor più il culto del corpo e l'agonismo, visti come espressione di estremo individualismo. Come si è visto, il nascente movimento socialista fu all'inizio ostile allo sport. Ma Lenin era appassionato di sport e cultura fisica, e nel modello di 'uomo nuovo' sovietico si ritrovano i tratti classici dell'eroe e dell'atleta. Con Stalin invece si tornò ad una certa ostilità per l'agonismo sportivo di derivazione borghese, e in contrapposizione alle Olimpiadi capitalistiche egli promosse giochi riservati alla classe lavoratrice: le Olimpiadi operaie del 1925 e 1931, e le Spartachiadi del 1928 e 1931. Il loro scopo era quello di promuovere l'efficienza corporea da applicare al lavoro e non, come nei 'regimi reazionari', alla guerra. Tuttavia i modelli organizzativi e le forme esteriori di queste manifestazioni non erano molto diverse da quelle vigenti in Occidente.⁴⁸

2.13 Sport, guerra fredda, globalizzazione

Solo nel secondo dopoguerra l'Unione Sovietica e i paesi da essa conquistati al comunismo accettarono il modello occidentale di sport, e anzi investirono grandi sforzi nello sviluppo dell'educazione ginnico-sportiva dei loro popoli e nella produzione di atleti e squadre in grado di dimostrare, con le loro vittorie, la grandezza e la superiorità del sistema socialista. Il debutto della Russia alle Olimpiadi di Helsinki del 1952 fu un successo straordinario: il suo medagliere risultò secondo solo a quello degli Stati Uniti. Tra i paesi comunisti, il caso più clamoroso fu la Germania Est, che, grazie ad un'incredibile impegno organizzativo e tecnico-scientifico, in molte Olimpiadi si piazzò ai primi posti; nel 1988 addirittura davanti al colosso americano.⁴⁹

Fuori dall'universo olimpico rimase ancora a lungo la Cina di Maozedong, la cui condanna dell'agonismo borghese, oltre che discendere dall'ideologia marxista, è probabilmente legata ad alcuni principi della cultura tradizionale cinese.⁵⁰

Dal 1952 al 1989 le Olimpiadi furono uno dei tanti scacchieri in cui si svolgeva la competizione tra il mondo capitalista e quello socialista. In diversi momenti risentirono direttamente delle crisi della guerra fredda, con rifiuti di partecipazione dell'uno o dell'altro protagonista a giochi che si svolgevano nel paese nemico. Ma esse furono anche il palcoscenico su cui apparivano nuovi soggetti statuali. La capacità di mandare squadre di atleti alle Olimpiadi, di ottenere risultati positivi, o addirittura di ospitarle, divenne uno dei segni distintivi dello sviluppo socio-economico-politico dei nuovi stati afro-asiatici. Le Olimpiadi

⁴⁸ *Ivi*, *passim*.

⁴⁹ *Ivi*, p. 298.

⁵⁰ *Ivi*, p. 103.

divennero il palcoscenico del mondo, e registrarono fedelmente il processo di perdita di centralità dell'Europa e il crescere della globalizzazione; nonché l'irrompere di uno dei suoi correlati, il terrorismo mediatico-spettacolare (Monaco 1972).

2.14 *Tendenze dello sport contemporaneo*

Come sempre quindi, pure nella società contemporanea lo sport è anche un fatto politico. Oggi, con la fine della contrapposizione tra i grandi sistemi ideologici, questo carattere sembra essere meno clamoroso. Maggiore evidenza hanno assunto invece altri caratteri, che, come abbiamo visto, si erano già formati tra Settecento e Ottocento. Ci riferiamo in primo luogo alla 'commercializzazione', cioè alle varie forme di intervento del sistema economico nel mondo sportivo: promozione delle attività da parte delle industrie produttrici di attrezzature, abbigliamento, alimenti, farmaci, ecc., che abbiano a che fare con le attività sportive; sponsorizzazione da parte di imprese di qualsiasi genere, a scopi di pubblicità e relazioni pubbliche; avvio di attività e impianti ginnico-sportivi a scopo di lucro; crescita, attorno allo sport agonistico, del grande giro d'affari delle scommesse; coagulazione, attorno allo sport, di grandi interessi delle emittenti televisive e degli inserzionisti pubblicitari; trasformazione di organizzazioni sportive (es. squadre) in imprese commerciali. Il secondo aspetto è quello della 'spettacolarizzazione', che anch'essa comprende diversi fenomeni: separazione tra sport *spectatum*, guardato (direttamente o attraverso i media) da quello praticato; adozione, nella pratica sportiva, di aspetti spettacolari (nelle forme complessive, negli apparati scenografici, nelle esibizioni corporee, nell'abbigliamento, e così via); allestimento, attorno alla pratica sportiva, di eventi spettacolari. Il terzo aspetto è quello della 'professionalizzazione', logica conseguenza della politicizzazione e della commercializzazione: per ottenere buoni risultati sportivi, gli stati e le imprese investono risorse notevoli nella preparazione e mantenimento di campioni a tempo pieno, e li pagano in ragione, più o meno, della loro capacità di produrre profitti alle aziende. Curiosamente, la professionalizzazione è ancora ufficialmente condannata nel codice olimpico; ciò che suona leggermente ipocrita, visto che da tempo la maggior parte dei partecipanti ai giochi, specie dei paesi più impegnati, sono atleti a tempo pieno, pur se tale condizione è mascherata in vari modi (impieghi statali, borse 'di studio', ecc.). Infine la 'tecnologizzazione': la pressione verso prestazioni sempre *altius, fortius, velocior* ha portato alla mobilitazione di tutte le scienze e tecniche che possono riguardare il funzionamento del corpo umano, della sua psiche e degli attrezzi e materiali coinvolti nelle pratiche sportive. Lo sport è uno dei campi di applicazione della ricerca più avanzata. Qualche volta, anche mettendo a rischio la salute degli atleti, soprattutto per quanto riguarda gli interventi sui processi fisiologici; e col rischio, ancora un po' fantascientifico, di trasformarli in mere macchine da primato, organismi artificiali, *cyborg*.

3. Lo sport nell'arte del Novecento

3.1 *Sport e pittura*

Di tutto questo ben poco trapela nell'arte del Novecento. Salvo le importanti eccezioni che andremo a evidenziare, l'arte di questo secolo, e soprattutto quella cosiddetta di avanguardia, assume un atteggiamento di distacco, disprezzo e rifiuto di tutto ciò che è normalità sociale, vita reale, quotidianità. Soprattutto detesta, fino a tempi recenti, la cultura di massa, cui indubbiamente appartiene lo sport. Lo stile e l'ambiente di vita degli artisti d'avanguardia sono quanto più lontano immaginabile da quelli degli sportivi.

La prima eccezione importante è il futurismo. È da ricordare che a questa temperie culturale apparteneva per qualche verso anche Gabriele D'Annunzio, cantore delle prime esibizioni aeronautiche ed automobilistiche. Ma fu il futurismo, nell'ambiente delle avanguardie artistiche, a comporre il primo programma organico e completo di esaltazione della modernità, della tecnica, dell'energia, della velocità e della guerra; e non poteva non includere anche l'apologia dello sport, che di tutto ciò è una tipica manifestazione. Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944) predicò il 'culto del progresso e della velocità, dello sport, della forza fisica', auspicando il 'predominio della ginnastica sul libro'⁵¹. È notissima la sua affermazione che «un'automobile da corsa... è più bella della Vittoria di Samotracia». Nell'eccitazione della guerra si coagulò la figura 'dell'Ardito-futurista impegnato a esercitare quotidianamente il proprio corpo in tutte le forme di sport', e nel dopoguerra si esaltò la figura dello 'squadrista come tipo di atleta capace di battersi su un ring o in una palestra'⁵² come sulle strade e piazze, ad abbattere fisicamente gli avversari.

La pittura futurista fu la più attenta alla tematica sportiva. Umberto Boccioni (1882-1916) fu tra i primi ad impegnarsi in questo campo, e raffigurò il 'dinamismo plastico' con colori forti. Nel suo *Dinamismo di un ciclista* del 1913 (fig. 66) effettua una scomposizione e ricomposizione della velocità, prodotta dal moto vertiginoso delle pedalate di un ciclista come incorporato al telaio, quella 'velocità astratta' di cui parlava Marinetti. Giacomo Balla, oltre a cimentarsi anche lui con la rappresentazione della velocità meccanica, si dedicò anche a soggetti sportivi, con stili diversi. Un futurista siciliano della prima ora, Vittorio Corona, seguì le strade aperte da Boccioni, con vivaci rappresentazioni rifratte di atleti in movimento. Al tema del ciclismo si dedicarono molti altri futuristi. Fortunato Depero, uno dei più geniali e poliedrici della compagnia, si cimentò con una varietà di soggetti sportivi.⁵³ Tullio Crali, di una generazione più giovane, si specializzò in audaci e suggestive riprese dall'aereo ('aereopitture'), ma produsse anche altri lavori di soggetto sportivo.⁵⁴

Mario Sironi, che con altro stile diventerà poi uno dei pittori preferiti del fascismo, nasce come futurista; e anche lui, in questa prima fase, dipinge ciclisti in corsa.⁵⁵

Vicini al movimento futurista furono anche i pittori di soggetto sportivo Ottorino Manciola (1908-1990)⁵⁶ ed Ernesto Michaelles (1893-1959), che con lo pseudonimo di Thayat dipinse diversi lavori di questo soggetto.⁵⁷

Anche le filiazioni estere del futurismo mantennero questo interesse; della raggista russa Natalia Gontcharova abbiamo una tipicamente boccioniana immagine di ciclista.

Molto più abbondanti le raffigurazioni dello sport nella cartellonistica e nella grafica da rivista.⁵⁸ Tra i maestri in quest'arte possiamo citare Gino de Finetti (1887-1955) (fig. 67),⁵⁹

⁵¹ F.T. MARINETTI, *Futurismo e fascismo*, in *La Civiltà Fascista*, Utet, Torino 1928, p. 173.

⁵² F. FABRIZIO, *Sport e fascismo...* cit.

⁵³ M. CITRULLI, M. SCUDIERO (a cura di), *Mito e gesto nell'arte e nello sport, 1900-1950*, Catalogo della mostra, Predappio 2002.

⁵⁴ M. SCUDIERO, *Arte e sport tra passato e presente*, *ivi*, p. 10.

⁵⁵ A. FIZ (a cura di), *L'arte della bicicletta. Da Duchamp a Rauschenberg*, Catalogo della mostra a Villa Manfoglio-Litta Panza, Biumo Superiore, Varese 2001.

⁵⁶ M. CITRULLI, M. SCUDIERO (a cura di), *Mito e gesto...* cit., p. 10.

⁵⁷ M.G. DIANA, *1933-Thayat al parterre*, *ivi*, p. 21.

⁵⁸ P. PALLOTTINO, E. BALZERETTI (a cura di), *Lo sport nell'illustrazione italiana*, Catalogo della mostra, Ferrara 1994.

⁵⁹ D. ARICH (a cura di), *Gino de Finetti. Manifesti, dipinti, disegni*, Catalogo della mostra di Gorizia, 1999-2000, Marsilio, Venezia 1999.

ma anche altri esponenti della 'scuola giuliana', come Leopoldo Metlicovitz (1868-1944) e Marcello Dudovich (1878-1962).⁶⁰ Lo stesso Mario Sironi fu un grande grafico sportivo, soprattutto per la «Rivista illustrata del Popolo d'Italia»; e anche Fortunato Depero, Aldo Mazza (1880-1964) Paolo Garretto (1903-1989) e molti altri. Mario Moschi (1896-1971) scultore e medaglista fiorentino, produsse molte opere di soggetto sportivo e fu attivo promotore di mostre su 'arte e sport', in Italia e all'estero.

Dopo la seconda guerra mondiale molti quadri di soggetto sportivo furono dipinti da Renato Guttuso (1912-1987), come *Calciatori* del 1965; e anche da A. Possenti e D. Boschi. In scultura si possono ricordare diverse opere di Emilio Greco, a partire dal 1947.⁶¹

A proposito di arte e sport, è da ricordare che già alle Olimpiadi di Stoccolma del 1912 fu indetto un concorso d'arte per opere di soggetto sportivo, e che la tradizione continuò per qualche tempo. In tempi più recenti si sono organizzate importanti mostre d'arte su questo tema; memorabile quella allestita in occasione delle Olimpiadi di Roma del 1960, rivolta prevalentemente all'arte classica e rinascimentale. L'apprezzamento riscosso fu tale da indurre il comitato organizzatore delle Olimpiadi del Messico del 1968 a chiedere all'Italia di allestire colà una analoga mostra.

Una delle forze propulsive di queste mostre, e in generale un grande fautore della sinergia tra arte e sport fu Sisto Favre (1903-1998), per molti anni dirigente del Panathlon e dell'Accademia Olimpica Internazionale, docente, dirigente sportivo, storico e autore di importanti volumi sui rapporti tra sport, cultura, arte e società.

Negli anni più recenti, altre mostre su arte e sport hanno sono state organizzate in diversi luoghi, ad es. Roma 2002 ('Appunti allo stadio')⁶² o Cavalese 2003 ('Start - un artista per nazione lungo il cammino dello sport').⁶³ In queste occasioni si sono messe in luce le opere di artisti quali U. Nespolo e L. Kapabov, J. Kolar, J. Nkumanda, G. Toderi, G. Lusikova, K. Andersen, e molti altri.

Non è evidentemente possibile passare qui in rassegna le tradizioni artistico-sportive novecentesche in altri paesi. Ci limitiamo solo a citare, per gli Stati Uniti, la continuazione della tradizione realistica di Eakins; ed esempio in G. Bellows (1882-1925), i cui quadri di soggetto sportivo 'esplodono di energia', L.I. Lowrie⁶⁴ e molti altri.

3.2 Sport e fotografia

Un'arte nuova che a partire dall'ultimo Ottocento fu applicata anche alla rappresentazione degli sport fu la fotografia. In particolare si devono ricordare gli sforzi tecnologici per ridurre i tempi della ripresa fotografica, allo scopo di ritrarre gli atleti in movimento; e le speri-

⁶⁰ Museo Revoltella (a cura di), *Marcello Dudovich. Oltre il manifesto*, Catalogo della mostra, Trieste 2003.

⁶¹ *Lo sport nell'arte di Emilio Greco*, Catalogo della mostra, Palazzo Pitti, 1988, Ed. De Luca, Firenze 1988.

⁶² M. MARGOZZI, L. MANCIOLI (a cura di), *Appunti allo stadio*, Catalogo della mostra, Roma 2002, Ed. Cromosoma, Roma 2002.

⁶³ O. BERLANDA (a cura di), *Lo sport visto con gli occhi dell'arte*, Catalogo della mostra, Cavalese 2002, ed. Nicolodi, 2003.

⁶⁴ Una *Scena di Polo* di Bellows, dipinta nel 1910, è stata acquistata nel 1999 per 27,5 milioni di dollari, mentre nello stesso anno un *Going to the match* del secondo, del 1953, è stato acquistato dalla Associazione Professionale Football inglese per 2 milioni di sterline. Cfr. J. BENHAMOU-HUET, *Art Business*, Assouline, Paris 2001, p. 86.

mentazioni scientifiche, in questo campo, compiute verso il 1885 da Eadweard Muybridge ed Etienne-Jules Marey. In effetti, una spiegazione della complessivamente scarsa attenzione dei pittori del Novecento per lo sport è che a documentare questo mondo, fatto in gran parte di velocità, la macchina fotografica si è rivelata molto più adatta dell'occhio e della mano umana. Basti ricordare che per secoli i pittori avevano riprodotto in modo totalmente sbagliato il movimento delle zampe dei cavalli in corsa; solo la ripresa fotografica poté fornirne la riproduzione esatta. Nel corso del Novecento, fotografia e sport si sono sviluppati in parallelo. Molte foto di eventi sportivi – come quella di Bartali e Coppi che durante una massacrante salita al Tour de France si scambiano la borraccia d'acqua – sono divenute celeberrime, come fusione di valori estetico-formali ed umani. L'eternazione dell'attimo suggerisce spunti di riflessione sull'intrinseca bellezza dello sforzo sportivo.

3.3 Sport e architettura

Come si è accennato, un genere artistico che invece si è dedicato con impegno e spesso con realizzazioni di altissima qualità al mondo dello sport è stata l'architettura. Come nell'antichità classica, anche nel Novecento si sono investite grandi risorse materiali e d'ingegno nella costruzione di impianti sportivi. Anche in questo campo l'Italia può vantare un posto eminente. Un esempio non più esistente è stato il monumentale ed ornatissimo Stadio Nazionale progettato nel 1908 da Marcello Piacentini (1881-1960) per Roma Capitale, e demolito dopo soli vent'anni, nel 1928. Al suo posto si doveva costruire un'opera ancora più colossale, uno stadio da 200.000 spettatori, il cui progetto fu affidato all'ingegner Pier Luigi Nervi (1891-1979), un maestro nelle grandi strutture di cemento armato. Il progetto però non fu realizzato a Roma, ma fu adottato da San Paolo del Brasile, ed è diventato lo Stadio Maracanà. Nervi poi costruì il bellissimo stadio, con l'audace pensilina a sbalzo di 17 metri, a Firenze. A Roma si procedette invece alla realizzazione, tra il Tevere e le pendici di Monte Mario, di un articolato complesso di impianti dedicati alla pratica ma anche all'organizzazione dello sport: il Foro Mussolini, ribattezzato dopo la guerra Foro Italico. L'opera, progettata da Enrico Del Debbio (1891-1973) e collaboratori, è un riconosciuto capolavoro di altissima qualità in ogni sua parte. La più spettacolare è lo Stadio dei Marmi, con sessanta statue marmoree colossali raffiguranti le varie discipline sportive e atletiche (fig. 69).⁶⁵

Oltre a questo luogo centrale del sistema sportivo fascista, fu realizzata in ogni città italiana una rete capillare di strutture dedicate all'educazione ginnico-sportiva-paramilitare dei giovani, spesso realizzate nelle forme dell'architettura razionalista allora d'avanguardia (Case dei Balilla, Case Gil, ecc.)

Non occorre ricordare che anche in questo campo l'esempio italiano fu subito ripreso dal nazional-socialismo. Gli architetti di Hitler, e in particolare il favorito Albert Speer, si diedero a progettare immense strutture monumentali, per accogliere le parate ginnico-politico-militari del regime. Il complesso realizzato più grandioso è quello di Norimberga,⁶⁶ ma altri ancora molto più smisurati erano in progetto per la futura Berlino capitale del 'Reich Millenario'.

⁶⁵ M. CAPORILLI, F. SIMEONI, *Il Foro Italico e lo Stadio Olimpico*, Tomo, Roma 1990.

⁶⁶ Centrum Industriekultur Nürnberg, *Kulissen der Gewalt*, Hugendubel, München 1992.

3.4 *Lo sport nell'arte nazista*

In contrapposizione all'«arte degenerata» (astrattismo, ma soprattutto espressionismo), da condannare letteralmente al rogo, il nazismo promosse un'«arte eroica», in cui si rappresentavano muscolosi atleti (di razza ariana) in forme monumentali, nella tradizione dell'antichità classica, di Michelangelo e di Rodin, filtrati attraverso il «realismo socialista» di fine secolo, poi ripreso anche da Stalin. Qualcosa di simile era già avvenuta anche in Italia, con il movimento del «ritorno all'ordine» del 1923, e con i «Valori plastici». Si può quindi parlare, per gli anni '30, di un'«arte del totalitarismo», con caratteri formali simili in Italia, Germania e Unione Sovietica, al di là delle molte diversità ideologiche e strutturali dei regimi. La somiglianza è ancora più stretta, come si vedrà, nel campo dell'architettura. Tra i rappresentati più tipici dell'arte nazista di soggetto sportivo si possono ricordare Albert Janesch, Josef Thorak, Georg Kolbe, Adolf Ziegler, Arthur Kampf.⁶⁷

Quest'enfasi del nazismo, e degli altri regimi totalitari, nella rappresentazione eroica e atletica del corpo umano, specie maschile, contribuì al suo totale rigetto nell'arte delle «avanguardie storiche». La maggior parte delle opere di questo tipo sono state distrutte o giacciono dimenticate in fondo ai magazzini comunali.

L'architettura sportiva moltiplicò le sue strutture in tutto il mondo, di pari passo con la diffusione dello sport; e dopo la guerra riprese ovunque, con realizzazioni sempre più numerose, grandi ed audaci. Evidentemente in queste poche pagine non si può neanche accennare ad una rassegna dei capolavori del genere. Basti ricordare che gli stadi possono essere classificati tra le vere cattedrali del nostro tempo.

3.5 *Sport e cinema*

Un filone che in Germania e in Italia ebbe un certo successo negli anni '20 fu quello del cinema di montagna (*bergfilme*), imperniato sulle imprese alpinistiche, dove emergono i registi A. Frank e il sud-tirolese L. Trenker. Ed è proprio in questi film che si fece notare, prima come attrice e poi come regista, la berlinese Leni Riefenstahl. Donna bellissima e geniale, con una passione per il corpo maschile e per la cinematografia, fu chiamata alla corte di Hitler per documentare le grandi parate naziste di Norimberga, del 1933 e del 1934. Ne risultarono opere di straordinaria qualità filmica e di sconvolgente impatto emotivo – qualità unanimemente riconosciute ancor oggi dagli studiosi, al di là dell'odiosità del soggetto. Grazie a questi successi, le fu affidata la regia della documentazione filmica delle Olimpiadi di Berlino, alla quale lavorarono decine di squadre di operatori, con grande impiego di mezzi, e per la quale furono adottati e spesso inventati straordinari accorgimenti tecnici. Le sue inquadrature sono come sculture classiche, dove ogni parte del corpo dell'atleta comunica emozioni. *Olympia* rimane una pietra miliare dell'arte cinematografica, e non solo nel genere sportivo (fig. 68). Al crollo del nazismo, la sua autrice fu per tre volte processata e sempre assolta dalle accuse di complicità con i crimini del nazismo. Emigrata in America, trovò impossibile riprendere la sua attività di regista, e dovette limitarsi alla fotografia. Il suo soggetto preferito continuò ad essere il corpo maschile; in questa seconda fase soprattutto tra i popoli extraeuropei. In tale genere continuò a produrre opere di grande valore. Negli ultimi anni si specializzò in riprese di ambienti subacquei.⁶⁸ Lavorò indomita fino alla morte, a 101 anni, nel 2003.

⁶⁷ A. GUYOT, P. RESTELLINI, *L'arte nazista. Un'arte di propaganda*, Mondadori, Milano 1992; M. DE LUCA, *L'estetica nazista*, in «ARS», marzo 1999.

⁶⁸ L. QUARESIMA, *Leni Riefenstahl*, La Nuova Italia, Firenze 1984.

Nell'immensa produzione dell'industria cinematografica del Novecento è possibile trovare numerosissime pellicole *feature* di alto livello artistico imperniate sullo sport. Basti ricordare, tra le più recenti, *Momenti di Gloria* (1981) e *Sfida sul Tamigi* (1996). Sopravvive anche la tradizione di documentari sullo sport, e se ne organizzano anche festival. Uno di questi, International Sportfilmfestival, ha luogo a Palermo dal 1981.⁶⁹

4. Conclusioni. Il tema affrontato in questo lavoro – l'intreccio di fattori culturali, sociali, politici e tecnici con quelli puramente artistici, nel campo dello sport, lungo venticinque secoli di storia – è certamente di estrema complessità. Non è stato facile presentarne una sintesi che fosse insieme sufficientemente proporzionata nella sua articolazione, informativa e intelligibile; e forse ancora più difficile trarne le conclusioni. Limitandosi al tema dei rapporti tra sport e arte negli anni più vicini a noi, possiamo solo ribadire quanto già accennato: e cioè che gran parte dei movimenti artistici considerati più celebrati e rappresentativi del secolo ventesimo – le cosiddette 'avanguardie' – hanno rifiutato gli scopi e i valori che hanno motivato l'arte nei millenni precedenti, e tra questi le funzioni documentarie e apologetiche dei valori sociali dominanti. L'arte è divenuta prevalentemente astratta e concettuale, critica e antagonista. I valori, gli stili di vita, le ideologie prevalenti nel sistema dell'arte di questo secolo sono molto lontani da quelli che caratterizzano il mondo dello sport. In particolare il corpo umano, nei suoi caratteri di forza e di bellezza, ha cessato di essere un motivo di ispirazione per le arti 'alte', che l'hanno al contrario, di solito, sottoposto ad ogni sorta di maltrattamenti, deformazioni, umiliazioni, abbrutimenti.⁷⁰ Le rappresentazioni positive, o anche solo simpateticamente critiche, dello sport sono un filone assolutamente secondario, e quasi trascurabile della pittura e della scultura del '900. In questo, l'arte 'alta' del Novecento si pone in antitesi totale con tutta la tradizione classica; e anche con alcuni dei caratteri più evidenti della società di questo secolo, dove il corpo e lo sport sono invece tornati ad essere valori centrali, come nell'antichità pagana. Ciò contribuisce, logicamente, alla perdita di rilevanza dell'arte alta nella vita sociale e culturale contemporanea.

D'altra parte, esistono generi artistici in cui quei soggetti – il corpo e lo sport – continuano ad essere importanti. Uno è l'architettura, che nella costruzione di stadi e impianti sportivi trova una grande occasione di ispirazione formale e innovazione tecnologica. Gli altri sono la fotografia, la cinematografia e i loro sviluppi video-elettronici (televisione), che nel corso del secolo su quei soggetti hanno prodotto opere affascinanti, e che non cessano di progredire estendersi.

L'auspicio di fondo, che è poi la motivazione di tutto questo lavoro, è che le arti, vecchie e nuove tornino ad occuparsi positivamente dello sport, anche contribuendo alla presa di coscienza delle numerose tendenze che minacciano i suoi veri valori.

⁶⁹ Città di Palermo *International Sportfilmfestival, 1981-1997*, Catalogo della rassegna, Italtpress, Palermo 1997.

⁷⁰ R. STRASSOLDO, *Sade Triumphant. The body in contemporary art*, in L. FORTUNATI, J.E. KATZ, R. RICCI (eds.), *Mediating the Human Body. Technology, Communication and Fashion*, Erlbaum, Mahwah N.J. - London 2003.

Bibliografia

- D. ARICH (a cura di), *Gino de Finetti. Manifesti, dipinti, disegni*, Catalogo della mostra di Gorizia, 1999-2000, Marsilio, Venezia 1999.
- M. BLOCH, *La società feudale*, Einaudi, Torino 1949.
- British Sporting Painting 1650-1850*, Catalogo della mostra, Ed. Arts Council, London 1974.
- R. CAILLOIS, *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*, Bompiani, Milano 1981.
- M. CAPORILLI, F. SIMEONI, *Il Foro Italico e lo Stadio Olimpico*, Tomo, Roma 1990.
- Città di Palermo *International Sportfilmfestival, 1981-1997*, Catalogo della rassegna, Italpress, Palermo 1997.
- M. CITRULLI, M. SCUDIERO (a cura di), *Mito e gesto nell'arte e nello sport, 1900-1950*, Catalogo della mostra, Predappio (FO) 2002.
- K. CLARK, *Il nudo. Una storia della forma ideale*, Neri Pozza, Vicenza 1995.
- A. DAL LAGO, *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Il Mulino, Bologna 1990.
- M. DE LUCA, *L'estetica nazista*, in «ARS», marzo 1999.
- N. ELIAS, E. DUNNING, *Sport e aggressività*, Il Mulino, Bologna 1989.
- F. FABRIZIO, *Sport e fascismo*, Guarnaldi, Firenze 1976.
- S. FAVRE, *Civiltà, Arte, Sport*, Ed. Dante Alighieri, s.l. 1969.
- A. FIZ (a cura di), *L'arte della bicicletta. Da Duchamp a Rauschenberg*, Catalogo della mostra a Villa Manfoglio-Litta Panza, Biumo Superiore, Varese 2001.
- A. GNOLI, *Così splendeva Olimpia*, Mondadori, Milano 1985.
- A. GUTTMANN, *Dal rituale al record*, ESI, Napoli 1995.
- J.M. HOBERMAN, *Politica e sport. Il corpo nelle ideologie politiche dell'800 e del '900*, Il Mulino, Bologna 1984.
- J. HUIZINGA, *Homo ludens*, Einaudi, Torino 1946.
- S. JACOMUZZI, *La storia delle Olimpiadi*, Einaudi, Torino 1976.
- C. LASCH, *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*, Bompiani, Milano 1981.
- Lo sport nell'arte di Emilio Greco*, Catalogo della mostra, Ed. De Luca, Firenze 1988.
- Lo sport nell'Italia antica*, materiale mostra, Museo Archeologico Nazionale di Aquileia 2002.
- Lo sport nella storia e nell'arte*, Catalogo della mostra, Ed. Cardini, Roma 1960.
- G. MANETTI, *Sport e giochi nell'antichità classica*, Mondadori, Milano 1988.
- M. MARGOZZI, L. MANCIOLI (a cura di), *Appunti allo stadio*, Catalogo della mostra, Roma, 2002, ed. Cromosoma, Roma 2002.
- L. MINERVA, *Lo sport*, Editori Riuniti, Roma 1982.
- D. MORRIS, *La tribù del calcio*, Mondadori, Milano 1982.
- G.L. MOSSE, *La nazionalizzazione delle masse*, Il Mulino, Bologna 1975.
- Museo Revoltella (a cura di), *Marcello Dudovich. Oltre il manifesto*, Catalogo della mostra, Trieste 2003.
- J. ORTEGA Y GASSET, *La ribellione delle masse*, Il Mulino, Bologna 1962.
- A. PACE, *I mosaici di Piazza Armerina*, Casini, Roma 1955.
- R. PATRUCCO, *Lo sport nella Grecia antica*, Olschki, Firenze 1972.
- A. PIVA et al., *Come eravamo sportivi. Cento anni di immagini in Friuli-Venezia Giulia*, Coop. Libreria Borgo Aquileia, Udine 1990.
- S. PIVATO, *L'era dello sport*, Giunti, Firenze 1994.
- P. PALLOTTINO, E. BALZERETTI (a cura di), *Lo sport nell'illustrazione italiana*, Catalogo della mostra, Ferrara 1994.
- N. PORRO, *Lineamenti di sociologia dello sport*, Carocci, Roma 2001.
- L. QUARESIMA, *Leni Riefenstahl*, La Nuova Italia, Firenze 1984.
- O. ROSSI PINELLI, *Un pittore a bordo ring*, in «Art e Dossier», 175 (febbraio 2002).
- O. SORIANO, *Futbol. Storie di calcio*, Einaudi, Torino 1998.
- Start - Un artista per nazione lungo il cammino dello sport*, Catalogo della mostra, Ed. Nicolodi, Cavalese (TN) 2003.
- R. STRASSOLDO, *Dal neolitico al postmoderno*, Vallecchi, Firenze 1997.
- R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- T. VEBLÉN, *La teoria della classe agiata*, Einaudi, Milano 1949.

Arte e moda*

FRANCESCA ZAMBON

1. Introduzione. I rapporti tra moda e arte sono sempre stati stretti, numerosi e complessi; oggi anche ampiamente riconosciuti e istituzionalizzati, pur se rimane qualche purista dell'arte che cerca di difendere la distinzione.¹ Su arte e moda si fanno da tempo esposizioni e convegni, le sfilate si fanno nei musei, e nei musei si espongono anche collezioni di vestiti su manichini, e gli stilisti frequentano altri artisti ed espongono le loro teorie estetiche, di moda scrivono i più noti critici d'arte, e la moda viene studiata, insieme al design, alla pubblicità, all'illustrazione e altro dagli storici dell'arte² e dagli studiosi di «cultura visuale».³ In televisione, essi coabitano nelle stesse rubriche, insieme al design. Arte e moda sono due mondi soggetti a seduzione reciproca, i loro destini spesso si incrociano in una «ballata di reciproca dipendenza».⁴ Qualcuno giunge a sostenere che la moda – con il cinema, l'architettura, il design, la canzonetta – è la più viva e vera delle arti del nostro tempo, mentre quelle tradizionali sono in via di meritata estinzione. Il problema non è quindi se la moda sia arte, ma quando e come essa diventi arte, e quali rapporti ci siano tra la moda e le *altre* arti. La tipologia dei rapporti tra moda e arte è molto ampia. Ne ricordiamo qui di seguito i principali:

- a) gli oggetti d'abbigliamento come opere d'arte visuali o plastiche, analoghe a quelle della pittura o forse meglio, alla scultura; loro esposizione in musei d'arte;
- b) pittura e scultura come fonte documentazione delle mode d'un tempo, come mezzo di formazione e come spunti di ispirazione per i creatori di moda;
- c) pittori e scultori che si dedicano direttamente alla creazione di oggetti di abbigliamento, o che collaborano con i creatori di moda;
- d) luoghi d'arte (palazzi, musei e monumenti) come ambiente dove rappresentare la moda (servizi fotografici, sfilate);
- e) promozione, da parte delle case di moda, di manifestazioni artistiche, di ricerche sull'arte, di restauri, ecc.;
- f) moda come oggetto di opere d'arte grafica, fotografica e cinematografica;
- g) la sfilata di moda come *performing art*, spettacolo, affine al teatro e al balletto.

Un chiarimento iniziale si impone: con la parola moda si intendono due fenomeni netta-

* Sintesi di *Quando la moda diventa arte. Un'analisi sociologica*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 238 + ill.

¹ A. Bonito Oliva, in www.stilearte.it, fonda la distinzione sul principio che la moda si occupa di ciò che copre il corpo, mentre l'arte ha per oggetto fondamentale l'analisi e la rappresentazione del corpo.

² A.C. Quintavalle ha fondato a Parma il Centro Studi e Archivio della Comunicazione, in cui oltre che di arte, design, fotografia, media e spettacolo, ci si occupa anche di moda.

³ N. MIRZOEFF, *Introduzione alla cultura visuale*, Meltemi, Roma 2002.

⁴ Conferenza del critico d'arte contemporanea Olivier Zahn, nel Corso superiore di Arte Visiva, Fondazione Antonio Ratti; presente nel sito internet: www.undo.net/Visual/Corso/layconferenzear/zahn.htm.

mente distinti, anche se procedenti da una base comune. Il primo comprende gli oggetti e le pratiche che riguardano l'ornamentazione del corpo umano: l'abbigliamento o vestiario (moda vestimentaria), calzature, cappelli, gioielli, cosmesi, tatuaggi e simili, acconciature dei capelli. Tutte queste cose compongono un sistema (o struttura, se si preferisce) integrato di segni, un linguaggio.⁵ La forma generale che prende questo sistema, in un dato momento storico, è qualcosa di analogo a ciò che in arte da tempo si chiama stile o maniera (in questo si ritrova anche l'identità etimologica originaria tra la parola moda e il modo, la maniera).⁶ Nel presente scritto si tratterà essenzialmente della moda vestimentaria, perché l'abito è senza dubbio la componente più macroscopica di quel sistema semantico.

Nel secondo senso, per moda si intende il mutamento periodico delle preferenze (gusto) e della abitudini, soprattutto nella sfera propriamente culturale (arte, abbigliamento, arredo, spettacolo, filosofie, ideologie, ecc.) ma anche nei consumi, nelle attività di tempo libero, nelle pratiche mediche, nella ricerca scientifica e così via.⁷ Non tutti i mutamenti rientrano nel fenomeno moda. I tre requisiti principali sono: a) che essi avvengano secondo tempi e ritmi percepibili, cioè abbastanza rapidi da essere colti dai soggetti stessi, i quali si rendono conto dei mutamenti rispetto al passato e si aspettino che le cose cambieranno ancora in futuro. La coscienza della temporaneità, il senso dell'effimero, è costitutivo del fenomeno moda; b) che questi mutamenti abbiano un carattere periodico, di 'andata e ritorno', cioè oscillatorio; e dialettico, di azione-reazione, tesi-antitesi; c) che essi nascano da un centro, solitamente collocato in alto nella piramide sociale, e si diffondano secondo meccanismi abbastanza tipici (imitazione, emulazione, identificazione, contiguità, contagio, ecc.) nel resto della società/cultura.

La diversità tra i due ordini di fenomeni sembrano evidenti; ma anche la loro origine comune. La moda come modalità particolare di mutamento si è manifestata storicamente dapprima nella sfera estetica, e precisamente in quegli ambienti dove l'estetica è un valore primario, come la 'società di corte'. La sua estensione ad altri settori del comportamento sociale è sintomo del processo di estetizzazione della società, ovvero dell'indebolimento del principio di razionalità e della correlativa diffusione dei modelli di comportamento basati sulla sensualità, la fantasia, le emozioni, il piacere.⁸

Questo lavoro è articolato come segue. Si comincia con l'analisi sociologica della moda; mostrando come nel corso di quasi un secolo e mezzo di riflessioni cumulative sull'argomento, i sociologi siano giunti ad un paradigma teorico sostanzialmente stabile e condiviso, pur nelle diversità di accentuazioni e di lessico. Successivamente si compie una rassegna dei momenti fondamentali di storia della moda in Occidente, mettendo in evidenza la molteplicità di rapporti tra la moda e l'arte (in particolare la pittura). Anche qui l'immagine è abbastanza chiara e stabilizzata, almeno fino alla prima metà del Novecento; dopo di che le cose cominciano a complicarsi e confondersi, e quindi a rendere sempre più difficile la narrazione

⁵ G. PUGLISI, *I modi della moda*, Sellerio, Palermo 2001, p. 20.

⁶ R. LEVI PISITZKY, *Il costume e la moda nella società italiana*, Einaudi, Torino 1995 (1985).

⁷ H. BLUMER, *Fashion*, in *International Encyclopedia of the social sciences*, McMillan, New York 1972; L. GALLINO, *Moda*, in *Dizionario di sociologia*, Utet, Torino 1978.

⁸ Sull'estetizzazione come processo tipico della società post-moderna, cfr. R. STRASSOLDO, *Forma e Funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998, p. 241. Cfr. anche M. FEATHERSTONE, *Cultura del consumo e postmodernismo*, Seam, Roma 1994; G. MICHAUD, *L'art a l'état gazeus. Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Stock, Paris 2003.

in termini schematici. Si compie poi un breve *excursus* sui rapporti tra la moda e le due arti nuove che caratterizzano il XX secolo, il cinema e la fotografia. Nel paragrafo successivo si affronta una serie di nodi problematici attuali del rapporto tra moda, arte e società. Infine si espongono i risultati di una ricerca sul campo, mediante interviste a 15 giovani stilisti e a 16 responsabili di case di moda, su alcuni aspetti del rapporto tra moda e arte.

2. La sociologia della moda. La moda è un fenomeno tipico delle società che mostrano al tempo stesso il carattere della stratificazione e della mobilità, ovvero relativa apertura dei confini di strato (classe). Nelle società rigidamente castali gli eventuali mutamenti culturali rimangono all'interno della singola casta; gli appartenenti alle altre non possono neppure sognarsi di adottarli, e di solito è loro proibito. In una società essenzialmente egalitaria, d'altra parte, come la comunità primordiale, non ci sono stimoli sociali al mutamento. Quando invece esistono strati differenziati gerarchicamente, ma è possibile passare da quelli inferiori ai superiori, si scatena la ricerca di modalità per rimarcare la propria distinzione dalle classi inferiori e la propria appartenenza (o riferimento) a quelle superiori. L'abbigliamento, il gusto e i comportamenti estetici in generale, sono tra le più importanti di queste modalità. Ed è per questa ragione che la moda è divenuta un fenomeno così centrale nella società moderna, caratterizzata dall'ascesa ed espansione della borghesia. La borghesia vuole accentuare la propria distinzione dalla classe popolare, da cui proviene; ed aspira a imitare l'aristocrazia, essere accettata e riconosciuta da essa, entrare a farne parte, porsi essa stessa come nuova aristocrazia.

La moda è un fenomeno tipico della società borghese anche per un'altra ragione: essa è un potente stimolo al consumo. La corsa alla distinzione comporta di solito una spinta verso beni sempre più costosi, verso il 'consumo ostentativo', il lusso. Più in generale, rendendo continuamente 'fuori moda' ciò che prima era di moda, essa costringe a eliminare il vecchio e comprare il nuovo. L'industria tessile e dell'abbigliamento hanno quindi un vitale interesse a spingere verso la generalizzazione dei fenomeni di moda a tutti i segmenti del mercato, e alla sempre più rapida successione delle mode. Inoltre, i meccanismi della moda tendono ad estendersi a tutti i settori del consumo, dalle abitazioni alle automobili agli alimenti.

In una società, come quella contemporanea (post-moderna), che tende a negare la propria natura di classe, e in cui il modello semplice di stratificazione gerarchica si è dissolto in una infinita molteplicità di raggruppamenti intersecantesi e dai contorni fluidi, la moda vestimentaria ha assunto caratteri del tutto nuovi e diversi; in breve, ha perso quel suo carattere di unità, totalità e coerenza che aveva ancora pochi decenni fa.⁹ Non esiste più *una* moda, che scende da un alto centro e si diffonde a cerchi concentrici verso il basso e i margini, costringendo la gente a uniformarsi; ma una grande pluralità di proposte, tra cui ognuno può scegliere a proprio gusto. La storia del Novecento testimonia un vicendevole scambio di influenze, fra la volontà della moda non solo di essere conforme alle esigenze della società industriale, ma anche espressione di uno «spazio» artificialmente separato della realtà, che si «autodistrugge»¹⁰ di fronte ai molteplici stimoli provenienti dalla strada, dalla musica, dalla

⁹ La moda è «una dea che noi dobbiamo ubbidire più che capire... i decreti della moda trascendono la comprensione umana. Non sappiamo perché vengano emessi o quanto tempo possano durare; soltanto sappiamo di doverli seguire, e più rapida è l'obbedienza più grande il merito», scrive J.C. FLÜGEL in *La forza della moda*, in ID., *Psicologia dell'abbigliamento*, Franco Angeli, Milano 2003 (1930), p. 166.

¹⁰ O. ZAHN, vedi n. 4.

televisione, dai fogli patinati, dal *web*, dal cinema e dall'arte contemporanea. La moda nelle sue frange più creative diviene una fabbrica di 'sogni' fascinosi, dove si ha la pura celebrazione della bellezza del corpo umano e delle cose che l'esaltano.

A questo quadro generale il pensiero sociologico è arrivato attraverso un'accumulazione di più che secolare di riflessioni e ricerche.

2.1 Spencer

Al tema della moda si è dedicato già uno dei padri fondatori della sociologia, Herbert Spencer (1820-1903), nel quadro della sua fondamentale distinzione tra la 'società militare', cioè tradizionale, dominata dall'aristocrazia guerriera e dai suoi usi, costumi e valori, e la 'società industriale', cioè moderna, caratterizzata dal predominio dei valori e dei modelli di comportamento della borghesia. Nella prima, la maniera di vestire, abitare, consumare, atteggiarsi, fa parte del cerimoniale che definisce la collocazione di ognuno nella società, e in particolare i rapporti di superiorità e subordinazione. La maniera di vestirsi è rigida, cioè definita con precisione; è stabile, cioè tende a non mutare nel tempo; è prescrittiva, obbligatoria; e tende ad esprimere un atteggiamento 'reverenziale', perché molti sono gli inferiori, e pochi i superiori. Essa svolge essenzialmente funzioni di controllo sociale. Nella società industriale invece l'allentamento dei vincoli di potere e la diffusione della libertà individuale stimola il desiderio di emulazione di chi sta in basso verso chi sta più in alto. L'emulazione o competizione tra individui per salire nella struttura sociale spiega anche la mutevolezza della moda, nel più generale quadro della mobilità, del mutamento e dell'evoluzione sociale. La moda, stimolando la ricerca della distinzione e dell'ascesa da parte degli individui, a livello collettivo tende invece a favorire una sempre maggior eguaglianza.¹¹

2.2 Sumner

William Graham Sumner (1840-1865) inquadra invece il problema della moda nella sua distinzione tra le *folkways*, le pratiche culturali, le abitudini, e i *mores*, i costumi; distinzione basata sul maggior contenuto di principi etici fondamentali di questi ultimi, in rapporto alla maggior contingenza e superficialità dei primi. Egli sottolinea che il concetto di moda si applica non solo ai fenomeni vestimentari ma a molti altri settori della cultura: gli ideali di bellezza, i modi di parlare e di divertirsi, ma anche le credenze, gli ideali. La moda è un fenomeno affine ai *folkways*, in quanto «le mode non offrono alcuna garanzia di convenienza... la moda, offerta all'individuo dalla comunità, non aggiunge nulla al suo buon senso, al suo giudizio, o al suo gusto, ma gli impone semplicemente una coercizione alla quale egli deve conformarsi». ¹² Ciononostante la moda non fa parte dei *Folkways* ma dei *Mores*, seppure in maniera debole, perché 1) le mode conservano un rapporto di funzionalità rispetto al benessere collettivo: «per quanto frivole possano sembrare alla gente di un'altra epoca, esse si presentano come tentativi di vivere bene, di soddisfare qualche interesse, di ottenere qualche risultato positivo»; ¹³ 2) esse hanno un carattere coercitivo e normativo. Sumner nota che la

¹¹ H. SPENCER, *Le istituzioni del cerimoniale*, in *Principi di sociologia*, Utet, Torino 1976 (1876-1882). Per il pensiero di questo autore, come per gli altri esaminati di seguito, ci siamo molto basati sull'analisi di D. SIMON, *Moda e sociologia*, Franco Angeli, Milano 1990.

¹² W.G. SUMNER, *Costumi di gruppo*, Comunità, Milano 1962 (1906), p. 43.

¹³ *Ivi*, pp. 65-66.

forza delle mode si basa sullo ‘stimolo della vanità’, che si traduce in desiderio di distinzione; e che quello stimolo imprime loro un carattere di irrazionalità, che inevitabilmente spinge le mode verso la stravaganza: «tutte le mode tendono alla stravaganza» perché gli apparati sensoriali tendono ad assuefarsi alle novità e agli stimoli, ad ottundersi e abituarsi: «una nuova moda nell’abbigliamento appare all’inizio assurda, sgraziata o indecente; dopo un poco questa impressione si attenua finché tutti si conformano alla moda stessa». ¹⁴ Quindi «è necessaria esagerare per rinnovare l’impressione di distinzione». ¹⁵

2.3 Veblen

Thorstein Veblen (1857-1929) tratta della moda nella sua aspra critica della ‘società finanziaria’, cioè moderna-borghese-capitalista, e in particolare contro il suo carattere di ‘consumo vistoso’, o ostentativo, o esibizionista, che si traduce in dissipazione e lusso senza limiti. Ai suoi vertici la nuova classe ‘agiata’ dominante non ha neanche più bisogno di rimarcare la propria distinzione dalle classi inferiori, tanto siderale è la sua distanza in termini di reddito; l’emulazione si svolge all’interno della classe stessa, tra gli individui che ne sono sicuramente parte e fanno a gara tra loro a chi vale di più, cioè è in grado di spendere di più. In questo quadro, la moda – nei vari campi della cultura materiale: abiti, ma anche abitazioni, gioielli, servitù, ricevimenti, divertimenti, ecc. – assume ritmi accelerati di mutamento; e le donne, in particolare, vi assumono il ruolo di ‘serve dei propri mariti’, in quanto sono lo strumento mediante cui essi possono ostentare la propria capacità di spendere in lussi superflui e in raffinatezze senza fine. ¹⁶

2.4 Tarde

Gabriel Tarde (1847-1904) individua tre fondamentali processi che caratterizzano la vita dei gruppi umani: l’imitazione, l’opposizione (reazione del gruppo di fronte all’innovazione inserita dall’imitazione) e l’adattamento (all’innovazione), con ricomposizione dell’equilibrio all’interno del gruppo. L’imitazione procede sempre dal superiore verso l’inferiore, ovvero ogni individuo ha la tendenza ad imitare chi gode di superiore prestigio. La moda è una forma specifica di imitazione: il prodotto di una suggestione mentale, di una disponibilità ad accettare l’innovazione. Anche per Tarde, essa si applica a tutti gli aspetti della cultura: lingua, leggi, scienza, tecnica, morale, arte, e perfino ai modelli di razionalità. Essa si caratterizza in quanto proviene dall’esterno del gruppo, e dalla contemporaneità (non dal passato del gruppo stesso). Nelle società più chiuse e stabili, le innovazioni imitate tendono a sedimentarsi in costumi, e integrarsi nella tradizione. In società più aperte e mobili possono rimanere sul piano della moda, con il suo carattere di novità, estraneità e precarietà. ¹⁷ Ma le mode possono anche consolidarsi in costumi e tradizioni.

2.5 Simmel

La più celebre forse fra le trattazioni della moda da parte dei classici della sociologia è quella di Georg Simmel (1858-1918). ¹⁸ Egli vede nella moda una forma di socialità in cui sono in

¹⁴ *Ivi*, pp. 27-28.

¹⁵ *Ivi*, p. 213.

¹⁶ T. VEBLÉN, *La teoria della classe agiata*, Einaudi, Torino 1949 (1899).

¹⁷ G. TARDE, *Le leggi dell’imitazione*, in *Scritti sociologici*, Utet, Torino 1976 (1907).

¹⁸ G. SIMMEL, *La moda*, Longanesi, Milano 1985 (1895).

gioco due principi fondamentali della vita sociale, quello della differenziazione e quello dell'eguaglianza. Ognuno cerca di essere se stesso, e quindi di differenziarsi e distinguersi dagli altri; ma ognuno cerca anche di essere parte di un gruppo, e quindi di essere eguale ai membri di quel gruppo. In termini più attuali, questo principio può essere espresso nella dialettica identità-identificazione: ognuno cerca di costruire la propria identità individuale, ma allo stesso tempo aspira ad identificarsi con un gruppo (di appartenenza o di riferimento). Il meccanismo vale non solo per gli individui, ma anche per i gruppi: ogni gruppo cerca di differenziarsi da altri gruppi, ed assomigliare (essere eguale a) altri gruppi ancora. In una società divisa in classi, è la classe media più soggetta a questo meccanismo, perché ha sia una classe inferiore da cui distinguersi e difendersi, sia una classe superiore da imitare e a cui assimilarsi. La classe superiore e quella inferiore sono meno pressate dalle esigenze della moda, perché la prima deve solo difendere la sua identità, alzando barriere simboliche e introducendo elementi di differenziazione, mentre la classe inferiore può solo aspirare a salire. Tuttavia l'importanza della moda per la classe superiore aumenta quanto più si dissolvono le barriere economiche e giuridiche rispetto alle inferiori. Il principio dell'eguaglianza di fronte alla legge, e l'ascesa economica della classe media lascia all'aristocrazia solo la moda come meccanismo di distinzione; ed essa è quindi costretta a lanciare continuamente innovazioni nello stile di vita, nei gusti, ecc. che la differenzino dalle inferiori. Appena uno di questi elementi è imitato e divenuto comune, banalizzato, volgarizzato, essa deve abbandonarlo e inventarne un altro. La moda è anche un fenomeno tipico delle società urbane, perché è qui, grazie alla contiguità fisica, che gli individui e i gruppi delle classi inferiori possono vedere le diversità di quelli delle classi superiori, e provare quella forma benigna di invidia che è il desiderio di imitazione ed emulazione. Questa competizione è una delle ragioni della continua tensione psichica, o 'nervosismo collettivo' (noi diremmo stress) tipico della vita nella grande città.

A Simmel non sfuggono anche le determinanti strutturali del fenomeno moda: «in contrasto con la sua origine individuale, ai nostri giorni la creazione di moda è sempre più inserita nell'organizzazione del lavoro e dell'economia moderna. Non solo sporadicamente appare un articolo che poi diventa di moda, ma vengono prodotti degli articoli perché diventino di moda».¹⁹ La moda assume ritmi di intensità e velocità particolari nella società capitalistica, basata sull'economia monetaria e la tendenza all'arricchimento, perché «quanto più rapidamente cambia la moda, tanto più gli oggetti devono diventare economici, e quanto più gli oggetti diventano economici, tanto più invitano i consumatori e costringono i produttori ad un rapido cambiamento della moda»²⁰ (forse oggi dovremmo dire, invitano i produttori e costringono i consumatori). In altre parole, la logica del capitalismo industriale implica l'accelerazione dei ritmi e cicli della moda. Infine, la rapidità del consumo degli oggetti contribuisce all'alienazione dell'uomo moderno, perché quantifica il rapporto tra l'uomo e le cose, impedisce l'adesione, l'affezione della coscienza individuale ai prodotti di consumo, e infine impedisce la loro comprensione intellettuale.

2.6 Sombart

Questa è anche l'ottica in cui si pone l'economista-sociologo-storico Werner Sombart (1863-1941). Egli pone la moda tra i fenomeni del lusso, e ne evidenzia le profonde differenze di

¹⁹ G. SIMMEL, *La moda*, in ID., *Arte e civiltà*, Isedi, Milano 1976, p. 23.

²⁰ *Ivi*, p. 102.

funzione tra il primo capitalismo (pre-industriale) dei secoli XIII-XVIII, e il capitalismo maturo (sec. XIX-XX). Nel primo, il lusso e quindi la moda è il motore che fa crescere l'economia manifatturiera e commerciale, perché permette sostanziosi profitti. Gran parte del commercio, in quest'epoca, riguarda i prodotti di lusso, diretti alle elites. Si recupera qui la teoria mandevilliana dei 'vizi privati, pubbliche virtù'. Sombart individua nella dinamica del lusso diversi meccanismi specifici. Del primo capitalismo sono tipici i processi di a) privatizzazione (penetrazione nelle mura domestiche, nell'ambito familiare e di gruppo); b) l'oggettivazione (spersonalizzazione dei beni e loro materializzazione in oggetti concreti); c) raffinamento (perfezionamento dell'oggetto, in forme e materiali sempre più ricchi ed elaborati). Nel capitalismo maturo sono tipici invece i processi di a) concentrazione nel tempo (consumo più regolare e rapido) e b) mutamento (rapida sostituzione degli oggetti in relazione ai mutamenti del gusto). Nel primo capitalismo, dominato dall'aristocrazia, le norme del gusto sono suggerite dagli artisti e dagli artigiani, secondi principi rispettivamente di innovazione intellettuale e di esperienza tradizionale, e tendono a mutare con lentezza. Nell'Ottocento si assiste invece alla realizzazione meccanica di beni privi di valore artistico, magari imitazione di stili passati, riproposti come moda ma svalutati a livello culturale, che diventano oggetto di un piacere estetico instabile e mutevole. Con lo sviluppo della società urbano-industriale i gusti e quindi i beni tendono a differenziarsi in una molteplicità di direzioni, man mano che la moda estende il suo dominio su categorie di beni sempre più numerosi e a gruppi sociali sempre più vasti.²¹

2.7 Sorokin

Pitirim A. Sorokin (1889-1968) analizza il fenomeno della moda nella sua grandiosa opera in più volumi sulla *Dinamica sociale e culturale*, pubblicata tra il 1937 e il 1941.²² La moda è una modalità particolare della diffusione degli elementi della cultura, caratterizzata dalla mutevolezza dei contenuti e dalla rapidità del mutamento. Come ogni altro mutamento culturale, essa parte dalle classi superiori e si diffonde verso il basso, con rapidità e modalità dipendenti da molti fattori: la natura delle innovazioni, il modo del loro consumo, la loro affinità e o estraneità alla cultura in cui penetrano, l'efficienza dei canali di comunicazione, la presenza di pressioni derivanti dal prestigio, dal potere o dal denaro, e così via.

2.8 Smelser

Neil J. Smelser (1930) situa la moda in un quadro analitico molto diverso: quello dei 'movimenti collettivi' di rapida diffusione ma breve durata, caratteristici della società contemporanea (anche se non sconosciuti a quella tradizionale). Tra i movimenti collettivi egli distingue due categorie affini, i *fads* e i *crazes*, ambedue caratterizzati da una mobilitazione irrazionale verso un oggetto o comportamento ritenuto capace di soddisfare desideri. La differenza tra *fads* e *crazes* è che i primi sono voghe passeggere, superficiali, mentre i secondi possono coinvolgere più in profondità e assumere aspetti maniacali. La moda è quel tipo di *fad* o *craze* che riguarda soprattutto l'abbigliamento. L'importanza dei fenomeni di moda nelle società occi-

²¹ W. SOMBART, *Lusso e capitalismo*, Unicopli, Milano 1988 (1913); ID., *Il capitalismo moderno*, Utet, Torino 1967 (1916).

²² P. SOROKIN, *Social and cultural dynamics*, American Book Co, New York and Cincinnati 1937-41.

dentali è dovuto al venir meno dei criteri 'ascrittivi' di status, basati sulla parentela, razza, casta e simili, e la diffusione di quelli 'acquisitivi' come il successo, l'influenza, la ricchezza, i quali devono essere esibiti mediante appropriati 'simboli di status'. Un secondo fattore è una tripla 'tensione strutturale', connaturata al ciclo della moda: a) l'erosione del potere dei simboli, a causa della loro limitatezza temporale e generalizzazione sociale; b) l'incertezza sulla scelta dei simboli più adeguati; c) la loro sempre più facile accessibilità, grazie all'accresciuta disponibilità di risorse. Un terzo fattore è la diffusione della credenza che 'essere alla moda' sia una garanzia di status. Il quarto riguarda i 'fattori di precipitazione' delle mode, diversi a seconda che essi operino all'interno di una comunità, o tra comunità diverse. Infine il quinto fattore riguarda i meccanismi di mobilitazione all'azione, in cui si distinguono due momenti: il desiderio di distinzione dei 'leaders', e il desiderio di conformità dei 'seguaci'. In conclusione, la moda, come *fad* o *craze*, è un fenomeno collettivo tipico delle società caratterizzate da mobilità sociale e orientamento consumistico. La moda non porta alla costruzione di forti strutture sociali; si mantiene su un piano superficiale.²³ Come aggiungerà Francesco Alberoni, «la moda è una tipica modalità esplorativa dell'agire sociale, è 'fatta per gioco'. Vi è un'analogia fra moda e festa più che nell'impegno parziale, proprio nell'isolamento ludico e nella durata limitata».²⁴

2.9 Barthes

Una notevole influenza sulla sociologia della moda ha avuto anche l'approccio 'strutturalista' di derivazione linguistica (de Saussure) e antropologica (Levi-Strauss), generalizzato poi nella 'semiologia' o scienza dei segni. L'applicazione di tale approccio ai fenomeni di moda è stato compiuto per la prima volta da Roland Barthes (1915-1980), che si occupa in particolare dei rapporti tra la moda guardata e la moda scritta (i discorsi sulla moda). I vari elementi dell'abbigliamento sono visti come parole, il cui senso è dato dalla loro relazione con l'intero linguaggio della moda. L'analisi del sistema della moda deve stabilire quando vi siano cambiamenti nelle forme e nelle funzioni del vestiario, considerando sia i diversi tempi di mutamento tra il vestiario come significante e il suo significato (il riferimento all'epoca, al paese, alla classe, alla cultura) sia il fatto che la moda è un sistema finito e autonomo di norme, il cui sviluppo è in qualche misura indipendente dalla storia sociale generale.²⁵ L'approccio semiologico, con forte valenza anche sociologica, ha continuato a svilupparsi; vi appartengono ad es. autori importanti come Ugo Volli e Fred Davis.²⁶

2.10 Baudrillard

Jean Baudrillard (1929) combina l'approccio strutturalista- semiologico barthesiano con l'economia politica marxiana, per denunciare la perdita di importanza dell'aspetto materiale delle merci, destinato a soddisfare bisogni reali, e la prevalenza del loro aspetto segnico e sim-

²³ N. SMELSER, *Il comportamento collettivo*, Vallecchi, Firenze 1968.

²⁴ F. ALBERONI, *Sociologia del comportamento collettivo*, in AA.VV., *Questioni di sociologia*, La scuola, Brescia 1966, pp. 764-765.

²⁵ R. BARTHES, *Il sistema della moda*, Einaudi, Torino 1970 (1967); ID., *Storia e sociologia del vestiario*, in F. BRAUDEL (a cura di), *Annales. La storia e le altre scienze sociali*, Laterza, Bari 1982.

²⁶ U. VOLLI, *Contro la moda*, Feltrinelli, Milano 1988; ID., *Block modes. Il linguaggio del corpo e della moda*, Lupetti, Milano 1988. F. DAVIS, *Moda, cultura, identità, linguaggio*, Baskerville, Bologna 1993.

bolico, destinato a soddisfare desideri immaginari, creati e diffusi dal sistema dei media. Il capitalismo è divenuto un gigantesco sistema di produzione non di merci ma di simboli, per soddisfare non bisogni ma sogni. Il processo logico della moda non riguarda più il solo settore dell'abbigliamento, ma si applica ad ogni dimensione dei consumi culturali. Dietro le apparenze dell'assoluta libertà di scelta individuale e di eguaglianza consumistica però continuano a celarsi le determinazioni del potere sociale e le discriminazioni di classe.²⁷

2.11 I teorici della post-modernità

Negli ultimi vent'anni ha avuto luogo un acceso dibattito sui caratteri specifici e originali della società contemporanea, definita come 'post-moderna' o 'dell'informazione'. Anche i fenomeni di moda sono stati riesaminati alla luce delle teorie e dei concetti sviluppati in tale contesto. In generale sembra di poter affermare che la più recente sociologia della moda, mentre accetta le risultanze della tradizione sociologica in questa materia, tende a storicizzare la loro applicabilità. Esse erano più o meno vere nei riguardi della società tradizionale, e ancora di quella moderna fino circa agli anni '70. Da allora la società è cambiata così profondamente da renderle obsolete. In primo luogo è divenuto inutilizzabile il concetto di classe, ed è venuta meno anche la chiarezza delle distinzioni di strato. Oggi la società è costituita da una grande pluralità di raggruppamenti, sulla base di numerosi diversi criteri di appartenenza e distinzione: non più solo ricchezza, potere e prestigio, come un tempo, ma oggi anche di sesso, età, scelte culturali, stili di vita e così via. In queste condizioni, secondo i sociologi post-moderni, non è più applicabile il modello di diffusione gerarchica della moda, dall'alto verso il basso e dal centro verso i margini; nella società postmoderna non vi sono più una élite e un centro universalmente riconosciuti; ma ve ne sono molti, particolari e locali; predomina il pluralismo, l'anarchia, la libera scelta delle appartenenze e delle apparenze. In secondo luogo, la società postmoderna è caratterizzata dall'estrema facilità e velocità della comunicazione, sull'intero pianeta (aerei e ICT, *Information and communication technology*: telefono, fax, TV, internet, ecc.). Si azzerano quindi i tempi di diffusione delle innovazioni culturali; le innovazioni vestimentarie, così come le mode in qualsiasi campo, possono trasmettersi istantaneamente da un capo all'altro del mondo, creando nei circuiti culturali uno stato di fibrillazione e scintillazione continua. Nulla, e quindi tanto meno una moda, riesce a consolidarsi a lungo; tutto rimane perennemente in turbolenza, allo stato liquido (Nauman)²⁸ o meglio volatile (Marx-Engels).²⁹ In terzo luogo, nella società post-moderna i consumatori sono abbastanza istruiti da aver acquisito coscienza dei meccanismi di manipolazione da parte dei produttori, e sono in grado di sottrarvisi e reagire creativamente. Essi sono in grado di scegliere in piena libertà tra le offerte dei produttori. Il consumatore post-moderno è cosciente, competente, libero, attivo e creativo, e in un certo senso razionale rispetto ai propri scopi. Sceglie i prodotti non tanto per soddisfare bisogni primari, né per dimostrare il proprio status sociale, ma per costruire la propria identità; e per passare da un'identità all'altra, per cambiarle e per mascherarle, per soddisfare il proprio narcisismo, per il puro piacere del possesso e dell'esi-

²⁷ J. BAUDRILLARD, *Per una critica dell'economia politica del segno*, Mazzotta, Milano 1978; ID., *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano 1972; ID., *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*, Il Mulino, Bologna 1976.

²⁸ Z. BAUMAN, *Modernità liquida*, Laterza, Roma 2002.

²⁹ La celebre frase si trova ne *Il manifesto comunista*, varie edizioni.

bizione all'interno del propria cerchia sociale primaria, della propria tribù. Il consumo non è più una necessità materiale né una costrizione sociale, ma una forma di gioco e di ricreazione.³⁰ In questo contesto, è evidente che anche la moda perde le sue regole, i suoi meccanismi e determinismi tradizionali; e diventa anch'essa un puro, imprevedibile gioco creativo e ricreativo, fine a se stesso. Ne sono perfetta testimonianza le sfilate, che ormai hanno ben poco a che fare con l'indossabilità degli abiti mostrati e la loro vendita, ma sono puro spettacolo celebrativo dello stilista; mera, effimera immagine.

3. Moda e arte nella storia (cenni)

3.1 *La società antica*

Nella società tradizionale, l'abbigliamento e l'acconciatura di ogni individuo erano rigidamente determinate dal suo status, ruolo, funzione sociale e appartenenza di gruppo, che erano ascritte per nascita; erano essenzialmente *uniformi*, cioè una forma unica per tutti coloro che condividevano quello status.; e *divise*, perché lo distinguevano da coloro che occupavano altri status. Le variazioni individuali erano minime e contingenti. Per la gran massa della popolazione (70-95%), dedita al lavoro nei campi e in condizioni di povertà, erano capi strettamente funzionali. Per le élite abbigliamento e acconciatura potevano essere anche molto elaborati, ma di regola il mutamento era molto lento, da misurarsi sull'arco delle generazioni e dei secoli. Il mondo delle élite non è mai monolitico; è sempre molto più eterogeneo e dinamico di quello delle masse, a causa della continua competizione tra categorie, gruppi, famiglie e individui per le posizioni più elevate, per l'accesso alle risorse di onore, prestigio, potere, ricchezza. Questa competizione si esprime di solito anche nelle forme esteriori dell'abbigliamento. Nella società tradizionale, le due categorie sociali in cui l'abbigliamento assumeva forme più elaborate e vistose erano quelle dei guerrieri e dei religiosi (quindi dei maschi). Con la crescita, già nelle società antiche, di grandi città caratterizzate da eterogeneità culturale (etnica, religiosa, professionale, ecc.) e da mobilità sociale si creano le condizioni per lo sviluppo dei fenomeni di moda; ampiamente documentate dalle fonti letterarie ma anche dalle testimonianze artistiche. Nasce la figura del 'dandy', della persona che dedica gran parte del proprio tempo e attenzione alla cura della persona, dell'abbigliamento, delle maniere e dello stile di vita, e alla loro esibizione. Gli scritti satirici ellenistico-romani sono ricchi di denunce sugli eccessi, le ridicolaggini, le innovazioni, nel campo dell'abbigliamento, dell'acconciatura e della cosmesi, cui si abbandonavano le élite urbane di duemila anni or sono. Uno dei testi più famosi in questo campo, il *Satyricon*, è stato scritto da un famoso dandy dell'epoca neroniana, Petronio detto Arbitro appunto perché *arbiter elegantiarum* di quel mondo. Il Basso Impero romano è caratterizzato da ogni sorta di famosi eccessi consumistici anche nel campo vestimentario.

³⁰ D. MILLER, *Material culture and mass consumption*, Blackwell, Oxford UK and Cambridge (USA) 1987; G. LIPOVETSKY, *L'impero dell'effimero. La moda nelle società moderne*, Garzanti, Milano 1989; M. FEATHERSTONE, *The body in consumer culture*, in M. FEATHERSTONE, M. HEPWORTH, B.S. TURNER (eds.), *The body. Social process and cultural theory*, Sage, London 1991; R. SHIELDS (ed.), *Lifestyle shopping*, Routledge, London and New York 1992; L. BOVONE (a cura di), *Mode*, Franco Angeli, Milano 1997; L. BOVONE, E. MORA (a cura di), *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, Franco Angeli, Milano 2003; G. FABRIS, *Il nuovo consumatore. Verso il post-moderno*, Franco Angeli, Milano 2003; G. FABRIS, E. DI NALLO (a cura di), *L'esperienza del consumo tra pratiche e fruizione sociale*, Franco Angeli, Milano 2004.

3.2 Dal Medioevo all'età barocca

Saltando a piè pari mille anni, passiamo subito all'epoca di rinascita dell'economia urbana, artigianale, commerciale e finanziaria, verso il XIII secolo (Basso Medioevo). Inizia l'ascesa sociale della borghesia, però in un quadro strutturale e culturale che rimane formalmente dominato dall'aristocrazia e dal clero. La tessitura è una delle attività manifatturiere di base, e la prosperità della borghesia deve molto alla sua abilità di produrre tessuti con caratteristiche sempre più varie e qualità sempre più alta. Le testimonianze pittoriche e letterarie sull'abbigliamento nei secoli XIV e XV mostrano una stupefacente varietà, bellezza e ricchezza di abiti, stoffe e colori. I luoghi in cui si concentra il potere, la ricchezza e la cultura sono le corti, principesche ed ecclesiastiche; ed è qui, all'interno di ogni corte, e tra l'una e l'altra, che si sviluppano le condizioni di competizione tra gruppi e individui per l'acquisizione delle risorse sociali, e la loro esibizione anche nell'abbigliamento. La corte rimarrà fino all'Ottocento il luogo per eccellenza dell'innovazione culturale (del processo civilizzatore, come ha detto Norbert Elias)³¹ e quindi anche della moda vestimentaria. Baldassare Castiglione, dedica alcune pagine alla corretta maniera di abbigliarsi del *Cortegiano*; e sullo stesso tema monsignor Della Casa si intrattiene nel *Galateo*. Ma anche le vie, le piazze e le chiese delle città, in cui patriziato e borghesia si ritrovano e mostrano in pubblico quotidianamente, e in modo particolare in occasione delle feste, diventano luoghi di esibizione, innovazione e trasmissione delle mode. Nelle rappresentazioni pittoriche di questi secoli, e in particolare nel 'gotico internazionale' o 'cortese', le scene di gruppo, assomigliano spesso a vere, splendide sfilate di moda. Gli stilisti e i costumisti dei nostri giorni hanno nella pittura tardo-medievale e quattrocentesca un repertorio ricchissimo cui ispirarsi.

In molte comunità urbane la pubblica esibizione della propria ricchezza mediante il lusso delle vesti ed ornamenti raggiunse tali estremi da provocare l'emanazione di 'leggi suntuarie' allo scopo di limitarle. In esse si fissava quali tipi di tessuti, colori, fogge di abito, e ornamenti fossero ammissibili, a seconda delle categorie sociali e delle circostanze cerimoniali.

Nella società europea conviveva una pluralità di culture locali (urbane, regionali, nazionali), ma tra le corti e le élite sociali v'è sempre stata una notevole circolazione di persone, merci e idee. Esistevano quindi le condizioni per i fenomeni di moda dovuti anche alla importazione, in una comunità, di fogge vestimentarie tipiche di altre comunità e paesi (diffusione 'orizzontale' della moda).

A partire dal XVI secolo, la relativa unità culturale dell'Europa occidentale fu lacerata da un lato dallo scisma protestante, dall'altro dall'emergere degli stati nazionali centralizzati. Le diverse confessioni religiose tesero ad assumere abbigliamenti diversificati e distintivi. Sia i luterani, calvinisti ecc. del Nord che i 'cattolicissimi' spagnoli cominciarono ad adottare abiti tendenti al semplice e al nero, come segno di austerità e rigore morale, in contrapposizione all'orgia di colori tipici delle 'peccaminose' epoche precedenti. Ma in altre aree del mondo cattolico invece quei tratti si mantennero, e anche si accentuarono nel 'manierismo' tardo-cinquecentesco ed esplosero nel Barocco, con i noti caratteri di vistosità, dinamicità spaziale, sovrabbondanza, e sensualità. È in questo periodo – il Seicento – che la Francia assume quel ruolo di guida per l'intera Europa nella cultura, nelle arti e quindi anche nell'abbigliamento, che terrà per trecento anni, fino alla metà del XX secolo. È interessante notare che la stessa

³¹ N. ELIAS, *Il processo di civilizzazione*, Il Mulino, Bologna 1988.

nozione e parola 'moda' vengono coniate in Francia, in questo periodo, e di qui arrivano ad esempio in Italia.³²

Nello società pre-moderna, la moda maschile è condizionata dal costume, universalmente diffusa nell'aristocrazia, di portare le armi, e in particolare la spada. Alcuni particolari del vestito maschile, tramandati fino ai nostri giorni, sono vestigia di questa usanza: ad esempio i due bottoni al polso della giacca, che in origine servivano a tenere rimboccata la manica durante il brandeggio della spada.

Si può anche ricordare, seppur tangenziale al fenomeno moda, che nel Seicento, soprattutto sull'esempio francese, si mette ordine nell'abbigliamento militare, fino allora generalmente lasciato all'estro dei singoli comandanti, o addirittura dei singoli soldati.³³ Si impongono le uniformi, rigidamente eguali per ogni reparto e grado, e caratterizzate di solito da un'esplosione di colori sgargianti, forme e ornamenti fantasiosi. Il disegno di uniformi e livree divenne uno degli hobby preferiti dei sovrani, e campi di applicazione dei loro consulenti artistici. Dal resto v'era già il precedente prestigioso dell'uniforme delle Guardie Svizzere di Papa Giulio II, disegnate da Michelangelo. L'unico aspetto funzionale, dal punto di vista militare, della vistosità delle uniformi era di evidenziare al massimo, sul campo di battaglia, la differenza tra i reparti (e quindi anche tra amici e nemici); per il resto lo scopo di quelle fantasie di forme e colori era quello, puramente estetico, di evidenziare la ricchezza e buon gusto dei sovrani. Dal resto, il mondo militare ha sempre albergato una forte componente estetica.³⁴ L'abbigliamento militare ha influenzato quello civile fino ai nostri giorni: ad esempio le spalline dei soprabiti, in origine destinate a trattenere le bandoliere; o la cravatta, in origine segno distintivo di reparti reclutati in Croazia nel '700 (fr. *cravatte* da *croate*).

Nel Settecento la pompa barocca si stemperò, in tutte le arti, e quindi anche nel vestiario, in forme meno espansive e sgargianti, più minute e raffinate. L'abbigliamento maschile continuava a gareggiare con quello femminile nella preziosità delle stoffe e cromatismo delle decorazioni, ma in forme più contenute, mentre quello femminile continuava ad essere caratterizzato da gonne molto ampie. La corte di Versailles e i salotti parigini, tenuti da dame famose, erano le indiscusse fonti di ogni moda per tutta l'Europa. Watteau e Fragonard, i pittori preferiti da questo mondo, nei loro quadri galanti proponevano abiti di fantasia che poi venivano imitati e riprodotti nella realtà sartoriale.

3.3 La rivoluzione e l'epoca napoleonica

La rivoluzione francese e gli anni napoleonici furono un periodo di rapidi sconvolgimenti non solo sul piano politico, economico e sociale, ma anche in quello vestimentario. Nel giro di trent'anni si passò dall'estrema raffinatezza, e fin leziosità, dello stile rococò (o barocchetto), alle semplificazioni proletarie dei 'sanculotti', ai nuovi eccessi di fantasia multicolore dei 'moscardini', i figli della borghesia rivoluzionaria che godeva il suo nuovo potere e ricchezza; allo stile 'impero', ispirato all'antichità classica, nell'interpretazione raffinata di Winckelmann, David e Canova (neoclassicismo); al breve innamoramento per lo stile 'egizio'

³² R. LEVI PISETZKY, *Il costume...* cit.

³³ G. PARKER, *La rivoluzione militare. Le innovazioni militari e il sorgere dell'Occidente*, Il Mulino, Bologna 1990.

³⁴ F. CARDINI, *Quell'antica festa crudele*, Sansoni, Firenze 1982.

(il primo dei molti che seguiranno). L'abbigliamento femminile toccò punte audaci di semplificazione, alleggerimento e scoprimento della pelle, in omaggio sia alla cultura antica sia alla nuova libertà dalla censura clericale.

3.4 L'Ottocento e la società industriale

La moda della Restaurazione esprime la volontà della borghesia, ormai classe dominante, di rifiutare la licenziosità tanto del rococò che della rivoluzione, per tornare ai buoni vecchi principi cristiani di serietà, austerità, modestia e decoro. Nello stile Biedermaier – il Pio Meier – nell'Europa Centrale, e nello stile Vittoriano in Inghilterra, si giunse ad un puritanesimo spinto. Ciò vale soprattutto per l'abbigliamento maschile, che in questo periodo – il secondo quarto del sec. XIX – assume le forme e gli elementi fondamentali che perdurano, con poche variazioni cicliche e marginali, fino ai nostri giorni.

Ma la società post-rivoluzionaria è lungi dall'essere monolitica; essa si articola in una pluralità di movimenti politico-culturali, in ideologie e partiti contrapposti, e queste diversità vengono espresse e mostrate anche nell'abbigliamento e nelle acconciature. I nostalgici dell'*ancien régime* continueranno ancora per qualche anno a usare elementi di vestiario e acconciatura di foggia settecentesca; la borghesia liberale portava tube, giacche nere e pantaloni lunghi; i romantici, in antitesi ai volti rigorosamente glabri degli illuministi settecenteschi, portavano il capo cespuglioso di capelli lunghi, barbe e baffi, e spesso abiti più fantasiosi di quelli dei buoni borghesi (questi caratteri, come vedremo, torneranno pari pari nella gioventù neo-romantica del 1968 e dintorni). Più tardi, verso la fine del secolo, socialisti ed anarchici si distingueranno per i loro cappelli a tesa larga e cravatta annodata alla 'Lavallière'. Anche le donne esprimono qualche segno di politicizzazione in fatto di moda: nel 1868 il Consiglio delle Donne Tedesche, riunitosi a Stoccarda, approva una mozione in cui condanna la tirannia della moda e indica una serie di punti di natura estetica (non accettare abbigliamenti contrari al buon gusto), igienica (rifiutare abiti costrittivi, dannosi alla salute) ed economica (vestirsi secondo le proprie possibilità).

L'Inghilterra, circondata di grande prestigio come regina dei mari, vincitrice di Napoleone, prima società a regime liberal-parlamentare e prima potenza industriale, insidia alla Francia il ruolo di guida europea della moda, in particolare mascolina. Si diffondono le buone stoffe inglesi, e con esse lo stile inglese nel vestiario. Si guarda ai suoi 'dandy', tipo Lord Brummel, come modelli d'eleganza.

La moda maschile si differenzia nettamente da quella femminile. Mentre in tutte le epoche precedenti gli abiti maschili, pur ovviamente diversi per foggia, hanno sempre gareggiato con quelli femminili in fantasie, colori, preziosità e decorazioni, nell'Ottocento essi, come abbiamo accennato, si semplificano drasticamente nelle forme, e tendono ad un unico colore: il nero. Questo colore ha certamente la funzione simbolica di richiamo all'austerità puritana e all'etica del lavoro; ma ha anche una funzione più pratica, di risposta alle nuove condizioni di vita urbana, caratterizzate dalla presenza ubiquitaria del carbone e del suo fumo, emesso dai camini domestici, dai treni e dalle ciminiere delle industrie. La moda femminile invece mantiene caratteri di maggior varietà di forme e nei colori – sempre entro una gamma sobria – maggiore ricchezza decorativa, e maggiore variabilità nel tempo.

Il primo Ottocento fu anche il periodo in cui nacque la maniera moderna di fare la moda; e ciò avvenne naturalmente a Parigi. I progressi tecnici nell'industria tipografica rendono possibile la pubblicazione di riviste illustrate e colorate, dirette al pubblico femminile, in cui la moda trova un posto crescente. Sempre a Parigi compare nel 1857 anche la prima casa di

mode, quella di Charles Frederick Worth (1825-1895). Fino allora ogni abito nasceva dall'interazione tra le richieste del singolo cliente e le proposte del sarto, e la moda si diffondeva essenzialmente per contiguità e contagio, in modo collettivo e spontaneo. Worth comincia a lavorare per il pubblico, propone d'autorità i suoi abiti, utilizzando modelle, e pretende di essere riconosciuto come un creatore, un *artiste en robe*. Precursore dello Stilista odierno, come colui che arbitro del gusto impone il proprio, Worth inventa il concetto di *Haute Couture*, e riesce ad imporre il proprio gusto borghese alle più illustri aristocrazie europee, attraverso 'modelli', concepiti secondo la sua 'ispirazione' e caratterizzati dal proprio marchio. Il sarto diviene l'artista, che «trasforma in struttura produttiva l'astratta piramide del gusto»,³⁵ riservandosi la prerogativa di influire con le sue creazioni sulla legge estetica della moda e sostituirla con un'altra uguale e contraria, in base ad un tempo convenzionale come quello delle annate e delle stagioni.

Abiti femminili, anche di qualità, cominciano ad apparire già confezionati in quella nuovissima invenzione del commercio, i grandi magazzini, che da Londra e Parigi si diffondono in tutte le maggiori città dell'Occidente. Sull'esempio di Worth si moltiplicano le 'case di moda'. La moda parigina, soprattutto femminile, diventa parte del costume quotidiano delle signore borghesi di tutto il mondo.

3.5 La Belle Époque

Per le donne, la moda propone durante tutto l'Ottocento, e ancora fino alla Grande Guerra, abiti caratterizzati dalla gonna lunga fino ai piedi, ampia, con la rotondità posteriore allo stesso tempo nascosta e amplificata da appositi sostegni, vita stretta da busti e corsetti, e seno anch'esso evidenziato, anche se coperto: la famosa linea a 'S'. completata da grandi copricapi. Tuttavia verso la fine del secolo avvengono alcuni fatti nuovi. La diffusione delle pratiche sportive, e soprattutto della bicicletta, anche tra le donne, stimola la richiesta di abbigliamento adeguati. Il salutismo fa prendere coscienza degli effetti devastanti dei busti troppo stretti, cui si imputa un ruolo non secondario nei mali tipicamente femminili del secolo, come la tisi e la tubercolosi, e la frequenza degli svenimenti. Il movimento per l'abbigliamento igienico, la cui prima manifestazione a Stoccarda nel 1868 abbiamo già notato, si diffonde. Al rifiuto della figura a S con il vitino di vespa e la abbondanti rotondità antero-superiori e posteriori, contribuisce anche quel movimento artistico-culturale, certo molto elitario, che fu la 'Confraternita pre-raffaelita'. La donna tipica dei pre-raffaeliti è magra, quasi emaciata (la modella preferita, e amante, di Dante Gabriel Rossetti infatti morirà precocemente di tisi), e vestita di tuniche leggere. Già nel 1848 essi stilano una denuncia sull'artificiosità e nocività delle mode dominanti, e auspicavano vesti rispettose delle linee naturali del corpo femminile. Questa linea culturale continuò, seppure in maniera marginale, in tutta la seconda metà dell'Ottocento e confluì in quella corrente che fu poi chiamata decadentismo, che propose il modello della donna androgina ed efebica, dal corpo liscio, asciutto e nervoso, vestito con abiti dritti e leggeri, alla greca o all'orientale. Significativamente, tra le maggiori fautrici della liberazione del corpo femminile dalle costrizioni della moda lussuosa imposta dagli uomini si annovera Constance, moglie, per qualche anno, di Oscar Wilde.³⁶

³⁵ U. VOLLI, *Contro la moda* cit., p. 95.

³⁶ P. WEBB, *The erotic arts*, Secker & Warburg, London 1974, p. 217; R. STRASSOLDO, *La moda, l'arte e l'idealtipo longilineo*, in L. BOVONE (a cura di), *Mode* cit., pp. 30-43.

La convergenza tra arte, moda, istanze sociali e politiche di liberazione della donna e infine i valori della salute corporea, avviene anche nel caso dell'architetto belga Henry Van der Felde (1863-1957), che nel 1898 e nel 1900 organizza nel museo di Krefeld due mostre degli abiti che aveva disegnato per la consorte, a guisa di manifesto di una nuova moda essenziale e lineare, senza particolari frivoli e superflui, in armonia con i canoni del nuovo stile in architettura, appunto l'art nouveau. Egli pubblica anche nello stesso 1900 un manifesto programmatico, intitolato *L'elevazione dell'abito femminile grazie all'arte*.

Un significativo interprete della visione moderna della moda fu Paul Poiret (1879-1944), che propose nel 1910 la linea a clessidra, verticale, sensuale e sciolta, ispirata al neoclassico e allo stile Direttorio-Impero; e per la Maison Worth propose una linea di capi semplici, facili da portare, sportivi; e anche pantaloni per signore. Ma egli si ispirò anche all'Oriente: turbanti alla Sherezade, tuniche, pantaloni alla turca, e così via. Nella sua autobiografia, Poiret si vanterà di aver «combattuto in nome della libertà e per l'abbandono del corsetto e per l'adozione del reggipetto». Una 'ventata di colore' esotico giunse a Parigi con l'arrivo nel 1909 della Compagnia dei Balletti Russi, i cui effetti si sentirono non solo nel mondo della danza e della pittura, ma anche in quello del costume e della moda. Poiret se ne ispirò per introdurre colori vivacissimi, in un mondo fino allora piuttosto 'slavato e insipido'. Poiret fu anche il primo disegnatore di moda che inserì artisti professionali (Raoul Dufy, Paul Iribe, Georges Lepape) nel processo creativo all'interno della sua casa di mode, 'Martine', applicandoli al disegno, oltre che di abiti, anche di tessuti d'arredamento, tappezzerie, mobili e oggetti per la casa, dagli straordinari pattern decorativi. L'interesse per il mondo orientale, bizantino e asiatico, misterioso e fiabesco proseguirà anche nei lavori di abbigliamento e gioielleria del disegnatore parigino di origine russa Ertè (Roman de Tiroff, 1892-1990). Il suo modello di donna è raffinata e lussuosa, misteriosa e perversa; la donna fatale, già ampiamente presente nella letteratura romantico-decadente.

Un episodio importante, nell'area comune tra l'arte pittorica e la moda tessile, fu quello del pittore barcellonese Mariano Fortuny (1871-1949), che, stabilitosi prima a Roma e poi a Venezia, concentrò i suoi interessi artistici nel disegno di tessuti, abiti e costumi, ispirandosi al mondo classico (il modello *Delpbos*, in seta finemente plissettata) e soprattutto all'opulenza del Rinascimento italiano, di cui a Roma e Venezia aveva avuto modo di ammirare amplissima documentazione pittorica (fig. 70). Riflessi sui tessuti, e quindi anche sulla moda, ebbe pure il movimento inglese dell'Arts and Crafts, di William Morris, e le analoghe iniziative sul continente, come quelle dei *Werkstätte* (laboratori) per le arti applicate, fiorite nei paesi germanici. Il loro scopo era quello di rivalutare i procedimenti e la creatività degli artisti-artigiani, in opposizione al degrado qualitativo e alla standardizzazione della produzione industriale. A Vienna attorno al Wiener Werkstätte, fondato nel 1903 da Josef Hoffman e Moser Kolomann, si riunirono alcuni dei più brillanti ingegni artistici dell'area. Nel 1911 vi si fondò un laboratorio per la stampa di stoffe e tessuti e di disegno di abiti, concepiti come parte dell'arredo totale della casa. Con la sartoria si cimentò anche Gustav Klimt, per la casa Flöge, con una serie di abiti 'a sacco'. Dal resto, la sua attenzione per stoffe e abiti è molto evidente anche nella sua produzione pittorica più tipica, ed è uno dei motivi della sua larghissima popolarità anche ai nostri giorni. I quadri di Klimt, esposti all'Expo di Roma del 1912, furono ammirati da Francois Poiret, che ne fu molto colpito. L'anno dopo andò a Vienna ad incontrarlo, e da quella data la sua produzione di moda fu chiaramente influenzata dallo stile 'neo-bizantino', elegante e sontuoso di Klimt.

3.6 Il Novecento: guerra e interguerra

Il disastro della guerra indusse la moda a forme più sobrie, mentre il largo impiego di manodopera femminile nelle fabbriche belliche, a sostituire gli uomini andati al fronte, fece familiarizzare molte donne con la semplicità e praticità dei vestiti da lavoro, del tipo vestito-camicia. In generale, la guerra diede una spinta notevole alle istanze di emancipazione femminile. Nell'immediato dopoguerra ha straordinario successo il romanzo di Victor Maguette, *La garçonne* (1922), storia di una diciannovenne che rivendica i suoi diritti di indipendenza e libertà, simboleggiati anche dal taglio cortissimo dei capelli e dal basco, elementare copricapo fino allora esclusivamente maschile. Nel mondo della moda l'interprete di questa nuova figura di donna fu Gabrielle Chanel, detta Coco (1883-1971), che aveva cominciato a produrre abbigliamento sportivo per le donne già prima della guerra. Coco era al corrente e partecipe dei movimenti per l'emancipazione femminile e frequentava anche l'ambiente delle avanguardie artistiche; in particolare era amica di Pierre Reverdy, a sua volta partecipe del circolo dei pittori cubisti. Alla *garçonne* assomigliava anche personalmente, nella figuretta minuta, nel carattere forte e deciso, nell'impegno nel lavoro, nella vita sociale e in quella sportiva. Nelle sue linee di abbigliamento essa combinava elementi maschili e femminili, linee essenziali, semplicità, accoppiate alla grande attenzione per la qualità dei tessuti. Nel 1924 Coco Chanel introduce l'uso di bigiotteria vistosa, abbondante, ma di modesto valore; quasi una forma di ironia verso il lusso della gioielleria vera.³⁷

La moda alla *garçonne* rappresenta lo sbocco di tutta quella serie di tentativi, che abbiamo ricordato sopra, di emancipare la donna dal cliché ottocentesco della 'linea a S'. Il suo enorme successo in tutto l'Occidente significa che ormai nell'universo femminile ha prevalso la voglia di parità. La donna non vuole più essere costretta ad evidenziare con complicati artifici le sue curve e controcurve per soddisfare il piacere oculare dei maschi; ma vuole un corpo snello, agile, pronto a svolgere in autonomia ruoli e attività un tempo riservate agli uomini.

Ovviamente, la moda alla *garçonne* è solo una delle proposte che i modisti fanno alle signore. La grande esposizione parigina del 1925, dedicata alle arti decorative, fa largo spazio anche all'abbigliamento. Vi partecipano alla grande stilisti e artisti degli orientamenti più diversi.

Madaline Vionnet (1876-1975) si merita il titolo di 'Architetto dell'alta moda', per la sofisticata bellezza delle sue creazioni, in cui si torna a valorizzare la femminilità. La sua originalità è tale da essere paragonata, nel campo della moda, a quella delle contemporanee avanguardie artistiche. Il suo lavoro sarà oggetto di una retrospettiva al Metropolitan di New York nel 1973.

Nei reparti moda all'esposizione dell'art déco partecipano anche artisti veri e propri, come Sophie Stein (1885-1979) più nota come Sonia Delaunay, moglie del pittore astrattista-geometrico Robert. In collaborazione con il sarto Jacques Heim essa presenta disegni per sete stampate ispirate al *simultanisme* lanciato dal marito, e anche modelli di 'abiti simultanei' per teatro e cinema. Peraltro essa aveva creato e indossato il suo primo 'abito simultaneo' nel 1913, e continuerà per molto tempo a produrre nei suoi 'libri neri' idee originali e disegni per

³⁷ Questa moda era favorita anche dal sempre più largo uso di una nuova materia plastica, la bakelite, che permetteva la realizzazione di oggetti di grande qualità visuale e poco prezzo. Cfr. G. STELLA, *Art Deco: ceramiche, tessuti e bakelite*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003.

una moda ispirata alle avanguardie artistiche della sua epoca, dal funzionalismo architettonico al dadaismo al surrealismo, con anticipazioni anche all'arte op.

All'expo di Parigi partecipano anche i futuristi, i quali fin dall'inizio della loro ambiziosa impresa di 'ricostruzione futurista dell'universo' avevano rivolto molta attenzione anche all'abbigliamento.³⁸ Ad applicarvi con speciale impegno fu Giacomo Balla (fig. 71), che già nel maggio 1914 aveva proclamato il suo manifesto sul 'vestito maschile futurista', divenuto poi nel settembre il 'vestito antineutrale'. Nel 1916 seguirono, ad opera di Ginna, proposte per la moda femminile futurista, ma solo nel 1920 Vincenzo Fani pubblicherà il *Manifesto della moda femminile futurista* (è noto il violento antifemminismo iniziale del movimento). Se Balla è, tra i futuristi, la figura di maggior rilievo nel campo della moda, interessanti contributi vennero anche da Depero, Thayat, Rizzo, Corona, Di Bosso, Crali, i quali produssero modelli di stoffe, panciotti, cravatte, tute, ombrelli, abiti teatrali, abiti con pubblicità incorporata, giacche senza bavero, e così via; con tagli, materiali, colori e forme ovviamente piuttosto originali. Molti di questi trovarono anche la via della realizzazione sartoriale.

Per quanto riguarda la moda, l'Italia era stata essenzialmente, da molto tempo, una provincia francese ed inglese. Qualche segno di interesse per un moda nazionale italiana era emerso già prima della guerra, con un libretto della sarta Rosa Genoni intitolato *Per una moda italiana* (1909), e un auspicio in questo senso dell'industriale Visconti di Modrone. Nel dopoguerra il tema è rilanciato da una accesa nazionalista e fascista della prima ora, Lydia Doso de Liguoro. Nel 1923 viene istituito a Torino un Ente Autonomo per la promozione della moda italiana, con tanto di commissione per il rilascio di marchi di garanzia di italianità dei modelli, sia come tessuto che come ispirazione. Ma la politica fascista della moda non risultò molto efficace. La moda francese continuò a dominare.

La figura forse più interessante in questo periodo in Italia è Elsa Schiaparelli (1890-1973), stravagante e anticonformista, che produce creazioni estremamente originali, spesso legate al mondo dell'arte d'avanguardia, specie cubista e surrealista. Collabora in particolare con Salvador Dalí e Jean Cocteau e inventa, per le sue creazioni, le sfilate a tema, lancia il colore rosa shocking, applica stranissime decorazioni sui suoi modelli, evidenzia, invece di nascondere, le nuove cerniere di plastica e così via.³⁹

4. Moda e arte nella seconda metà del Novecento. Dopo la seconda guerra mondiale, torna la voglia di bellezza, lusso ed eleganza⁴⁰ e Parigi riprende la sua posizione centrale nel mondo della moda grazie soprattutto alla Casa Christian Dior, che nel febbraio 1947, data fondamentale nella storia della moda, con il New Look mette fine alla linea mascolina che aveva caratterizzato gli abiti femminili nei quindici anni precedenti. Nel New Look la gonna è ampia (sostenuta da sottogonne) e lunga, la vita stretta e il corpino attillato mette in evidenza la femminilità. L'abbondanza di tessuto richiesto per un abito New Look (fino a quasi 50 metri) non è senza collegamenti con il sostegno che il mondo della moda parigino riceve dagli industriali del tessile.⁴¹ Ancora per un buon decennio Parigi e Dior in particolare continuerà a dominare la moda mondiale: nel 1953 lancia la 'linea ad H', che ribalta totalmente il New Look, alza le gonne al ginocchio e impone una figura piatta e verticale. Si forma in quest'e-

³⁸ E. CRISPOLTI, *Il futurismo e la moda: Balla agli altri*, Marsilio, Venezia 1986.

³⁹ M.G. CUNEO BIANCHINI, *Arte moderna per l'alta moda*, EdUP, Roma 2001, p. 35.

⁴⁰ S. GRANDI, A. VACCARI, S. ZANNIER, *La moda nel secondo dopoguerra*, CLUEB, Bologna 1992, p. 12.

⁴¹ L. COCCILOLO, D. SALA, *Atlante illustrato della moda*, Demetra, Verona 2001, p. 245.

poca l'idea della correlazione tra altezza della gonna e ciclo economico: in tempi di espansione le gonne di accorciano, in tempi di crisi si allungano. Segue la 'linea flou' o 'a candela'. Nel 1957 sempre Parigi lancia la 'linea a sacco' in cui, a dieci anni di distanza, il New Look viene ribaltato: l'abito si allarga in vita e restringe in basso.

Nel frattempo però in Italia il mondo della moda aveva cominciato a riorganizzarsi e sfidare il monopolio francese. Nel 1951 buona parte dei maggiori sarti italiani aveva accettato l'invito di Giovan Battista Giorgini e organizzato a Firenze, nello storico Palazzo Torrigiani, una grande sfilata collettiva.⁴² Il successo fu tale che all'appuntamento successivo si presentarono quasi trecento case, e la sfilata fu spostata prima al Grand Hotel e poi, definitivamente, nella sfarzosa Sala Bianca di Palazzo Pitti. Con questa scelta, il mondo della moda volle sottolineare insieme la sua indipendenza da Parigi e la sua discendenza dalla ineguagliabile tradizione dell'arte italiana, soprattutto rinascimentale. Questo legame fu evidenziato dalle scelte stilistiche di molte case, come Veneziani. Germana Maruccelli – un personaggio molto presente negli ambienti letterari e artistici della capitale – cercò in tutta la sua produzione di creare uno stile prettamente italiano, guardando alla storia dell'arte come fonte primaria di ispirazione,⁴³ e così fecero le Sorelle Fontana, amanti soprattutto del Rinascimento e del barocco. Firenze, una delle città italiane più ricche di arte e di storia, non a caso diventa una delle capitali italiane della moda, alla pari di Roma e Milano.

Dal punto di vista organizzativo e commerciale, il mondo della moda cominciò ad articolarsi e differenziarsi. Mentre l'Haute Couture, portatrice di saperi d'altissimo artigianato messi al servizio di un oggetto che tendeva a sconfinare nell'«unicum» artistico, «si rivolgeva ad una ristretta elite destinata a 'fare la moda'»,⁴⁴ per le masse si diffonde l'abito confezionato industrialmente, su grande serie, che si limita a imitare, semplificandole e impoverendole, le linee dettate dalla moda. Nello spazio intermedio si inseriscono due nuovi settori: quello della 'boutique', in cui si propongono abiti di alta qualità in piccola serie, e quello del 'pret-a-porter', che letteralmente non è altro che una nobilitazione anche lessicale della confezione, ma che sostanzialmente rappresenta la produzione in grande serie di prototipi di Haute Couture; la sintesi di creatività artistica e grande industria. Nell'ambito del prêt-à-porter emerge la figura dello stilista di moda (fashion designer), che non proviene più necessariamente dalla professione sartoriale, ma è dotato di talenti sia creativi che organizzativi, manageriali e comunicativi. Non costruisce l'abito su una cliente, ma decide chi sarà il suo cliente, e quindi conosce o intuisce il mercato; non controlla il lavoro aziendale, ma conosce quali sono i procedimenti e le potenzialità produttive; usa materiali e accessori di serie, ma è in grado di modularli creativamente. Nei decenni seguenti lo stilista diventa l'uomo-immagine dell'industria dell'abbigliamento, e il perno attorno cui tutto gira.

Al di fuori del sistema ufficiale della moda però si affaccia un fenomeno del tutto nuovo: quello del formarsi spontaneo, per via di contagio mediato dai mezzi di comunicazione di massa e specialistici, e in opposizione cosciente alla moda e alla cultura degli adulti, di una moda propria della subcultura giovanile. A dire il vero, nella storia qualche precedente si può trovare, nei gruppi di intellettuali romantici e 'scapigliati' dell'Ottocento; ma negli anni cinquanta il fenomeno, tipicamente urbano, comincia ad assumere caratteri di massa. 'Teddy boys' 'beatniks' 'arrabbiati' 'selvaggi' 'mods' 'rockers' e 'hippies' sono alcuni dei nomi che

⁴² *Trionfo a Firenze*, nota redazionale in «Grazia», 626, 21 febbraio 1952, p. 46.

⁴³ N. VILLA, *Le regine della moda*, Rizzoli, Milano 1985.

⁴⁴ G. BIANCHINO (a cura di), *La moda italiana*, Electa, Milano 1987.

vengono usati per indicare i movimenti giovanili che cominciano a 'contestare il sistema', cioè il mondo dei padri, e lo fanno anche abbigliandosi creativamente in modo sempre più difforme da loro. Ma ben presto il mondo giovanile, nato al di fuori e contro il mercato, ne diventa un suo segmento, e la sua 'antimoda' diventa un'industria specializzata in moda giovanile. Uno dei centri propulsori di questo fenomeno è Londra, che tra gli anni '60 e '70 diventa anche la Mecca della moda 'giovane e trasgressiva', di cui Mary Quant, con la sua 'scandalosa' minigonna, e le invenzioni di Vivienne Westwood, sono le sirene a livello mondiale. Nella seconda metà degli anni '70 la contestazione giovanile, ormai de-politicizzata e ridotta a fenomeno puramente psico-culturale, assume aspetti di estrema trasgressione formale con il movimento 'punk', poi il 'grunge' e così via.

Uno degli emblemi dell'antimoda giovanile sono i pantaloni 'blue jeans'. Di origine italiana o forse francese (*jeans* da 'genovese'; ma negli USA si chiamano anche *denim*, da *de Nîmes*), diffusi in California a metà dell'800 dal merciaio ambulante ebreo-tedesco Morris Levi Strauss, come semplici e robusti pantaloni da lavoro, divennero l'indumento quotidiano della classe lavoratrice americana, sia nelle fabbriche che nelle campagne. Negli anni '40 e '50 acquistarono, prima in America e poi nel resto dell'Occidente, un certo glamour mediatico, in quanto indumento tipico dei vaccari (*cow-boys*) eroi dei film western, e dei cantanti *country*, e iniziarono un nuovo ciclo di diffusione, conquistando anche la grande classe media. Per la loro originaria associazione con la classe lavoratrice, divennero simbolo di valori popolari, democratici, egualitari e di sinistra, e quindi l'indumento tipico della gioventù ribelle. Questo in Occidente. Nei paesi socialisti, al contrario, a partire dagli anni '60 essi divennero il simbolo della prosperità e della libertà promesse dall'America, e oggetto di enorme richiesta e attivo commercio, anche di contrabbando. Anche i jeans, pur mantenendo ferme alcune caratteristiche essenziali, rientrarono completamente nel ciclo della moda, allargandosi e stringendosi, allungandosi e accorciandosi, con vita alta o bassa, con gambe a fuso o a zampa d'elefante, decorandosi e semplificandosi, assumendo forme e colori diversi, a seconda delle oscillazioni del gusto e delle scelte della potentissima industria globale dei jeans.

Accanto ai jeans, la moda giovanile (o antimoda) si arricchì di molti altri elementi, inventati ex-novo o tratti dalle culture esotiche e dalle subculture più diverse.⁴⁵

Anche nella seconda metà del Novecento la moda continua la sua 'danza' con l'arte.⁴⁶ Della linea H di Dior si dice che sia stata ispirata dalle proporzioni 'manieristiche', allungate, tipiche delle figure femminili che appaiono nella plastica e nella pittura di Fontainebleau. I colori e i motivi dei tessuti continuano ad ispirarsi anche all'arte astratta, nelle sue varie modalità. Dal resto, proprio in quegli anni (1950) Ernest Gombrich conclude la sua *Storia dell'Arte*, divenuta popolarissima, evidenziando che, se non ha altri chiari meriti, l'arte contemporanea ha comunque quello di fornire ispirazioni per i tessuti di tende, abiti e cravatte.⁴⁷ Agli inizi degli anni Sessanta hanno grande successo due nuove correnti artistiche sostanzialmente americane, la pop art e l'op art (optical art), le quali trovano pronta rispondenza anche nel mondo della moda. Emmanuelle Kahn crea abiti di estremo rigore progettuale, con volumi geometrici e tagli strutturati; Getulio Alviani e Germana Marucelli⁴⁸ (fig. 79) incarnano,

⁴⁵ F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit., pp. 159 ss.

⁴⁶ B. GARLAND, *Storia dell'abbigliamento*, Istituto Geografico De Agostini, Novara 1974.

⁴⁷ E. GOMBRICH, *La storia dell'arte raccontata da Ernest Gombrich*, Einaudi, Torino 1995 (1950), p. 547.

⁴⁸ Germana Marucelli cercò in tutta la sua produzione di moda di creare uno stile prettamente italiano, guardando alla storia dell'arte come fonte di continue ispirazioni: tenta d'inserire nel campo del ricamo immagini

invece, uno dei migliori connubi tra mondo dell'arte e della moda (moda 'Op' del 1963),⁴⁹ dal momento che non si tratta semplicemente di un omaggio che il sarto fa ad un determinato artista o la mera riproduzione di disegni dell'artista sulle stoffe di un capo, ma ci si trova di fronte ad un abito che è una vera e propria opera d'arte: il movimento che scaturisce dall'arte cinetica non nasce dal movimento di chi osserva, ma dal movimento dell'opera stessa, indossata e vissuta. Mentre l'arte Optical si rivolge alle applicazioni delle nuove scoperte scientifiche, filosofiche e in particolare psicologiche, sulla percezione visiva, la pop art (arte popolare) celebra il boom economico e la società dei consumi, in tutte le sue manifestazioni, e riprende, più o meno rielaborandole, le immagini della pubblicità, del fumetto, della televisione e delle riviste illustrate. Nel 1966 la moda presenta una vera e propria sintesi delle due: la moda 'poptical' (termine coniato da Renato Barilli)⁵⁰ che caratterizza le collezioni di Krizia e di Pierre Cardin. La pop art poi dà dignità artistica al kitsch più estremo, e legittima le proposte di abbigliamento di Paco Rabanne, basate su elementi modulari di plastica e metallo, vero inno (più o meno ironico) alla civiltà industriale. Alla pop art si contrappone decisamente l'arte povera, le cui composizioni di stracci e rifiuti trovano una certa corrispondenza nell'anti-moda della gioventù contestatrice; ma in questo caso, più che di influenza tra le due, sembra doversi parlare di forme omologhe, ma indipendenti, di reazione critica ad una stessa realtà (la società borghese e consumistica).

Negli anni '70 il mondo dell'arte, dedito soprattutto alla 'contestazione del sistema' e alle varie sperimentazioni nel campo del 'concettuale', ha poco da offrire alla moda. La quale, dal canto suo, deve difendersi dalla rivolta anti-moda dei movimenti femministi. La moda, invece che all'arte contemporanea, si rivolge indietro, in una serie di revival delle mode dei decenni precedenti; e addirittura torna a guardare l'arte del passato (astrattismo di Delaunay e di Mondrian) e ai musei del costume. In Italia, nel 1966 Mila Schon si rifà a Klimt, e negli anni '70 Lancetti disegna figurini ispirati a Vasarely, Klimt, Kandinsky, Sonia Dealunay, ma anche più indietro, all'art déco, al liberty, al Rinascimento.

Un caso a sé è Roberto Cappucci, che ha studiato all'Accademia di Brera con De Libero e Mazzacurati, e che fin dagli esordi, nei primi anni '50, concepisce il disegno di moda come parte integrante della grafica artistica, e l'abito come una scultura tessile. La sua produzione grafica è enorme, febbrile, visionaria. Accanto alla sua produzione 'normale', di modelli indossabili, egli coltiva una linea personalissima di abiti-scultura, ideati e realizzati senza riferimento all'indossabilità e tantomeno alla produzione in serie. Essi sono concepiti e infine accettati come vere opere d'arte (figg. 72-75). Le sue opere sono state esposte nei massimi templi dell'arte internazionale, dal Victoria&Albert di Londra al Kunsthistorisches di Vienna, dal Guggenheim di New York alla Biennale di Venezia, e poi a Madrid, Parigi, Mosca, Amsterdam, Pechino, Johannesburg, Tokyo, Berlino, Stoccolma, Boston, Monaco, San Pietroburgo, Gorizia...⁵¹

Ma negli anni '70 il tratto caratteristico e dominante della moda sono le sue danze con le

pittoriche, in modo da realizzare varie combinazioni di tessuti e colori in un equilibrio di linee, spazi, toni. Lei stessa definirà la moda come un'architettura, perché l'abito costituisce uno 'spazio firmato'.

⁴⁹ S. MALUSSANO, *Op, vedetta della moda*, in «Amica», 48, 1965, p. 46.

⁵⁰ R. BARILLI, *L'arte contemporanea*, Feltrinelli, Milano 1984.

⁵¹ G. BAUZANO, F. SOZZANI (a cura di), *Roberto Capucci. Lo stupore della forma*, Skira, Milano 2003.

‘antimode’ giovanili, in un rapporto di continua dialettica, tra la ripulsa e l’attrazione, tra la fuga e la cattura. L’industria della moda adotta e rielabora fantasiosamente i jeans, si ispira a motivi esotici (indiani, orientali, africani, latino-americani, financo nordici) e sottoculturali (zingari, contadini), gioca con la povertà (*patchwork*), con il militare (in versione guerriglia rivoluzionaria, naturalmente), con l’ecologia (materiali naturali, grezzi), e con la trasgressione sessuale (unisex, travestitismo, nude-look, *latex* e ferri sado-masochisti).⁵²

5. Dagli anni ‘80 ad oggi. Solo alla fine del decennio, con il ritorno alla pittura-pittura e perfino al figurativo, nel campo dell’arte, e il ‘ritorno all’ordine’ e il ‘riflusso nel privato’ degli anni ‘80, nel campo sociale e politico, torneranno ad intrecciarsi rapporti tra l’arte contemporanea e la moda. Emilio Tadini ed Enrico Baj illustrano il manifesto pubblicitario del Modit (la principale mostra-mercato italiana dell’abbigliamento); Ugo Nespolo disegna *jacquards* per una ditta di filati; Renato Guttuso disegna i tessuti di una collezione Trussardi. Ma si tratta ormai di ben poca cosa. Il fatto è che l’arte ‘ufficiale’ (alta, pura, d’avanguardia, ecc.) si è avvitata su se stessa, divenendo un mondo a parte, privo ormai di influenza sul resto della cultura; mentre i creatori di moda, gli stilisti, si sono ormai largamente imposti come nuovi protagonisti della cultura visuale di massa. La moda non ha più bisogno di ispirarsi all’arte ‘alta’; è divenuta un’arte a pieno titolo, per conto suo, e socialmente molto, molto più importante dell’altra. Basta confrontare la quantità, qualità e tirature delle riviste di moda con quelle delle riviste d’arte, e la quantità di capitali mobilitati dall’industria della moda con quelli che circolano sul mercato dell’arte contemporanea.

In questi anni avviene anche la trasformazione della sfilata da momento essenzialmente commerciale, di presentazione dei modelli ai compratori, a forma di spettacolo, finalizzato essenzialmente alla pubblicità della casa, al rafforzamento della sua immagine pubblica e alla celebrazione della genialità del stilista:

Certo, che le pre-collezioni siano state già vendute tra luglio e settembre, e che lo show proposto ai primi di ottobre rappresenti in termini di fatturato tra il 15 e il 20% al massimo, è cosa nota...ma se qualcuno chiede a che cosa servano le sfilate, ecco pronta la risposta: a far spettacolo, accontentare le televisioni, rendere felici i giornali... proprio a questo servono le povere sfilate, a far parlare.⁵³

La sfilata è divenuta una forma d’arte totale, analoga al teatro e alla danza: l’ambientazione, spesso suggestiva, in luoghi che colpiscono la fantasia; la passerella delle modelle e dei modelli, dove i passi, movimenti, atteggiamenti, espressioni del volto sono fissati in una coreografia rituale, volta a significare una gamma ristretta di sentimenti (distanza, freddezza, sicurezza, arroganza, aggressività) e a far sprigionare dall’abito una fortissima energia; l’abbigliamento, che mira a stupire e affascinare, più che a essere comprato e indossato; le acconciature e la cosmesi; la musica e spesso i profumi; la presenza di famose personalità, invitate anch’esse a far pubblicità; la cerimonia finale, con l’apoteosi dello stilista fra gli applausi delle modelle, del personale e del pubblico; tutto è il risultato di un enorme sforzo e studio collettivo, analogo a quello di ogni altra forma di spettacolo. Le sfilate vengono trasmesse nei tele-

⁵² A. BOTTERO, *Nostra signora la moda*, Mursia, Milano 1979; M. SURACE, *Nero. La religione di un colore e i suoi fedeli laici*, Castelvechi, Roma 2000.

⁵³ G. FERRARI, *Segnali*, in «Corriere della Sera», 2003.

giornali e nelle rubriche televisive specializzate, ma spesso vengono riprese integralmente in apposite trasmissioni televisive, viste da milioni di spettatori, affascinati dalle fantasie di forme e colori e dalla siderale bellezza delle modelle e dei modelli.

Un altro fenomeno tipico degli ultimi due decenni è l'espansione delle case di moda a settori merceologici diversi dall'abbigliamento. L'industria degli accessori (calze, calzature, borse, gioielli, ecc.) tende a mantenere la propria autonomia, e far moda per conto suo. Invece un settore che ben presto accetta di integrarsi con la moda vestimentaria è quello dei profumi: Coco Chanel aveva da molto tempo lanciato la sua acqua di colonia Chanel n. 5, e Dior l'aveva presto seguita. Negli anni '70 e '80 molte altre case di moda si dotano di una linea di profumi. Ma il fatto nuovo è l'estensione a settori diversi, come gli occhiali e le piastrelle. Il fenomeno è legato al concetto di *griffe*, la firma, che a sua volta deriva dal mondo dell'arte. Una volta che uno stilista è divenuto famoso nel settore della moda vestimentaria, può trasferire le virtù legate alla propria immagine su qualsiasi altro oggetto; basta che lo garantisca con il suo nome.

Gli anni '80 segnano il trionfo della moda italiana nel mondo. Non è facile darne una evidenza statistico-quantitativa precisa, perché i contorni del sistema della moda propriamente detta si confondono da un lato con quelli dell'industria della confezione, delle calzature, degli accessori, dall'altro con quelli dell'*industrial design*; ma non c'è dubbio che la moda diviene la voce più rilevante dell'export italiano nel mondo, oltre che il più forte settore industriale interno; e che l'*Italian style*, l'*Italian fashion* e l'*Italian look* sbaragliano la concorrenza francese e le altre, di gran lunga minori, nel campo della moda. Nel 1982 Giorgio Armani appare sulla copertina di «Time» come l'uomo più influente del mondo in questo settore dell'economia e della cultura. Solo molti anni dopo (agosto 2004) la Francia ammetterà il sorpasso: secondo «Le Monde», l'Italia produce ed esporta, da sola, un terzo dei beni di lusso (non solo moda, ma anche gioielleria di alto livello, ecc.) del mondo. Il segreto di questo successo è comunemente individuato, oltre che nella creatività individuale e nell'«istinto delle combinazioni» come tratto tipico del carattere nazionale, nell'alta densità di opere d'arte sul territorio italiano.⁵⁴

In quest'ultimo quarto di secolo, la moda conquista spazi sempre più ampi anche nell'universo mediatico. Rubriche, servizi e notizie di moda compaiono ogni giorno, e con rilievo, sui principali quotidiani a stampa, sui telegiornali e sulle riviste generaliste; le case di moda rappresentano buona parte della pubblicità sulla carta stampata (stranamente quasi nulla, invece, su quella televisiva); le riviste specializzate in moda costituiscono un settore sempre ricco e dinamico; alla televisione compaiono rubriche fisse dedicate alla moda e dintorni; stilisti e modelle costituiscono una componente fondamentale del «gran mondo» di cui si occupa la stampa «pettegola». La moda si pone ormai alla pari con il cinema, la musica e lo sport nell'immaginario collettivo della post-modernità.

6. Moda e fotografia. Prima di affrontare l'analisi di alcuni aspetti problematici della moda nella società contemporanea, è opportuno ricordare che la pittura, e in minor misura la scultura e l'architettura, non sono le sole forme d'arte visuale che hanno interagito con la moda. Un capitolo importante è anche quello dei rapporti tra il disegno di moda (figurinismo) e la

⁵⁴ F. ALBERONI, *L'Italia inventò la moda*, in G. RAGONE (a cura di), *Sociologia dei fenomeni di moda*, Franco Angeli, Milano 1988, p. 259.

grafica più ufficialmente 'artistica'; ma la carenza di studi e la difficoltà della materia ci consiglia di sorvolare, in questa sede, su tale argomento.⁵⁵ Un nesso importante cui invece vogliamo dedicare qualche cenno è quello dei rapporti tra moda e fotografia. Secondo Italo Zannier,⁵⁶ le prime fotografie di moda si possono già riconoscere nelle *cartes de visite* del parigino A.A. Disderi, dal 1854 in poi. In generale chi si faceva fare il ritratto fotografico indossava il suo abito migliore, e quindi la fotografia fornisce una fonte documentaria fondamentale sull'evolversi della moda e del costume, dalle origini ai nostri giorni. Ma per parlare a pieno titolo di fotografia di moda, cioè di contributo della fotografia alla dinamica del 'sistema della moda', come mezzo di diffusione dei suoi messaggi estetici e socio-economici, bisognerà aspettare gli anni '20 del Novecento, quando attraverso le immagini pubblicitarie, i cataloghi e le riviste specializzate si giungerà progressivamente ad una diffusione democratico-borghese del prodotto-moda. Fu in questo decennio che, nelle immagini di moda, la fotografia cominciò a soppiantare il disegno, grazie anche ai progressi tecnologici nell'industria tipografica (stampa a rotocalco).

La rivista-guida in questo campo è «Vogue», fondata già nel 1892, che si distingue per l'alto livello di tutto il suo materiale editoriale, e che accanto alla moda si occupa anche di arte, letteratura, novità socio-culturali. Dagli anni Venti in poi «Vogue» pubblica i servizi dei più celebri fotografi del tempo, come Adolphe de Meyer, fortemente influenzato dalla stesura pittorica degli impressionisti, ma anche dei preraffaeliti, di Whystler e Sargent; o come Georg Hoynigen-Huene, che mescola motivi dell'antichità classica con il surrealismo. Ma ai suoi esordi, la fotografia di moda continua ad essere prevalentemente un mero ritratto di aristocratiche ed eleganti signore che indossano abiti di *haute couture*, secondo stilemi largamente influenzati dai paradigmi pittorici. L'abbandono della iconografia pittoricista si ha con artisti polivalenti come Edward Steichen (1879-1973) e Man Ray (1890-1976), che introducono messe-in-scena innovative, essenziali, attuali; e con fotografi di altissimo rango, come Horst P. Horst (1906-1999) (fig. 76) e Sir Cecil Beaton (1904-1980), che esplorano tutte le potenzialità espressive della fotografia, utilizzando mezzi e tecniche di atelier anche molto elaborate. In Italia, tra le due guerre, non esiste un nucleo di riviste specializzate del prestigio di «Vogue» o «Harper's Bazar»; comunque si trovano fotografi di moda di ottimo livello, come Ghitta Carrell (1871-1962), Arturo Ghergo (1901-1959) e Elio Luxardo (1908-1969).

Dopo il 1945 la fotografia di moda tende a uscire dal chiuso dell'atelier e cerca ambientazioni realistiche, e alle modelle si chiedono atteggiamenti più disinvolti, quotidiani, naturali. In Italia, rapporti particolarmente organici con le case di moda (Schubert, Carosa, Sorelle Fontana, Antonelli) tiene Pasquale de Antonis (1908-2001), nei cui lavori si notano frequenti citazioni di altri linguaggi artistici, e in particolare della pittura impressionista (fig. 77). Ma a partire dagli anni '50 in Italia si verificano importanti cambiamenti. La costruzione dei servizi fotografici di moda tende a rovesciare la tradizionale subordinazione delle immagini al

⁵⁵ Al tema del disegno di moda, come espressione di arte grafica, prestano qualche attenzione G. BIANCHINO (a cura di), *La moda italiana*, Electa, Milano 1987, e S. MEZZAVILLA, *Mode e tendenze*, Grifo, Treviso 1989. Un approccio più tecnico-manualistico ha C. CELLA, *Disegno di moda: materiali, tecniche, argomenti*, Hoepli, Milano 2002.

⁵⁶ I. ZANNIER, *Moda e fotografia*, in «Foto storica», 13-14 (2001). Altri testi di riferimento su questo tema sono P. BARBARO, *La fotografia di moda negli anni cinquanta in Italia*, e L. PIGNOTTI, *Fotografia di moda e arte*, ambedue in G. BIANCHINO (a cura di), *La moda italiana* cit.

testo; sono i fotografi stessi che suggeriscono i servizi, a partire dal loro proprio lavoro e non da quello degli stilisti; l'immagine prevale sul testo. Il fotografo propone l'idea complessiva del servizio, cura la scelta delle modelle e del tema, ha la regia del servizio, controlla la collocazione redazionale e l'impaginazione; insomma, ha la gestione totale dell'immagine. Negli anni '50 Elsa Haertter, lavorando per 'Grazia', organizza vere e proprie spedizioni in paesi esotici, portandosi dietro intere truppe di collaboratori, tecnici, sarti e modelle, mentre Regina Relang cura in modo particolare l'ambientazione dei suoi servizi di moda nei luoghi più significativi e sorprendenti della storia dell'arte italiana, facendo posare le sue modelle nei siti archeologici di Roma e Pompei, nel giardino fantastico di Bomarzo; e le inserisce anche sullo sfondo di famosi quadri contemporanei.

Negli anni '50 e '60 la scena internazionale della fotografia di moda è dominata da una nuova generazione di artisti, tra i quali spiccano Irving Penn (fig. 78), William Klein e Richard Avedon. In questo periodo la fotografia, a lungo considerata un'arte minore, 'ancella di arti e scienze', viene definitivamente riconosciuta come alla pari delle altre arti visuali, ed entra nei musei e nelle esposizioni. Richard Avedon espone nei massimi templi dell'arte mondiale, come il MoMa, il Metropolitan, il Whitney, il Ludwig. Il trend non cessa di svilupparsi. Negli anni '80 e '90 un altro fotografo di moda, Oliviero Toscani, dopo aver riempito le città di tutto l'Occidente con le sue enormi fotografie per la Benetton, e dopo aver esaltato e scandalizzato mezzo mondo, viene invitato a esporre anche in numerose mostre e musei di grande prestigio.⁵⁷

Negli anni '60 avvengono importanti novità nella fotografia di moda: i colori sostituiscono definitivamente il bianco e nero; gli schemi iconografici si fanno più complessi; la fotografia si trasforma da semplice documento a spettacolo della moda; cambia il ruolo della modella, che da figura-statua acquista maggiore disinvoltura, aggressività, sensualità, stravaganza, in una parola maggiore identità e personalità. Con Jean Shrimpton e Twiggy, le modelle cominciano a diventare le protagoniste non solo del mondo della moda, ma della cultura di massa, dei media, dell'immaginario collettivo. Ma così fa la nuova generazione di fotografi di moda, giovani, spregiudicati, figure caratteristiche di un mondo dedito al culto del lusso, del successo, dei soldi, della bellezza, dell'eroticismo; come Helmut Newton, Brian Duffy, Terence Donovan, David Bailey. «Essi non erano interessati a quanto una modella potesse rendere elegante un abbigliamento, essi volevano mostrare quanto il vestito poteva far sembrare sexy la modella... Il loro lavoro lanciò il *glamour* fresco, spontaneo, e senza distinzione di classe...».⁵⁸ Ma essi sono aggiornati anche sulle ultime tendenze delle altre arti, dall'astrattismo in poi. Michelangelo Antonioni ne lascerà un celebre ritratto filmico in *Blow Up*, ispirato dallo stesso Bailey.

Con l'avvento delle nuove tecniche digitali, negli anni '70, i rapporti tra arte, moda e fotografia si fanno ancora più stretti, perché esse permettono al fotografo di manipolare senza limiti le immagini scattate. La fotografia perde il suo vecchio valore specifico di documento, e acquista totale libertà creativa. Un esempio famoso in questo settore è David la Chapelle,

⁵⁷ Sul caso Toscani cfr. N. BIANCHINI, *Fotografia, pubblicità, arte e impegno sociale. Il caso di Oliviero Toscani*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 2, Forum, Udine 2002, pp. 95-106.

⁵⁸ D. BONAZZA, T. DONOVAN, *Il click che ha lanciato un migliaio di facce*, www.url.it/ambienti/foto/modal.html.

che utilizza le nuove tecnologie per produrre servizi di moda ispirati alla maniera di Andy Warhol.

La fotografia di moda non ha cessato, negli ultimi trent'anni, di essere un campo di estrema dinamicità creativa, anche per la spinta dell'accesa competizione che caratterizza il mondo della moda e dell'editoria ed esso collegato, e degli enormi interessi in gioco. Una tendenza interessante è quella dello scivolamento del target del servizio di moda, dal pubblico allo stilista-committente. Secondo Giovanni Gastel «la comunicazione di moda in realtà non è diretta al pubblico ma agli addetti ai lavori. Questo meccanismo ha reso la moda interessante per il pubblico proprio perché non lo ha massificato. Noi siamo una specie di casta, di gruppo chiuso: gli addetti ai lavori. E continuando a parlare a noi stessi, la moda è diventata un punto di riferimento quasi mitico per il pubblico. [...] Quando faccio un servizio per uno stilista, non penso che debba piacere al pubblico, penso che debba piacere allo stilista, che deve riconoscersi nelle nuove immagini. [...] Più tieni questo mondo come una casta, più il pubblico è interessato ad entrarci».⁵⁹

7. Moda e cinema. I rapporti tra moda e cinema sono sostanzialmente diversi di quelli tra moda e fotografia, e molto più complessi. Possiamo distinguere almeno 6 situazioni diverse: 1) il lancio di nuove mode vestimentarie da parte del cinema, come aspetto del più generale fenomeno del 'divismo'; 2) la collaborazione degli stilisti all'opera cinematografica, come fornitori degli abiti di scena; 3) la creazione, da parte degli stilisti, di linee ispirate a costumi cinematografici; 4) il passaggio di cineasti (fotografi, registi, ecc.) dal mondo del cinema a quello della pubblicità di moda, e viceversa; 5) il passaggio di divi del cinema al mondo della moda (come modelli, testimonial, ecc.) e viceversa (modelle che diventano attrici); 6) film che hanno per oggetto il mondo della moda. Non possiamo evidentemente, nei limiti di questo scritto, analizzare adeguatamente ognuno di questi rapporti, né tantomeno seguire il loro evolversi nel tempo. Ci limiteremo a ricordare pochi casi esemplari.

L'impatto del cinema sull'immaginario collettivo assunse presto una potenza inaudita. A soli vent'anni dalla sua invenzione, il cinema era divenuto la principale 'fabbrica dei sogni' e dei loro protagonisti, i 'divi'. I costumi con cui essi apparivano sugli schermi, fossero o meno desunti dalla moda corrente, divennero subito un modello per le masse di spettatori e per l'industria dell'abbigliamento. Il cinema divenne una fonte di ispirazione vestimentaria alternativa a quella del sistema della moda.⁶⁰ Uno dei primi casi fu quello della 'donna vampiro' o 'vamp', o 'femme fatale', che porta gli uomini alla perdizione; personaggio di cui Theda Bara era l'esemplare più famoso, dai movimenti sinuosi, avvolgenti, da serpente, enfatizzati dai boa di struzzo, dai veli, collane, turbanti, lustrini, e dalle profonde occhiaie nere,⁶¹ tipo di donna cui cinquant'anni dopo si ispira Christian Dior per una nuova linea di moda. Negli anni Trenta appaiono due altri tipi di donna, la passiva 'pupa del gangster' (Jean Harlow, Mae West) bionda platinata e di poco cervello, fasciata in abiti aderentissimi e scollati che eviden-

⁵⁹ G. GASTEL, *Giovanni Gastel*, in «Zoom Collection», 42 (1987), p. 40.

⁶⁰ E. KERMOL, *Cinema moda pubblicità: psicosociologia dell'estetica quotidiana*, Franco Angeli, Milano 2001. Cfr. anche A. PIANCA, *La moda va al cinema*, in *Modelli di divismo: una prospettiva contemporanea*, cap. 6, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003.

⁶¹ O. CALABRESE, G. GRIGNAFFINI, *La donna fatale nel cinema*, in *La donna fatale*, De Agostini, Novara 1991, pp. 53-88. Cfr. anche P. WEBB, *The erotic arts* cit.; B. KIJSTRA, *Idols of perversity. Fantasies of feminine evil in Fin de Siècle culture*, Oxford Univ. Press, New York and Oxford 1986.

ziano tutte le rotondità; e al contrario la donna energica, sportiva, competitiva, arrogante, che sfoggia abiti squadrati e mascholini, rappresentata da Marlene Dietrich. Anche questi modelli saranno rilanciati, periodicamente dalla moda successiva. Caratteristica degli anni '40 è la 'pin up', la ragazza formosa in costume da bagno dai colori sgargianti, sportiva, allegra e fondamentalmente per bene, che deve far sognare i giovani americani impegnati sui fronti di guerra; ma anche altre figure di donna elegante, sofisticata, manageriale, in tailleur, come Veronica Lake e Lauren Bacall. Negli anni '50 spopola Marilyn Monroe, sostanzialmente del tipo 'pupa del gangster' ma poi evolutasi in diversi altri ruoli di ingenua. Il suo vestito bianco plissettato, sollevato dagli sfiati della metropolitana, in una leggendaria scena di *Quando la moglie è in vacanza*, viene ripreso più volte anche dagli stilisti. Contraltare alla Monroe fu Audrey Hepburn, filiforme, sofisticata, elegante, intellettualmente brillante; le sue *mises* in *Colazione da Tiffany* fecero scuola.

Nel campo della moda mascolina la casistica è meno ricca, anche per la già notata maggiore stabilità di questo settore; ma si può ricordare, ad esempio, il trench stazonato di Humphrey Bogart, o il 'bomber' degli eroi dei film di guerra. Forse l'influenza più macroscopica del cinema sull'abbigliamento maschile si è verificata nel campo dell' 'antimoda' giovanile: abbiamo già notato il ruolo dei cow-boys cinematografici (compreso James Dean in *Gioventù bruciata*) nella diffusione universale dei blue jeans. Marlon Brando, con *Fronte del Porto*, lancia il giubbotto di lana a grandi scacchi, e nel *Selvaggio* l'abbigliamento tipico da 'biker' (berretto di foggia militare, maglietta aderente, giubbotto di cuoio, borchie) che poi sarà ripreso e rielaborato anche nell'ambiente degli omosessuali, specie di scuola S/M.

Per quanto riguarda il secondo tipo di rapporti, si può ricordare che nell'industria cinematografica, come nel teatro, l'abbigliamento degli attori era di competenza di un settore particolare della produzione, quello dei costumisti. Negli ultimi decenni però si è diffusa la pratica di ricorrere alla consulenza o ai servizi di case di moda esterne. Il riconoscimento e la pubblicizzazione di questi rapporti, nei titoli di testa o di coda, costituisce un marchio di qualità per il film e un veicolo pubblicitario per la casa di moda. Un esempio tra i tanti è *American Gigolo* (1980) in cui Richard Gere indossa esclusivamente giacche di Armani, e che contribuì in modo decisivo a fare di quest'ultimo una figura molto popolare in America, e della sua casa una delle più famose del mondo. Ma già prima, negli anni '50, la moda italiana aveva molto profittato della presenza, a Roma, di numerosi cineasti e attori americani: Joan Bennett, Myrna Loy, Ava Gardner, Linda Christian, Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn, sono clienti e talvolta amiche delle grandi modiste romane. La 'Hollywood sul Tevere' fu un importante trampolino di lancio del *made in Italy* e dell'*Italian style* in America e quindi nel mondo: «in ogni caso, non mi stancherò mai di ripeterlo, la moda deve moltissimo al cinema», dichiara Anna Fendi.⁶²

Circa il terzo tipo di rapporti tra cinema e moda, alcuni esempi sono già stati accennati. Qui si può aggiungere che anche i film di argomento 'storico' o 'in costume' hanno fornito spunti alla moda. Tra i tanti, si può citare il caso di *Via col vento*, i cui sontuosi abiti di scena di Rossella O'Hara-Vivien Leigh furono ripresi nel 1972 da Barocco e Biki, in una linea all'insegna di un nuovo bisogno di romanticismo.

I fenomeni cui si allude nel quarto tipo di rapporti sono piuttosto recenti (ultimi due o tre decenni) e sono legati alla sempre maggiore importanza assunta dalla pubblicità televisiva

⁶² A. FENDI, in «Ciak», 8, a. 1 (dicembre 1985), p. 110; cit. in E. KERMOL, *Cinema moda...* cit., p. 68.

va – delle case di moda come di ogni altra azienda – dove gli *shorts* o spot televisivi (*commercials* in inglese) diventano un settore sempre più ricco e potente, carico di sfide stimolanti, e quindi attraggono talenti in origine formati nel mondo del cinema; ovvero, i talenti sviluppati nel mondo della pubblicità televisiva poi passano al cinema.

Lo stesso deve dirsi, sostanzialmente, del quarto tipo: come si è ricordato, solo a partire dagli anni '60 le modelle della moda hanno acquisito personalità e fama tali a incoraggiare il loro passaggio al cinema. Si deve peraltro ammettere che nella maggior parte dei casi il successo è stato assai modesto. Anche il fenomeno inverso, degli attori che si prestano a sfilare come modelli e a recitare come *testimonial*, è di modesta entità, e per lo più legato a rapporti personali tra singoli attori e singoli stilisti (es. Sharon Stone e i Versace).

Infine, i film sull'ambiente della moda. Si tratta di un filone piuttosto esile; paradossalmente, non sembra che il mondo della moda sia apparso finora, all'industria cinematografica, abbastanza *glamorous* come soggetto di film. Si possono citare *Sotto il vestito, niente* di Carlo Vanzina (1985) e *Pret a Porter (ready to wear)* di Robert Altman (1995). Una delle ragioni di questo fenomeno, piuttosto sorprendente, potrebbe essere il già notato carattere chiuso e castuale del mondo della moda, che non accetta volentieri di essere esplorato da estranei.⁶³ Questo carattere, a sua volta, sembra legato al clima di intensa competizione che vige tra le case di moda, il cui fattore cruciale di successo è quell'elemento impalpabile e fuggevolissimo che sono le idee. Ciò sembra creare quasi una sindrome paranoica di segretezza. Un'altra ragione potrebbe essere il timore di esporsi agli attacchi che di tanto in tanto vengono lanciati contro il sistema della moda, ad es. per il suo ruolo nell'incoraggiare il consumismo, l'edonismo, il narcisismo e la cultura dell'immagine, o la promozione di modelli corporei irrealistici e quindi frustranti, con esiti anche patologici tra le ragazze (anoressia); o l'utilizzo quali modelle di ragazze giovanissime e quindi fragili, ed esposte a vari rischi. Si deve anche aggiungere che questa chiusura agli occhi indagatori e critici non è rivolta solo verso gli sceneggiatori cinematografici, ma anche verso i ricercatori sociali. È molto difficile fare indagini sociologiche all'interno del mondo della moda.

8. Alcuni nodi problematici. Si è detto altrove che la sociologia della moda ha raggiunto un notevole livello di consenso paradigmatico e quindi capacità interpretativa ed esplicativa del suo oggetto; ma rimangono ovviamente molti nodi problematici, o perché affatto nuovi e sui quali quindi non ci sono ancora sufficienti indagini, o perché riguardano aspetti particolarmente sottili e sfuggenti. In questa sezione accenneremo ad alcuni di questi nodi.

8.1 La moda e le oscillazioni del gusto

Un primo problema è quello dei rapporti tra le intuizioni e le proposte degli stilisti e i mutamenti dei gusti prevalenti in una società. La bravura di uno stilista si dimostra nel saper captare o anticipare i mutamenti dei gusti del pubblico, o nella capacità di formarli e determinarli?

La moda, che per definizione «è il fenomeno sociale del mutamento ciclico dei costumi e delle abitudini, delle scelte e del gusto, collettivamente consolidato e reso quasi obbligatorio»,⁶⁴ non è che una «macchina estetica»⁶⁵ scrive Ugo Volli in *Contro la moda* (1988).

⁶³ E. KERMOL, *Cinema moda...* cit.

⁶⁴ U. VOLLI, *Contro la moda* cit., p. 50.

⁶⁵ *Ivi*, p. 11.

«Sebbene il suo uso sia economico e il suo significato riguardi la rappresentazione del potere, gli effetti di coscienza che produce, gli obblighi che istituisce, le esclusioni che decide, riguardano il campo del gusto. Da qui il suo potere sull'uomo, il piacere che produce, il fascino che la rende padrona del nostro tempo».⁶⁶ Quando si parla di gusto, secondo Bozal, s'intende «un sistema di preferenze individuale o collettivo» cui è solitamente connesso un certo piacere, che «è immediato e ha pretesa di universalità nei suoi giudizi». La moda, in questo senso, come l'arte, può dirsi «testimonianza del gusto di ciascuna epoca». Il cambiamento ciclico dei comportamenti legati alla sfera della moda si verifica attraverso un codice non verbale, poiché tende al perseguimento di un senso comune estetico.⁶⁷

Ciò che la moda propone, secondo quanto scrive Francesco Alberoni,⁶⁸ non è solo un modello di comportamento, ma anche un vero e proprio valore o criterio di giudizio.

Nella moda, il significato delle cose si evolve insieme alla durata della loro esistenza; una durata che è prevista e programmata in modo che il valore d'uso non duri più di quello di scambio. Un processo che vede l'oggetto diventare da nuovo, necessario a comune ed infine vecchio, superato. Si tratta di una «obsolescenza controllata»: ⁶⁹ la moda non è semplicemente l'alternarsi più o meno veloce dei gusti e degli stili. Quel che la rende tale è un aspetto normativo che contiene un obbligo prettamente estetico: «Transitorietà imperativa del gusto» secondo Gianfranco Morra, mentre per Steinmetz è un «cambiamento periodico di stile più o meno obbligatorio».

Una 'obsolescenza', che Gillo Dorfles ne *Le oscillazioni del gusto* (1970),⁷⁰ definisce come aspetto essenziale anche dell'arte contemporanea, anch'essa caratterizzata dal continuamente nuovo, e quindi effimero e transeunte.⁷¹ Anche per questa comune, accelerata e programmata mutevolezza, le arti visuali e dello spettacolo, la moda e la pubblicità tendono a convergere e fondersi in un unico insieme, cui si tende oggi a dare il nome di 'cultura visuale'

Quando si parla del gusto di moda è opportuno sottolineare l'importanza del ruolo dei singoli artisti, e in particolare degli stilisti, nel creare o modificare in un determinato senso il gusto de pubblico Come fa uno stilista a sapere che una sua innovazione avrà successo?

Lo storico Hobsbawm, in *Il secolo breve*, inizia il capitolo sulle arti d'avanguardia del 1914-1945, con questa frase:

Perché gli stilisti di moda, una categoria notoriamente poco propensa alla razionalità analitica, anticipino talvolta con successo le forme di oggetti futuri meglio dei pronosticatori di professione, è una delle questioni storiche più oscure; e, per lo storico della cultura, è una delle più importanti.⁷²

Analogamente Fred Davis, in *Moda, cultura, identità, linguaggio* (1993), scrive:

Che ciò che si affaccia come 'nuova idea' alla mente di uno stilista, un'idea spesso in contrasto con le imperanti convenzioni visive del tempo, riesca non solo a diffondersi così velocemente tra

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ V. BOZAL, *Il Gusto*, Il Mulino, Bologna 1997, p. 29.

⁶⁸ F. ALBERONI, *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna 1967, pp. 281-290.

⁶⁹ U. VOLLI, *Contro la moda* cit., p. 82.

⁷⁰ G. DORFLES, *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino 1970, p. 58.

⁷¹ *Ivi*, p. 59.

⁷² E.J. HOBBSAWM, *Il secolo breve*, Rizzoli, Milano 1995, p. 215.

il pubblico ma anche ad essere considerato bello, è un mistero che, indipendentemente da quanto riusciremo a svelare, rimarrà sempre motivo di meraviglia.⁷³

Uno dei pochi sociologi (classici-moderni) che hanno potuto studiare dall'interno il sistema della moda, H. Blumer, afferma che

I gusti sono di per sé un prodotto dell'esperienza. Generalmente si sviluppano partendo da uno stato iniziale di indeterminatezza per arrivare ad uno stato di definizione e di stabilità ma, una volta formati, possono decadere e disintegrarsi. Si formano nel contesto delle interazioni sociali, in risposta alle affermazioni e definizioni date da altri. ... Il processo della moda implica sia la formazione che l'espressione del gusto collettivo nell'area della moda prestabilita. Inizialmente il gusto è un insieme confuso di inclinazioni e insoddisfazioni provocate dalle nuove esperienze... Attraverso modelli e proposte, gli innovatori della moda abbozzano delle linee possibili lungo le quali il gusto incipiente può conseguire un'espressione obiettiva e assumere una forma definita. Ponendo limiti e fornendo direttive, il gusto collettivo è una forza attiva nel conseguente processo di selezione; al tempo stesso, essendo attaccato a specifiche forme sociali, e da esse rappresentato, subisce un processo di affinamento e strutturazione. L'origine, la formazione e i percorsi del gusto collettivo costituiscono l'enorme area problematica della moda.⁷⁴

Una semplice e razionale risposta a questi interrogativi è fornita da Hollander (1980):

Si pensa che gli stilisti impongano i propri gusti a un pubblico credulone. Molti stilisti costosi e pretenziosi falliscono però dove un altro riesce, e molti stilisti di successo rischiano continuamente di fallire nei loro tentativi di afferrare e dirigere anche solo una piccola parte del gusto del pubblico in materia di look personale. Il vero stilista di successo è quello che riesce, d'istinto, a visualizzare con chiarezza i desideri che non sono ancora definiti e consapevoli.⁷⁵

Il problema è approfondito anche da A. Porrello, in *L'industria culturale e il prodotto moda* (2002):

se lo stilista, come l'artista, produce un atto (abito o opera d'arte) figlio del suo tempo – allora quest'atto sarà lo specchio di ciò che è già nell'aria e non avrà avvenire se è solo figlio del suo tempo e non madre del suo futuro; dunque, è un atto artistico sterile, che ha vita breve e che muore nell'attimo in cui cambia l'atmosfera che l'ha prodotto. ... Il grande stilista (come il grande artista) è colui che è suscettibile dei nuovi sviluppi, che ha già assimilato il suo tempo (cioè ne ha compreso e codificato i valori) e che riesce ad avere una stimolante forza profetica, cioè riesce ad essere madre del futuro.⁷⁶

Per Fred Davis, invece, ci può essere una spiegazione in quel «silenzioso scambio di gesti simbolici», che coinvolge non solo le ambivalenze d'identità culturalmente categorizzate, ma testimonia anche le ripercussioni sulla moda della situazione politica ed economica. Ciò non toglie che, secondo lo studioso, gli influssi simbolici siano molto più complessi di un «richiamo speculare dei tempi».⁷⁷ In ogni caso si tratta di un processo nient'affatto unidirezionale, ma di un'interazione e di un'influenza reciproca fra lo stilista e il suo pubblico o la cosiddet-

⁷³ F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit., p. 97.

⁷⁴ H. BLUMER, voce 'Fashion', in *International Encyclopedia of the social sciences*, McMillan, New York 1972.

⁷⁵ Cit. in F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit., p. 127.

⁷⁶ A. PORRELLO (a cura di), *L'industria culturale e il prodotto moda*, Quattro Venti, Urbino 2002, p. 67.

⁷⁷ F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit., pp. 128-129.

ta massa dei consumatori, che dotata di una propria concezione di gusto in continua evoluzione, influisce in misura considerevole sulla produzione e le proposte estetiche. La condizione che si rende necessaria è una particolare sensibilità ed attenzione di fronte ai ‘nuovi sviluppi sociali’ da parte del creatore di moda.

8.2 *L'educazione alla creatività*

Un secondo nodo problematico, comune alle arti, alla moda e a molte altre professioni, riguarda le fonti della creatività: si tratta di una dote puramente personale, misteriosa, irripetibile, o dipende anche da fattori ambientali, e quindi può essere coltivata, educata, migliorata? Sull'argomento creatività, data la sua crescente importanza anche nello sviluppo socio-economico, in tempi in cui l'innovazione è divenuta un'arma decisiva nella competizione tra aziende e tra paesi, si è formata da qualche decennio un'imponente letteratura, soprattutto psicologica;⁷⁸ ma vi sono anche importanti contributi sociologici. Ad es. H. Lasswell nel 1959 ha definito l'atto creativo come «una confluenza di innovazione e di riconoscimento», inquadrando in termini di interazione sociale un fenomeno che invece viene spesso affrontato in termini di prerogative individuali. Secondo A. Melucci in *La creatività: miti, discorsi, processi* (1994), la creazione è la capacità di uscire da un ordine, affrontare il disordine e dar vita a un nuovo ordine, dove il 'creativo' è colui che percepisce lo stato di tensione latente del contesto sociale (crisi della cultura, malessere diffuso, incongruenze cognitive). Che cosa si intenda per 'contesto' e a quale tipo di rapporto, fra soggetto creativo e oggetto creato, si alluda nel caso delle diverse professioni 'creative', viene indagato da Melucci e Federico Neresini⁷⁹ individuando un primo modo di intendere il contesto come percorso di accesso ad una formazione professionale (contesto biografico); in secondo luogo, come insieme di condizioni organizzative e strutturali che rendono possibile o impediscono il processo creativo; in terzo luogo, come *frame*, 'collettore di informazioni' all'interno del quale si verificano interazioni comunicative che rappresentano il cuore del processo creativo; infine, come luogo della validazione dei risultati, cioè del riconoscimento sociale dell'evento creativo. La creatività, pertanto, per 'l'inventore delle forme di abbigliamento' dipende da due fattori decisivi: l'esperienza individuale e lo stretto rapporto tra l'individuo e gli aspetti etico-sociali dell'ambiente circostante.

Non c'è dubbio che la creatività dipende anche dalla ricchezza di stimoli culturali assorbiti nell'ambiente primario, familiare e scolastico. Un altro carattere comunemente messo in evidenza dalle ricerche è la capacità di osservare la realtà in maniera 'ingenua', impregiudicata, libera da condizionamenti categoriali stereotipati; e di stabilire connessioni e combinazioni nuove tra le cose. Per gli stilisti di 'talento', come gli artisti in ogni campo, tutto può

⁷⁸ T.M. AMABILE, *The social psychology of creativity*, Springer, New York 1992; S. ARIETI, *Creatività, la sintesi magica*, Il pensiero scientifico, Roma 1990; M.A. BODEN, *Dimensions of creativity*, The MIT Press, Cambridge Mass. and London 1994; A.J. CROPLEY, *La creatività*, La Nuova Italia, Firenze 1981; E. DE BONO, *Creatività e pensiero laterale*, Rizzoli, Milano 1998; P.N. JOHNSON-LAIRD, *Deduzione induzione creatività*, Il Mulino, Bologna 1994; D.K. SIMONTON, *Genius, creativity and leadership. Historiometric inquiries*, Harvard Univ. Press, Cambridge Mass. and London; E.H. SPITZ, *Arte e psiche. Fenomenologia della creatività da Leonardo a Magritte*, Il pensiero scientifico, Roma 1993; R.W. WEISBERG, *Creativity. Genius and other myths*, Freeman, New York 1986.

⁷⁹ A. MELUCCI, *Creatività e contesti: relazioni e istituzioni*, in *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano 1994, pp. 191-205.

diventare fonte d'ispirazione' o pietra di paragone per un'idea fruttuosa⁸⁰. Lo stilista giapponese Issey Miyake crea i suoi tessuti partendo da ciò che egli stesso definisce «un'immagine generica, non necessariamente troppo specifica. Elementi di vita quotidiana: foglie, alberi, corteccia, cielo, aria. Qualsiasi cosa. Uno spaghetti». «Sapere che genere di tessuto vorrà» dice la sua collaboratrice Makiko Minagawa, non è solo questione del «colore del cielo quel giorno, ma anche di quale tipo di danza o di architettura lo interessa».⁸¹ Ma il creatore di moda deve essere anche un attento osservatore della realtà sociale: «Giorgio Armani, un giorno, mi diceva 'io guardo i ragazzi di strada, con quei loro giacconi militari'. Gli stilisti italiani erano come antenne ipersensibili. Sapevano interpretare il loro tempo. Armani riuscirà a leggere i desideri delle donne dopo la rivolta femminista e i suoi stracci offensivi e ascetici. Valentino capirà che il romanticismo non è finito. Krizia darà forma all'avventura. Versace fornirà un modello di raffinatezza rinascimentale agli uomini che escono dagli anni di piombo...».⁸²

E poi ci sono i viaggi. Lo stilista creativo è un appassionato viaggiatore, un curioso di usi e costumi di tutto il mondo. Gianfranco Ferré e Renato Balestra insistono molto sull'importanza cruciale di questa apertura alle culture diverse.⁸³

Per gli stilisti di moda è essenziale la frequentazione del mondo dell'arte. Ne abbiamo accennato più volte, nel corso della rassegna storica. Qui ci limitiamo a qualche altro esempio. Renato Balestra all'insegna di una continua ricerca di nuovi accostamenti e tonalità ha fatto riferimento in momenti diversi alle opere di Goya (1996-1997) e Pollock (2002); Gianfranco Ferré si è ispirato ai protagonisti dell'arte di «tutti i tempi e di ogni latitudine: la delicata severità dei volti di Utamaro, le cromie energetiche alla Warhol, le pulsioni avanguardistiche del cubismo e del dadaismo, l'evanescenza di certe figure di Giacometti o di Modigliani, l'espressività immediata della *tattoo art* etnica...».⁸⁴

Emblematica in questo senso è l'esperienza 'artistica' di Gianni Versace: «[...] in ognuno dei suoi abiti ispirati a quadri o sculture è possibile ritrovare sia il paradigma originale che lo slancio e l'impegno volto a rimodellarlo in forma diversa e vitale».⁸⁵ Sono davvero tanti gli artisti e i movimenti a cui Gianni Versace ha fatto riferimento: a partire dalla cultura classica (la pittura vascolare greca ed etrusca) passando per il Rinascimento, il Romanticismo, Mariano Fortuny, il liberty... per non parlare del Novecento italiano ed internazionale (Klimt, Delaunay, Calder, il cubismo, l'art déco, fino ai tempi più recenti di Andy Warhol, Jim Dine, Julian Schnabel, dell'op art, di Frank Moore, Rotella, Schifano...) (fig. 80).⁸⁶

⁸⁰ F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit.

⁸¹ J. COCKS, *The man changing clothes*, in «Time», 21.08.1985, cit. in F. DAVIS, *Moda, cultura...* cit., p. 123.

⁸² F. ALBERONI, *L'Italia inventò...* cit., p. 258.

⁸³ In www.stilearte.it.

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ L'amore per l'arte degli stilisti si concretizza in collezioni personali di dipinti o sculture. Gianfranco Ferré, ad esempio, in un'intervista ad Enrico Giustacchini nel mensile «Stile arte» (n. 52, giugno 2002) parla della sua raccolta in questi termini: «All'inizio fu Picasso: due acquerelli, che, più di trent'anni fa, sono stati uno dei miei primissimi acquisti 'importanti'. Negli anni si sono poi aggiunti Klimt, Modigliani, Giacometti, Léger, Braque, Fontana, Burri, Pistoletto, Schifano, Del Pezzo, Tadini, Depero, Rotella, Baj. È forse improprio parlare di collezione: le opere che possiedo sono volutamente non moltissime e scelte sempre e soltanto per convinzione, per una sorta di loro rispondenza non solo al mio gusto e ai miei credo estetici, ma anche ai caratteri di un mio mondo emozionale e reale [...]».

Tra le fonti della creatività nel mondo della moda non si può infine dimenticare la conoscenza della sua stessa storia: fare moda non significa solo guardare al presente, ma anche al proprio passato. Non per riproporre acriticamente 'linee' e modelli che ora non avrebbero più ragione di esistere, ma per acquisire una consapevolezza della cultura passata, senza la quale la moda di oggi e di domani difficilmente può avere un futuro. C'è stato anche chi (Renato Barilli), ha affermato che anche nel settore della moda, come in quello letterario e artistico, «lo stilista non deve inventare, cercare nulla di radicalmente nuovo e neppure cercare di vedere per la prima volta, il suo compito è quello di rivedere, di seguire, di togliere un velo. La visione è al suo grado di maggior pienezza e intensità quando si presenta, alla lettera, come una revisione o una rivisitazione».⁸⁷

8.3 *La moda e il look*

L'attenzione per l'aspetto esteriore, per l'apparenza, la spettacolarizzazione, l'immagine, tipici della società post-moderna, o dell'informazione, o appunto dello spettacolo, nei primi anni Ottanta acquista un nome particolare: il Look. Look è lo sguardo, ma anche l'apparenza, il modo di presentarsi alla vista, «in una doppiezza fra vedere ed essere visti» (U. Volli).⁸⁸ Essa richiama l'idea di superficialità ma anche di maschera sociale, di travestimento; e di temporaneità. Come afferma Baudrillard, il look «non è neppure narcisismo, è un'estroversione senza profondità».⁸⁹ Secondo Volli il look non è neppure una categoria estetica, ma meramente psicologica, di riconoscimento. Nel mondo del look «non c'è più bello o brutto, ...neppure *up to date* o *demodè*, giusto o sbagliato. Il look segna la decadenza della capacità di controllo della moda, la sua disintegrazione per eccesso di sé»; o quanto meno, la sua diffusione nel tessuto sociale segna la nascita di un carattere ludico, evasivo, nel campo della moda, la sua perdita di quel carattere di cogenza sociale, di 'divinità misteriosa' ai cui voleri non ci si può sottrarre (C. Flügel, 1930) che l'aveva circondata in passato. Anche se il termine look fa il suo ingresso ufficiale nel mondo internazionale della moda già nel 1947, con il 'new look' di Christian Dior, esso entra a far parte della cultura di massa solo nella seconda metà degli anni '70, con la diffusione del fenomeno 'punk', dal carattere decisamente anti-moda, oltre che anti-sistema. Le figure tipiche di riferimento del look non sono né i divi del cinema né le modelle della moda, ma i nuovi idoli della gioventù, i cantanti, i musicisti, le *band*; il look, cioè l'abbigliamento, le acconciature, la gestualità con cui si presentano ai concerti e sui media vengono immediatamente ripresi dai fans, in impulsi continui di innovazione senza regole e in una gara esasperata a chi si rende più clamorosamente e straordinariamente visibile. Dal punk e dalle altre correnti socio-musicali che si succedono, convivono e contaminano freneticamente in quest'ultimo trentennio prende le mosse il fenomeno del 'neo-tribalismo' che caratterizza certe frange delle subculture giovanili negli anni '80 e '90: le diverse musiche, cantanti, e relativi look, diventano la divisa, il segno distintivo dell'identità delle aggregazioni giovanili.⁹⁰

Come s'è accennato, d'altronde, anche il punk e l'abbigliamento delle varie tribù metropolitane a loro volta offrono spunti alla moda 'adulta'.

⁸⁷ R. BARILLI, *Tra presenza e assenza*, Bompiani, Milano 1974, p. 271.

⁸⁸ U. VOLLI, *Contro la moda* cit., p. 132.

⁸⁹ Cit. in S. GRANDI, A. VACCARI, S. ZANNIER, *La moda nel secondo...* cit., p. 126.

⁹⁰ M. MAFFESOLI, *Le temps de tribus*, Livre de Poche, Paris 1991.

8.4 L'istituzionalizzazione dei rapporti tra moda e arte

Da almeno un secolo e mezzo il mondo della moda persegue la volontà di staccarsi dall'artigianato sartoriale ed essere accettato tra le altre arti visuali; non solo per una maggiore valorizzazione del prodotto, ma anche per avvantaggiarsi delle molteplici influenze formali. E la moda vede «il tempo scivolare sul suo splendore, l'umore dei media non intacca più la sua impassibilità come Istituzione. La riguardano solo la consacrazione dei musei, la clientela dei 'grandi di questo mondo' e gli onori dovuti ai grandi maestri più che alle belle collezioni».⁹¹ Pertanto, la 'cenerentola' dei linguaggi visivi, nell'intento di consolidare ed istituzionalizzare, attraverso la ricerca di stati d'animo e modi di essere senza tempo, il suo 'sodalizio' con l'arte, si presenta in musei nazionali e internazionali – il Victoria and Albert Museum, il Fashion & Textile Museum a Londra; il Metropolitan Museum, il Fashion Institute of Technology a New York; il Münchner Modern Museum di Monaco di Baviera; il Momu ad Anversa, il Museo del Costume a Palazzo Pitti di Firenze; il Louvre a Parigi; il Museo Fortuny a Venezia – con sale espositive permanenti o mostre dedicate a stilisti e *designer*, dove ci si concentra o esclusivamente sul *fashion world* o lo si contamina e accosta con l'universo artistico passato o contemporaneo. Ma non solo: le Case di Moda, che nel tempo hanno ottenuto prestigio sul mercato ed hanno influenzato in modo positivo il benessere collettivo, hanno elaborato nuove strategie, legando il proprio nome a collezioni, fondazioni oppure musei d'impresa come: il Museo della Moda Andrea e Blanceflor Boncompagni Ludovisi (1995), l'Archivio storico Gucci (1997), il Museo Salvatore Ferragamo (1995), la Fondazione Antonio Ratti – Museo tessile (1998), la Collezione Sorelle Fontana (1938 c.a.), la Collezione Fendi (1960) e così via. Esse promuovono la ricerca artistica e la diffusione delle conoscenze sul patrimonio culturale legato al mondo della moda e dell'arte. «Attraverso la realizzazione del proprio museo l'azienda, affiancandosi ai musei tradizionali, diversifica l'offerta culturale ed artistica italiana, salvaguardando ed esponendo le testimonianze della storia e della tecnica, espressione di ingegno e creatività».⁹² Da questo punto di vista, i contributi delle varie fondazioni (Fondazione Trussardi, Prada, Pitti Immagine Discovery, Ratti, Benetton, Biagiotti Cigna...), sorte, prevalentemente, intorno agli anni Ottanta-Novanta, si possono considerare di prim'ordine nel panorama artistico: vengono sponsorizzati ed aiutati giovani talenti in eventi all'insegna della creatività, della ricerca e di una visione multidisciplinare, tale da cogliere e presentare un panorama completo delle tendenze attuali in rapporto alle esigenze contemporanee del sociale ed in grado di coinvolgere fotografi, stilisti, artisti e registi insieme.

Poi vi sono le iniziative a carattere più collettivo. Nel 1991 per volontà di Marco Tosa si organizza una mostra dal titolo: 'L'abito oltre la moda. Proposte italiane per un Museo', presso Palazzo Fortuny (Venezia). I vestiti, che trentacinque stilisti⁹³ hanno realizzato per la mostra allestita a Palazzo Fortuny, hanno voluto essere degli oggetti 'emblematici': espressione non solo delle ricerche stilistiche dei singoli creatori, ma anche, l'esito di una scelta libera dalle necessità più urgenti del mercato.

⁹¹ S. WARGNIER, *Moda e tempo*, 1995, in G. CERIANI, R. GRANDI (a cura di), *Modi, regole e rappresentazioni. Il cambiamento, il sistema, la comunicazione*, Franco Angeli, Milano 1995, p. 221.

⁹² www.biblio.liuc.it

⁹³ Hanno partecipato alla mostra: Fausto Sarli, Pino Lancetti, Mariella Burani, Enrico Coveri, Irene Galitzine, Egon von Fürstenberg, Moschino, Dolce & Gabbana, Giorgio Correggiani, Ferragamo, Marco de Novaes, Roberto Lepore, Calugi e Giannelli, Prada, Emilio Cavallini, Krizia, Alberta Ferretti, Gianluca Gabrielli, Roberto Tirelli, Chiara Boni, Marina Spadafora, Raffaella Curiel, Fendi, Ernestina Cerini, Laura Biagiotti, Maurizio Galante, Romeo Gigli, Raniero Gattinoni, Paola Marzotto, Giovanni Torlonia, Litrico e Roberto Capucci.

Sempre all'insegna dell'innovazione nell'ambito della moda, nel 1998 nella sede della Fondazione Antonio Ratti di Como è stata allestita una mostra dal titolo *Gianni Versace - La reinvenzione della materia*, curata da Chiara Buss, in cui era centrale la sperimentazione dei materiali nelle opere dello stilista.

Il passato e il presente testimoniano questo costante anelito da parte della moda di elevarsi ad arte, e di confondersi con essa; uno spozializio che ha trovato la sua consacrazione nel 1996, con la Biennale di Firenze, dal tema 'Il Tempo e la Moda' (la cui direzione artistica venne affidata a Germano Celant, Luigi Settembrini e Ingrid Sischy): primo tentativo di celebrare la fusione dei rispettivi ambiti, proponendo insieme, in coppia, delle installazioni di uno stilista e un artista.⁹⁴ L'obbiettivo è stato quello di indagare e raccontare, attraverso una 'comprensione estetica', il rapporto creativo, fantastico fra l'universo della moda e le arti visive, il design, l'architettura, il cinema, la fotografia, il costume e la storia; in una visione complessiva, che fosse in grado di coinvolgere le diverse pratiche visuali, tattili, sensoriali e percettive, nel tentativo di reinventare la materia e il corpo sociale.

Gli spazi dedicati ad una rivalutazione del mondo della moda, all'insegna di una contaminazione odierna dei linguaggi, non riguardano solamente l'istituzione museale: possono essere anche *boutique, store, sfilate, fiere...*

Il Diesel Store, in via del Corso a Roma, ospita regolarmente mostre itineranti d'avanguardia, dove arte e moda interagiscono entro uno spazio quotidiano. Moda, dunque, come provocazione, come dimostrazione nel reale. Inoltre, Diesel Style Lab si avvale della collaborazione di Daniele Controversio, che con varie proposte sperimentali stimola il pubblico ad una coscienza meno ovvia del casual, dove «l'abitazione per il corpo capta una miriade di contaminazioni, si muove fra cinema e musica, tra citazioni e letteratura. A conferma che i riferimenti culturali identificano le radici della progettualità».

«La vera vetrina per le collezioni Diesel sono però gli eclettici cataloghi nei quali la presenza del prodotto sembra essere solo accidentale ed illustrativa. Queste pubblicazioni sono state premiate nel corso degli anni per il loro approccio radicale e la loro continua evoluzione nelle tecniche grafiche e fotografiche utilizzate».⁹⁵

In questi ultimi anni il CFMI (Centro di Firenze per la Moda Italiana)⁹⁶ ha favorito la

⁹⁴ Le sette mostre, in questione, dal titolo: Arte/Moda; New Persona/New Universe; Stilisti in Museo; Emilio Pucci; Bruce Weber; Habitus, Abito, Abitare ed Elton John, hanno indagato e raccontato tali contaminazioni, articolandosi nei vari spazi museali ed istituzionali di Firenze e Prato (gli Uffizi, la Galleria dell'Accademia, le Cappelle Medicee, il Forte Belvedere, la Sala Bianca di Palazzo Pitti, il museo Ferragamo a Palazzo Spini Feroni, la Stazione Leopolda).

⁹⁵ Informazioni ricevute direttamente dalla Diesel tramite e-mail.

⁹⁶ Il CFMI si presenta come un'organizzazione a capitale misto e privato, *no-profit*, con l'obiettivo di realizzare iniziative commerciali e promozionali a livello internazionale, diversificando e specializzando le sue attività e partecipazioni, intervenendo in eventi culturali come la Biennale di Firenze, oppure nella formazione di giovani stilisti (Polimoda), o ancora nella promozione sia sui mercati esteri attraverso l'Ente Moda Italia sia dell'editoria (Edifir). *Holding* di Pitti Immagine (denominazione assunta nel 1988), organizza attualmente quattro rassegne espositive: Uomo (1972); Bimbo (1975); Filati (1977) e Casa (1978). «Il CFMI fornisce le linee generali di politica fieristica e promozionale a Pitti Immagine (che controlla nella misura dell'85%) e a Ente Moda Italia (di cui possiede il 50%) società che opera nel settore delle fiere estere. L'altro socio di riferimento in queste due partecipazioni è Sistema Moda Italia, l'associazione che rappresenta in Confindustria le industrie dell'abbigliamento [...]» dal sito Internet: www.pittimmagine.com/index2.html.

‘cultura della moda’ di *Pitti Immagine*, consapevole dell’influenza che la moda stessa esercita sui costumi sociali, ma anche del connubio fra senso estetico e le capacità industriali e artigianali dell’abbigliamento. In particolare si guarda alla realizzazione di eventi e moduli di ricerca che approfondiscano i fatti sociali, di costume e i *trend* economici, con la volontà di cogliere i fenomeni artistici più innovativi, dai quali la moda trae ispirazione e con cui si relaziona. Ed è proprio da questi propositi che nasce nel 1999 la *Fondazione Pitti Immagine Discovery*, promotrice di molteplici mostre ed eventi, che hanno come scopo l’accostamento esplicito fra moda ed arte come ‘Il quarto sesso. Il territorio estremo dell’adolescenza’ (10 gennaio - 9 febbraio 2003) presso la Stazione Leopolda di Firenze.

Luogo d’incontro tra la libertà dell’arte e le necessità della moda, nelle sue molteplici ‘potenzialità’ dalla *high fashion* all’attento e accurato lavoro sartoriale, è stata anche la grande mostra internazionale ‘Imagerie Art Fashion’ promossa dall’associazione culturale ‘Gruppo 78 International Contemporary Art’, ideata e curata da Maria Campitelli ed inaugurata a Trieste al Museo Revoltella nel 2003.⁹⁷ In questa straordinaria manifestazione, ho visto la moda unitamente all’arte inoltrarsi nell’artificio, in un insieme di tecnologia, linguaggi digitali, invenzione e innovazione, con l’impiego di materiali non tessuti, polivinile, polimeri, poliesteri, fibre sintetiche, plastica, vetro...

Imagerie ha avuto un *background* nella mostra internazionale ‘Garden Fashion’ organizzata sempre dal Gruppo 78 nel 2001 nella serra della ristrutturata Villa Revoltella, a Trieste, che come in uno scrigno trasparente ha accolto le opere di nove artisti. Qui l’abito da ‘oggetto di antico spessore antropologico’ diviene pretesto d’indagine, sconfinando dal suo uso abituale per approdare a considerazioni di carattere culturale, come nel caso di Mimi Farina (fig. 81), che con *Growing dress* presentò uno strascico che si mimetizzava nel verde boscoso del luogo, a simboleggiare un organismo vivente in crescita (nei suoi lavori è radicato il riferimento alla natura e alle problematiche che oggi l’investono).

Nel 2002 come evento trasversale di Mittelmoda a Gorizia, in occasione del suo decennale, c’è stato ‘Other Fashion’, dove ‘l’altra moda’ è stata ancora quella degli artisti del mondo dell’apparenza, che hanno realizzato con l’impiego di diversi materiali abiti come quello di Enrica Borghi, dalle caratteristiche bottiglie colorate.

Nello stesso anno, alla Barbican Gallery di Londra si è inaugurata ‘Rapture: Art’s Seduction by Fashion’ (curata da Chris Townsend). Anche in questa mostra si rivela l’intensa relazione moda-arte passando in rassegna gli ultimi trenta anni e concentrandosi, in particolare, sulle opere di artisti americani ed inglesi come Victor Burgin e Tracey Emin.

C’è un problema però con la presentazione museale degli abiti, perché essi si pongono in una relazione diretta con il movimento: lo accompagnano, lo sottolineano, lo controllano, talvolta lo impediscono o al contrario lo favoriscono. Si verifica un’interazione con il movimento interno, quello del corpo e il movimento esterno, quello dell’abito. Il movimento è una dimensione essenziale dell’estetica della moda, e la sua assenza costituisce uno dei limiti nell’esprimerne pienamente la valenza culturale in uno spazio museale. La sfilata rimane quindi la tecnica espressiva e rappresentativa più adeguata all’estetica della moda. Un interessante

⁹⁷ Gli spazi espositivi per la mostra *Imagerie Art Fashion* sono stati: il Museo Civico Revoltella, i Musei del Canal Grande, il Planetario, lo spazio Juliet, la galleria LipanjePuntin, lo Studio Tommaseo, la hall della Camera di Commercio, il Consolato della Serbia-Montenegro, il Teatro Miela, il Consolato Generale della Croazia, l’Istituto Statale d’Arte E.U. Nordio.

tentativo di trovare un compromesso tra le esigenze della presentazione museale e il rispetto dell'essenziale dinamicità dell'abito è stato quello della mostra 'Krizia Moving Shapes', presso il Museo d'arte moderna di Tokyo del 2001, dove il movimento degli abiti è stato realizzato attraverso l'uso di dispositivi mobili, con effetti di luce e proiezioni computerizzate.

8.5 Nuove tecnologie e nuovi profili professionali nella moda

Come ogni altro settore della società, della cultura e dell'economia, anche il sistema della moda negli ultimi decenni risente dell'avvento delle tecnologie informatiche. Uno dei nodi cruciali in questo processo riguarda l'uso delle tecniche digitali nel cuore del processo creativo, nella moda come in ogni altra arte visiva: cioè la traduzione dell'idea (immagine mentale) in disegno (immagine proiettata su una superficie fisica). È il tema dell'introduzione del CAD (*computer aided design*) nel disegno di moda. Ma v'è anche uno snodo più specifico, che la moda ha in comune con altre industrie, ed è il passaggio dal prototipo – simulato o fisico – al processo produttivo in serie. Allora, ogni singolo aspetto e particolare del modello devono essere studiati alla luce della loro operazionabilità, della loro traduzione in operazioni delle macchine che devono tagliare e cucire i materiali. L'uso del computer apre, nel settore della moda come in qualsiasi altro, prospettive illimitate. Ad esempio, a differenza che nel disegno manuale-cartaceo, il CAD permette di simulare, e quindi controllare in anticipo, l'aspetto che il vestito assumerà nel movimento, o indosso a corpi di forma diversa, o nella sfilata.

In questo contesto, la figura ormai tradizionale dello stilista-artista-artigiano tende ad evolvere verso quella del 'progettista di moda', colui che «lavora in azienda in maniera organica e crea la sua collezione in funzione di come si evolve la moda, ma soprattutto in funzione di come l'azienda è organizzata, della sua collocazione sul mercato e delle sue potenzialità» (A. Porrello).⁹⁸ Un altro termine emergente nel mondo delle aziende di moda è quello di 'uomo (o donna) prodotto': un progettista creativo, in grado di cogliere le modificazioni del gusto, le tendenze sociali (stili di vita, orientamenti di consumo) e le esigenze aziendali; un professionista che non solo sa disegnare, a mano e al computer, ma anche eseguire materialmente il capo ideato, in modo da realizzare la collezione in perfetta collaborazione con la sezione produttiva e commerciale dell'azienda. A formare queste professionalità si stanno organizzando appositi *curricula* universitari.

9. La ricerca sul campo. Le problematiche discusse finora, sulla base di fonti bibliografiche e documentarie (cataloghi di mostre, giornali, Internet), di osservazioni dirette, e di qualche intervista ad esperti, sono state oggetto di una indagine sul campo, mediante due serie di interviste semistrutturate, condotte nei mesi di novembre-gennaio 2002-2003, rispettivamente a 15 giovani *fashions designers*, che nel corso di quell'anno hanno aderito alle iniziative di Mittelmoda (presso l'Azienda Fiere di Gorizia), 'vetrina' tra le più accreditate per i giovani talenti nel campo della moda; e 16 ad aziende di abbigliamento (*prêt-à-porter*, *haute couture*, sartorie), presenti sia nel Veneto che nel Friuli V.G.⁹⁹

I temi previsti nella traccia d'intervista sono: 1) la formazione professionale dello stilista

⁹⁸ Da un'intervista a A. Porrello, IUAV, 7 luglio 2003.

⁹⁹ Aziende di confezione intervistate: Benetton-Sisley, Gas, Diadora, Campagnolo, Lorena Creazioni, Roger Style, Maglificio Montegrappa, Maglieria Bassan di Bassan Orietta &C., Maglieria Creazioni Gea Maglia, Maglificio Innocenti, Diesel (materiale informativo inviato tramite email). Sartorie: Nervesa, Sartoria d'Europa, Joyce, Domenico Musolino, Studio Moda, Sartoria Dionis, Bernobi Erminia.

(in particolare analisi dell'incidenza nell'ambito scolastico e lavorativo della conoscenza e della predisposizione artistica); 2) l'importanza della tradizione della moda nella realizzazione di un capo; 3) la creatività dello stilista; 4) le tecnologie e le innovazioni usate nel proprio lavoro; 5) considerazioni sulla rilevanza dell'aspetto estetico nel settore della moda; 6) il concetto di stile dell'intervistato in rapporto con la libertà creativa dello stesso; 7) le modalità che consentono allo stilista di capire e di influenzare il gusto del pubblico; 8) le relazioni con gli altri addetti alla produzione di un capo; 9) le interazioni con l'universo artistico nelle rivisitazioni di determinati motivi pittorici, nelle collaborazioni con personaggi appartenenti al mondo dell'arte, nelle esposizioni in musei nazionali ed internazionali; 10) proprie considerazioni sulla moda come arte.¹⁰⁰ Le risposte degli intervistati sono riportate integralmente nel lavoro di tesi di cui questo scritto è un sunto. Qui di seguito ci limiteremo ad una campionatura.

Riguardo, ad esempio, il rapporto tra innovazione e tradizione nella moda, nelle risposte date dai vari stilisti troviamo la volontà di coniugarle: «La tradizione è importante, immagino che la moda senza un Dior o un Armani non avrebbe avuto la configurazione odierna: ci sono rivoluzioni nel campo del costume che ancora oggi sono fondamentali nella realizzazione di un capo» (R.D.M.); «La tradizione della moda è alla base delle nostre conoscenze ed è importante quanto la volontà di rinnovarsi tramite le nuove tecnologie» (F.P.); «La tradizione della moda compare sempre nel presente rinnovata, basti guardare oggi ad una ricomparsa della moda anni Sessanta e la presenza dell'Optical su magliette, gonne, ed accessori» (S.M.); «La storia della moda è importante per uno stilista sia perché consente di prendere in considerazione quelli che sono stati i progressi in questo settore sia per essere una fonte inesauribile di spunti da reinterpretare» (D.A.).

Una tradizione dell'immagine, dunque, che viene considerata, anche alla luce di una propria rivisitazione, in modo tale da affermare quella che è la propria creazione, in una realtà sempre più varia e 'globalizzata', dove l'aspetto concorrenziale impone questo tipo di rapporto. Un rapporto con l'opera di 'riferimento' che non è immediato, poiché, invece, si arricchisce di sfumature, apporti personali, ridefinizioni all'insegna dell'originalità. Sia che si tratti del giovane che del grande stilista vi è un medesimo intento di trarre ispirazione, direttamente o indirettamente, da quell'immenso serbatoio di idee e intuizioni che è l'arte figurativa, in una ripresa di motivi, forme, colori...

Dalle interviste emerge proprio come il creatore di moda ami presentarsi non solo come un professionista del settore, ma soprattutto come un artista e come tale desidera che gli sia riconosciuto il merito di essere dotato di un forte talento individuale, di una capacità creativa che si estrinseca nell'interpretazione delle forme, dei volumi e dei colori e si esplica nel progetto, considerata la fase più creativa in assoluto, accanto alla fase iniziale di ricerca ed elaborazione delle nuove idee: «La creatività, quale dote di innovare e creare attraverso l'ingegno, è una prerogativa importante per un'azienda; soprattutto oggi, dove si realizzano le maggiori trasformazioni tecnologiche, sociali e culturali, in conseguenza di un mercato sempre più esigente e frammentario» (F.P.).

Nell'ambito aziendale, la creatività dello stilista viene riconosciuta come un aspetto rile-

¹⁰⁰ La nostra principale preoccupazione è stata quella di non creare i presupposti per risposte generiche, di circostanza e poco informative, abbiamo evitato di influenzare gli interlocutori, lasciandoli liberi di articolare le proprie risposte con le dovute motivazioni.

vante (in sintonia con le altre figure professionali, in un rapporto di collaborazione e aiuto reciproco) ai fini produttivi, soprattutto considerando che in un contesto di sempre maggiore concorrenza (a livello globale) con la presenza, per di più, di un mercato esigente, frammentato e saturo, la soluzione ideale viene vista nella realizzazione di prodotti sempre più 'personalizzati' per la massa, grazie anche all'introduzione di nuove tecnologie,¹⁰¹ che hanno dato luogo a una produzione più flessibile:¹⁰²

Infatti, nel mondo delle imprese sembra essere universalmente condivisa l'opinione che la sopravvivenza dipenderà, in primo luogo, dalla capacità di innovarsi. [...] Oggi, le aziende richiedono al personale la creatività necessaria a inventare nuovi prodotti, a invogliare i consumatori a comperarli, a migliorarne la qualità, assieme a quella dei servizi e, infine, a ridurre i costi e i tempi di produzione.¹⁰³

Gli stilisti intervistati sono concordi nel ritenere che la creatività sia una condizione necessaria ma non sufficiente per rispondere alle esigenze aziendali, dal momento che c'è, comunque, sempre bisogno di coniugare l'aspetto creativo con la capacità di cogliere i molteplici aspetti della realizzazione e produttività di un capo.

Nessuno lo sa meglio di un buon creatore di moda, sia esso piccolo o grande stilista. Il 'talento' di questi creatori di forme deve, inoltre, saper conciliare due esigenze apparentemente contraddittorie. Si tratta da un lato di creare il 'nuovo', il 'mai visto prima', ma dall'altro lato di stabilire le condizioni di un riconoscimento, riproducendo con abilità il già conosciuto. L'invenzione dei professionisti della moda trova i suoi limiti nel fatto che attraverso la variazione sistematica dei modelli successivi/simultanei, è necessario che si affermi la costanza di uno 'stile della casa'. Perché la novità/innovazione deve originarsi da un 'fondo di permanenza'. Inoltre, una rottura troppo radicale con quello che è già di moda può portare ad un vero e proprio fallimento sul mercato: «Un cambiamento a livello strutturale del capo d'abbigliamento si può verificare, ma in un tempo abbastanza lungo».¹⁰⁴

Tuttavia rimane la consapevolezza che vi è maggiore capacità creativa e di proposta da

¹⁰¹ «A questo tipo di creatività si sta in questi ultimi anni aggiungendo un'innovazione tecnologica 'sperimentale'. Si tratta di strumentazioni d'alto livello, che provengono dalla tecnologia aeronautica e che consentono la simulazione virtuale al computer del campionario. Questo tipo di simulazione virtuale si basa su due metodi: l'uno è il 'metodo fisico', l'altro è l'«immagine». Nel primo caso si simula la creazione del capo d'abbigliamento; nel secondo caso, invece, si simula la presentazione di una collezione (sfilata). La difficoltà maggiore, data la difficoltà di simulare al 100% la realtà, si presenta nel primo metodo, dove la finitezza delle risoluzioni si rende necessaria nella resa di un capo». Intervista del 07-07-2003 ad Antonino Porrello, docente di Sociologia urbana presso l'Istituto Universitario di Architettura di Venezia.

¹⁰² «Quando Renzo Rosso fondò l'azienda (Diesel), nel 1978, voleva che il suo diventasse un marchio leader, capace di rischiare e di trovare un suo spazio nel mercato. Si circondò di persone creative e piene di talento, innovatori che, come lui, rifiutavano qualsiasi cieca osservanza delle ricerche di mercato e dei diktat della moda. Fin dall'inizio ai creativi fu lasciata la massima libertà di seguire il proprio intuito e la propria inventiva: il risultato fu la nascita di uno stile non omologato, un modo per esprimere la propria personalità [...]. L'ufficio stilistico e quello grafico lavorano a stretto contatto, costituendo un gruppo creativo che si influenza e si ispira a vicenda. I creativi Diesel provengono dalle più diverse culture ed esperienze e contribuiscono alla realizzazione di un prodotto unico. Ogni linea viene disegnata da un gruppo dedicato di persone (uno stilista, un assistente e un uomo prodotto) che traggono ispirazione dalle cose più disparate. Gli stilisti Diesel sono famosi per i loro ricorrenti viaggi di ricerca in giro per il mondo!». Informazioni ricevute direttamente dalla Diesel tramite e-mail.

¹⁰³ A. MELUCCI, *Creatività e contesti...* cit., p. 100.

¹⁰⁴ Intervista ad Antonino Porrello.

parte dei grandi stilisti, poiché raggiunta una certa fama e un certo successo possono esprimere tutta la loro fantasia ed immaginazione.

Dall'indagine è emersa non solo la convinzione, pressoché generale, che la moda sia arte, ma anche che la creazione di moda risulta essere tanto più vicina al mondo dell'arte (dall'estetica dell'abito alla presenza dello stesso in spazi museali, dalla collaborazione con soggetti appartenenti alla sfera artistica sino all'affermazione del prodotto moda come prodotto dotato di una propria artisticità), quanto più lo stilista e l'azienda sono riuscite ad affermarsi, e hanno avuto dei riconoscimenti a livello internazionale. A questo punto, la legittimità, la notorietà e il riconoscimento sociale sono la chiave di accesso per entrare a pieno titolo nel patrimonio atemporale dell'arte; sancito dall'ingresso nel museo, al di là delle faziosità della critica e dei capricci del mercato. L'avvicinamento ad un quadro d'autore o a un pezzo da collezione tende a valorizzare una linea di capi, mentre una sala di museo o di una galleria d'arte impreziosiscono l'abito con la suggestione del background artistico¹⁰⁵.

10. Conclusioni. In una società consumistica, 'edonista', legata all'immagine e all'apparenza, come la nostra, che ricerca costantemente ciò che è bello e piacevole, la moda si erge a 'signora dell'effimero', ma in un anelito di immortalità, vuole raggiungere ciò che da sempre ha ambito: non più solo il fascino caratteristico di un confine, di un inizio e di una fine contemporanei, della novità e della fragilità insieme, spartiacque fra passato e futuro; ora più che mai desidera entrare nella storia non solo come documento di costume o prodotto di alto artigianato, ma, soprattutto, conquistare a pieno titolo un valore estetico autonomo, libera dai vincoli della produzione, del mercato, della vestibilità; trovando la sua consacrazione artistico-estetica nei musei, nelle gallerie ed in tutte quelle strutture come fondazioni, archivi ed enti privati in genere, nate con l'esplicito intento di valorizzare, tutelare e diffondere la 'cultura del bello'.

In un Paese come il nostro, che tanto deve al *made in Italy* e che nella moda ha messo il suo carattere, il suo ingegno, le sue abilità migliori ed il suo amore per l'arte, è giusto enfatizzare che la moda è un patrimonio storico, sociale ed artistico di assoluta importanza. Non si tratta di una relazione a senso unico, che vede unicamente la moda riferirsi ai modelli dell'arte, quanto, invece, di una vera e propria interazione e scambio d'influenze: la moda guarda all'arte nella misura in cui fa propri i suoi canoni estetico-concettuali, giungendo, perfino, a sfruttarne il patrimonio culturale come strumento di *advertising*; l'arte, da parte sua, intacca un terreno alieno come quello della moda, sia per perseguire i suoi approfondimenti filosofico-concettuali e cercare nuove risorse di interazione con il sociale, aspirando, pertanto, ad un'arte totale', sia guardando con interesse al suo sistema organizzativo, agli assetti operativi del *management* di moda, ai suoi *standard* promozionali e produttivi di carattere industriale. Un sistema questo, che denota l'insieme di operazioni, interazioni e scambi fra gallerie, critici, case d'aste, collezionisti, musei e così via; in modo tale da concorrere a definire la fortuna artistica e commerciale dell'arte stessa. L'arte come la moda segue le regole di mercato entrando anche nei circuiti massmediali, per raggiungere notorietà e successo. Inoltre, non essendo un sistema unilaterale, la moda è attraversata, oggi, da forze contrapposte, da ambiguità che frammentano lo spazio soggettivo e sociale. Secondo il critico d'arte Olivier Zahn,¹⁰⁶ alla frontiera tra arte e moda si sviluppa una interzona, che sfugge al dualismo

¹⁰⁵ G. BIANCHINO (a cura di), *La moda italiana* cit.

¹⁰⁶ www.undo.net/Visual/Corso/layconferenzear/zahn.htm.

arte/moda. «Questa 'interfaccia', questa linea che attraversa il mondo dell'arte, come della moda, è il luogo della molteplicità degli stili di vita, che generano le nuove forme di esistenza soggettiva».

Fondamentale è stata, anche, l'analisi della creatività presente nell'operato tanto dello stilista che dell'artista: entrambi connotati dalla capacità o dal 'talento' d'incarnare il principio dell'innovazione, l'obbligo di cercare margini di originalità, in una straordinaria abilità di trascendere la cultura e d'intervenire su di essa, in modo tale da rispondere ad una tensione latente insita al contesto sociale, che diviene energia vitale fluente verso ciò che non conosciamo e non siamo ancora, dando nuova forma al 'disordine'.

Entrambe, arte e moda, dunque, puntano alla singolarità, all'originalità dei risultati; entrambe guardano con interesse a ciò che avviene nel mondo, calate nella realtà di un preciso contesto storico-sociale; entrambe sono l'esito dell'interpretazione individuale e della propensione al nuovo, ma nel caso della moda – con un'attenzione particolare alla tradizione passata, quale espressione di un sapere, che è patrimonio collettivo. Inoltre, le ricerche e i risultati raggiunti, sia dagli stilisti che dagli artisti, dimostrano incroci e commistioni reciproche che unitamente concorrono alla messa in scena della nostra contemporaneità.

La moda è un'arte, e come tale è un 'compromesso' fra fantasia e realtà. Non trovando soddisfazione nella quotidianità, se ne allontana e crea un nuovo mondo «più vicino al desiderio del cuore».¹⁰⁷ In fondo, sia l'arte che la moda determinano, con le loro rispettive creazioni, la nascita di spazi stra-ordinari, la cui funzione è di rappresentare l'essenza creativa dell'artefice.

La moda comunica, la moda cambia, la moda restituisce le tensioni dell'evoluzione socio-culturale, ma è anche, soprattutto, 'macchina estetica', specchio della nostra identità sociale, del nostro gusto, delle nostre preferenze, del nostro essere.

Con la nostra ricerca abbiamo voluto riflettere su tanta complessità, guardando oltre l'universo artistico tradizionalmente inteso; in modo da porci di fronte alla ricchezza appassionante dell'universo della moda senza preconcetti, con l'intento di poter rendere 'omaggio' al suo fascino senza tempo. Perché in fondo

Parlare di moda vuol dire esprimersi sulle radici dell'essere e dell'essere sociale dell'uomo, vuol dire esprimersi sul gusto degli uomini nei loro tempi, vuol dire saper leggere e apprezzare attraverso l'arte figurativa e plastica, attraverso le immagini del teatro e del cinema, attraverso i costumi e le 'divise', attraverso i suoni e le melodie dei versi e dei canti, le sapienti e raffinate manifestazioni della creatività e della genialità artistica, vuol dire esprimersi sulla ricchezza e sulla capacità di accumulazione della ricchezza degli uomini e delle nazioni, vuol dire saper leggere e sapersi esprimere sulle mutazioni culturali delle generazioni e dei popoli. Parlare di moda vuol dire, parlare dell'uomo, delle sue ricchezze e delle sue miserie, della sua grandezza e talora della sua meschinità.¹⁰⁸

¹⁰⁷ J.C. FLÜGEL, *La forza della moda* cit., pp. 266-267.

¹⁰⁸ G. PUGLISI, *I modi...* cit., pp. 13-14.

Bibliografia

- F. ALBERONI, *Consumi e società*, Il Mulino, Bologna 1967, pp. 281-290.
- G. BAUZANO, F. SOZZANI (a cura di), *Roberto Capucci. Lo stupore della forma*, Skira, Milano 2003.
- G. BIANCHINO (a cura di), *La moda italiana*, Electa, Milano 1987.
- L. BOVONE (a cura di), *Mode*, Franco Angeli, Milano 1997.
- L. BOVONE, E. MORA (a cura di), *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, Franco Angeli, Milano 2003.
- G. CERIANI, R. GRANDI (a cura di), *Moda: regole e rappresentazioni. Il cambiamento, il sistema, la comunicazione*, Franco Angeli, Milano 1995.
- L. COCCIOLO, D. SALA, *Atlante illustrato della moda*, Demetra, Verona 2001.
- B. CORÀ (a cura di), *Habitus, Abito, abitare: Progetto Arte della Biennale di Firenze*, Skira, Milano 1996.
- E. CRISPOLTI, *Il futurismo e la moda: Balla e gli altri*, Marsilio, Venezia 1986.
- M.G. CUNEO BIANCHINI, *Arte moderna per l'alta moda*, EdUP, Roma 2001.
- A. CURCIO, *La moda: identità negata*, Franco Angeli, Milano 2002.
- F. DAVIS, *Moda, cultura, identità, linguaggio*, Baskerville, Bologna 1993.
- G. DORFLES, *Le oscillazioni del gusto. L'arte d'oggi fra tecnocrazia e consumismo*, Einaudi, Torino 1970.
- J.C. FLÜGEL, *Psicologia dell'abbigliamento*, Franco Angeli, Milano 2003.
- E.J. HOBSBAWM, *Il secolo breve*, Rizzoli, Milano 1995, p. 215.
- E. KERMOL, *Cinema moda pubblicità: psicosociologia dell'estetica quotidiana*, Franco Angeli, Milano 2001.
- R. LEVI PISETZKY, *Il costume e la moda nella società italiana*, Einaudi, Torino 1995.
- A. MELUCCI, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano 1994.
- R. MIßELBECK, *Fotografia del XX secolo*, Taschen, Milano 2001.
- G. O'HARA, *Il dizionario della moda: i protagonisti, i movimenti, i segni, le parole: tutto ciò che fa moda dal 1840 ai giorni nostri*, Zanichelli, Bologna 1990.
- A. PORRELLO (a cura di), *L'industria culturale e il prodotto moda*, Quattro Venti, Urbino 2002.
- G. PUGLISI, *I modi della moda*, Sellerio, Palermo 2001.
- G. RAGONE (a cura di), *Sociologia dei fenomeni di moda*, Franco Angeli, Milano 1988.
- G. SIMMEL, *La moda*, Longanesi, Milano 1985.
- D. SIMON, *Moda e sociologia*, Franco Angeli, Milano 1990.
- M. SURACE, *Nero. La religione di un colore e i suoi fedeli laici*, Castelvecchi, Roma 2000.
- M. TOSA (a cura di), *L'abito oltre la moda: proposte italiane per un museo*, Mondadori, Milano 1991.
- U. VOLLI, *Contro la moda*, Feltrinelli, Milano 1988.
- U. VOLLI, *Block modes: il linguaggio del corpo e della moda*, Lupetti, Milano 1998.
- I. ZANNIER, *Moda e fotografia*, in «Foto Storica», 13-14 (2001), p. 27.

Sitografia

- www.artecarte.it/archivio/artecarte_n.10/abito.php
- www.arte.tiscali.it/pittura/200209/27/delaunay.html
- www.benetton.com
- www.bevilacquaalamasa.it/arc_sanmarco/delaunay.html
- www.dellamoda.it
- www.diesel.it
- www.fashionlaw.net/article
- www.infoimprese.it
- www.lorenacreazioni.com
- www.modaonline.it
- www.mode.tiscali.it
- www.museidimpresa.com
- www.museorevoltella.it
- www.nervesa.com
- www.pittimmagine.com

www.photology.com/impero
www.photosionline.it
www.sartoriamusolino.com
www.stilearte.it
www.sussidiario.it/arte
www.undo.net/Visual/Corso/layconferenzear/zahn.htm
www.url.It/ambienti/foto/moda/moda1.htm
www.villapanza.it

Arte e pubblicità*

AIGUANA FOSCARINI

1. Introduzione. Che la pubblicità sia 'l'arte tipica del nostro tempo' è un'idea che circola da almeno un secolo; sia con intenti provocatori e rivoluzionari, come nel caso dei futuristi; sia con intenti denigratori tanto della pubblicità quanto del nostro secolo, come nel caso della Scuola di Francoforte; sia infine come semplice presa d'atto di un fenomeno ormai evidente e innegabile, come nel caso di una crescente schiera di storici, critici e teorici di fenomeni artistici; in area italiana, da Gillo Dorfles ad Arturo Carlo Quintavalle a Omar Calabrese a Elio Grazioli, solo per fare alcuni nomi. Tra gli scienziati sociali, dove l'arte ha sempre avuto qualche difficoltà ad essere accettata come oggetto separato dalle altre forme di comunicazione e di cultura materiale, si è ormai diffuso il concetto di 'cultura visuale', comprensiva non solo delle arti visuali classiche e della pubblicità, ma di ogni espressione culturale che prenda forma d'immagine (icona): dalla moda al cinema, dal design alla fotografia, dalla grafica alla cosmesi, dal tatuaggio al tessile.¹ Simmetricamente, nel gergo internazionale della professione pubblicitaria l'*art*, contrapposta alla *copy* (testo) e al *layout* (composizione) indica la componente figurativa, visuale, disegnata dell'annuncio pubblicitario. L'intima connessione, o intreccio, o fusione tra arte e pubblicità è stata consacrata negli anni Novanta da due mostre nei massimi templi dell'arte contemporanea, il Centre Pompidou di Parigi (mostra 'Art et publicité 1890-1990') e il MoMA di New York (mostra 'High and Low', 1990).² Tuttavia è un'idea che incontra ancora qualche perplessità, se non resistenza, in un certo mondo elitario dell'arte, ancorato a visioni idealistico-romantiche, secondo cui l'arte dovrebbe essere espressione del tutto libera e disinteressata, cioè dis-utile, di sentimenti soggettivi; una sfera pura da compromessi con il volgare mondo della produzione e del commercio. Questa visione è ancora largamente diffusa nell'opinione pubblica e anche tra coloro che praticano attività professionali contigue all'arte, come i designer industriali e i pubblicitari stessi.³ Nel presente lavoro non ci occuperemo delle discussioni teoriche in tema di arte e pubblicità, e neanche della storia e teoria della pubblicità, che ci porterebbe molto indietro nel tempo, soprattutto se allarghiamo il concetto di pubblicità alle manifestazioni di comunicazione e 'propaganda' in campo politico e religioso.⁴ Su questo tema, basti dire che l'arte

* Sintesi di *L'arte e la pubblicità. Il caso Armando Testa*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004, pp. 293.

¹ N. MIZROEFF, *Introduzione alla cultura visuale*, Meltemi, Roma 2002.

² G. LIPOVETSKI, *Art & publicité 1980-1990*, Catalogo della mostra al Centre Georges Pompidou, Parigi 1991.

³ S. ZAVAGNO, *Seducenti citazioni. Gli usi dell'arte negli spot televisivi*, tesi di laurea, Facoltà di lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2000-2001.

⁴ Tra gli storici dell'arte pubblicitaria le opinioni sulla data d'inizio di questo genere sono ampiamente dibattute. Cfr. D. VILLANI, *50 anni di pubblicità in Italia*, Ed. L'ufficio moderno, Novara 1957; A.C. QUINTAVALLE, *Pubblicità: modello, sistema, storia*, Feltrinelli, Milano 1997; E. GRAZIOLI, *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano 2001.

‘moderna’ (dalla fine dell’Ottocento ai nostri giorni) e la pubblicità nascono e si sviluppano insieme, e se è pacifico che la pubblicità è influenzata dall’evoluzione dell’arte ‘alta’ moderna, si può anche sostenere che molte delle caratteristiche di quest’ultima si possono spiegare come reazione, in gran parte antagonista, al mondo del commercio e dell’industria culturale di cui la pubblicità è l’anima. In altre parole, se le arti visuali del Novecento hanno assunto certe forme, contenuti e traiettorie, la causa è da trovarsi anche nella necessità di differenziarsi radicalmente dalla ‘cultura visuale’ imposta dalla pubblicità commerciale, nonché dalle arti tecnologico-industriali, come la fotografia, il cinema e poi la televisione. Ma non approfondiremo questo tema. Nostro oggetto specifico sarà la collaborazione che certe correnti e autori dell’arte ‘alta’ del Novecento hanno dato, più o meno intenzionalmente ed esplicitamente, alla pratica pubblicitaria; e, viceversa, i casi di elevazione della pratica pubblicitaria a livelli di incontestabile ‘arte alta’. Questa rassegna sarà completata dall’analisi di uno dei casi italiani più rilevanti in questo campo, quello di Armando Testa, considerato come l’ultimo dei grandi ‘cartellonisti’ italiani, e uno dei massimi al mondo.

2. La nascita della grafica pubblicitaria (‘cartellonismo’) ed editoriale: da Daumier a Toulouse-Lautrec a Boccassile. Nella seconda metà dell’Ottocento i paralleli sviluppi delle pratiche commerciali e delle tecniche tipografiche portano alla diffusione delle immagini pubblicitarie, sempre più spesso a colori, su tre diversi supporti: la confezione e ‘imbballaggio’ (*packaging*) del prodotto stesso, l’inserzione pubblicitaria sulla stampa periodica, e il manifesto o cartellone stradale (*affiche, billboard, poster, plakat*, ecc.). Le ‘scatole’ che contengono i prodotti vengono sempre più curate e decorate; in molti casi, come quelle dei dolciumi, biscotti e così via diventano oggetti da arredamento e collezione. Giornali e riviste si arricchiscono di immagini pubblicitarie, che spesso diventano una delle loro principali attrattive. Le strade e le piazze si riempiono di insegne di negozi e magazzini sempre più sgargianti, di scritte pubblicitarie dipinte sui muri, e di immagini stampate su grandi fogli di carta affissi sui muri o su appositi spazi, che acquistano anche caratteri di arredo urbano (es. le famose ‘colonne’ parigine). Con la diffusione della lampadina elettrica, si creano immagini luminose e colorate, e poi anche cangianti, che rallegrano come mai prima le città notturne. La vita quotidiana anche delle masse si riempie, per la prima volta nella storia, di immagini e colori, e si aprono quindi ampie nuove occasioni di lavoro per chi sa disegnare e dipingere forme attraenti (cartellonisti, grafici, illustratori).

Tra i precursori del cartellonismo si usa citare Honoré Daumier, autore già nel 1850 di un manifesto per una ditta di combustibili; e Eduard Manet, che nel 1867 disegna il catalogo per una propria mostra e poi la copertina di alcuni libri di Poe. Ma i veri ‘padri nobili’ dell’arte pubblicitaria sono considerati Jules Cheret (1836-1932) e Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), che introdussero due degli elementi fondamentali del genere: la coerenza stilistica tra il testo e le immagini, e l’uso delle figure femminili come stimoli di sicura attrattiva visuale. Cheret alterna due stili, uno giocoso e vivace, con molti riferimenti alla pittura e alla grafica satirica (Hogarth e Daumier), ma anche allo stile galante del rococò e all’enfasi romantica; e un altro più pacato e solenne. Di Toulouse-Lautrec, data la sua notorietà – legata anche alla tragicità della sua condizione esistenziale, alla brevità della sua vita, e al suo incarnare a pieno il tipo dell’artista disgraziato, se non proprio maledetto – non è necessario dire qui molto. Le sue *affiches* di ambiente cabarettistico e postribolare, ricche di riferimenti alle stampe giapponesi, allora di gran voga a Parigi, e a Van Gogh hanno avuto molto successo già a suoi tempi, e sono tuttora molto presenti nella cultura visuale di massa (fig. 82).

Di qui si svilupperà, in tutti i paesi avanzati, la 'grafica pubblicitaria' come genere artistico a sé stante, dotato di una propria tradizione, dignità e fascino, alla quale non si applicano più le etichette di 'arte minore' o 'applicata' o 'decorativa'. Per l'Italia si può ricordare Leonetto Cappiello (1875-1942), che però ha lavorato molto anche in Francia, tanto da essere considerato dai francesi uno dei loro (fig. 83); all'opposto, Achille Luciano Mauzan (1883-1950) è un francese stabilitosi in Italia; Aleardo Terzi; (1870-1943); Magagnali; i triestini Marcello Dudovich (1878-1962) (fig. 84) e Leopoldo Metlicovitz (1868-1944); Gino Boccasile (1901-1952). In questi ultimi eleganza, lusso, bellezza femminile ed erotismo sono componenti basilari, e talora molto spinti.⁵

3. Grafica e pubblicità liberty. Secondo molti storici, la grafica e la cartellonistica pubblicitaria moderna (contemporanea) nascono nella matrice del liberty (Jugendstil, Sezession, floreal, art nouveau, modernismo, ecc.). Per capire tutto ciò basti osservare le sperimentazioni tipografiche, l'uso di decorazioni floreali sulla pagina, le invenzioni di lettering. Lo Jugendstil è considerato come uno stile di rottura con le regole tradizionali della grafica, fino allora basate su una organizzazione molto semplice, essenziale, della pagina. In ambito Sezession si pubblicano numerose riviste che si occupano di design, grafica, architettura, e anche dell'arte del manifesto.⁶ Gli stessi manifesti delle annuali mostre del gruppo e le copertine della sua rivista, «Ver Sacrum», sono capolavori di grafica. Con Gustav Klimt, Josef Hoffman e Kolo Moser si assiste ad un'unificazione delle arti, con una valorizzazione degli aspetti progettuali, sia in campo grafico sia in quello del design. Si realizzano, quindi, marchi per carta da lettere, manifesti, copertine di libri, ex libris, calendari e molto altro. L'importanza della grafica pubblicitaria è codificata nella grande mostra 'Ein Dokument deutscher Kunst' a Berlino del 1901 e in quella della collezione privata di manifesti di Hans Sachs del 1906. Sachs fonda anche una rivista specializzata, «Das Plakat».

Lo sviluppo delle tecniche tipografiche e le nuove condizioni sociali portano ad un grande incremento dei libri e delle riviste arricchite con disegni, spesso a colori. Nasce una nuova categoria professionale, quello dell'illustratore'. Uno dei suoi esponenti più famosi nella *Belle Epoque* è il ceco Alphonse-Marie Mucha, (1860-1939) che ha lavorato per lo più a Parigi. La sua fortuna arriva quando entra in contatto con l'attrice teatrale Sarah Bernhardt (1893) e produce una serie di manifesti pubblicitari per i suoi spettacoli. Le sue creazioni sono popolate da lussureggianti segni floreali, elementi decorativi, donne svolazzanti o rappresentate in posture ritorte e suggestive, e ricche di citazioni di capolavori e stili del passato.⁷ Infinite le sue realizzazioni. Si va dai *Flirt Biscuits* del 1895, dove la precisione con cui riproduce le piante ricorda molto le illustrazioni dei *Tacuina Sanitatis* medievali, alla pubblicità per la 'Cycles Perfecta' del 1897, in cui emerge un forte richiamo alle tipiche donne botticelliane, alle *Bieres de le Meuse*, sempre dello stesso anno.⁸ Negli Stati Uniti emerge Maxfield Parrish (1870-1966), il cui stile curatissimo si ispira a diverse fonti, tra cui, oltre il

⁵ La più grande collezione italiana di manifesti è quella di F. Salce, a Treviso, che ne conta oltre 25.000. Cfr. D. SARTOR, *La Nike d'acciaio. L'automobile nei manifesti della collezione Salce*, in R. STRASSOLDO, (a cura di), *Muse neotecniche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 2, Forum, Udine 2002, pp. 122-123.

⁶ A.C. QUINTAVALLE, *Pubblicità: modello...* cit.

⁷ A. ELLERIDGE, *Mucha. Le triomphe du Moderne Style*, Edizioni Terrail, Parigi, 1980.

⁸ Su Mucha, cfr. anche D. VILLANI, A.C. QUINTAVALLE, *Storie da incollare*, Bur, Milano 1996.

coevo liberty, anche il pre-raffaelismo inglese; ma in cui si intrecciano anche vene fantastiche e realistiche, e fin iperrealistiche, con uso della tecniche fotografiche, proprie della tradizione yankee. Anch'egli si dedica ad una varietà di supporti, dalle illustrazioni editoriali (per libri per l'infanzia, per riviste colte come «Scribner's» e «Harper's Bazar», per riviste più popolari, ecc.) ai calendari, dalle scatole di cioccolatini ai murales ai manifesti stradali.⁹

Finita la *Belle Epoque*, grafici e cartellonisti trovano ampie occasioni di lavoro nell'immane sforzo propagandistico che in tutti i paesi belligeranti si compie per mobilitare l'opinione pubblica a sostegno della guerra, per mezzo di manifesti, illustrazioni, cartoline e così via. Questa linea di applicazione politico-patriottica del cartellonismo si prolunga e si amplia ancora nei regimi totalitari che ad essa seguirono in buona parte d'Europa, e sino alla fine degli anni '40.

4. Cubismo e dintorni. I rapporti tra le 'avanguardie storiche' dei primi tre decenni del Novecento¹⁰ e la pubblicità sono complessi, e possono essere distinti in cinque o sei tipi. Il primo è caratterizzato dall'antagonismo. La pubblicità, che ormai è dilagata nelle piazze e strade delle città e sulle pagine della stampa, è espressione di quel mondo tecnologico-industriale, borghese e 'filisteo' per il quale in genere gli artisti d'avanguardia, sia di destra che di sinistra, hanno assai poca simpatia. I caratteri dell'arte d'avanguardia derivano da una molteplicità di fonti; ma è difficile pensare che la scomposizione delle forme, i contrasti violenti di colore, la predilezione per soggetti sgradevoli e penosi, l'adozione di tecniche e maniere apparentemente infantili e rozze, in una parola l'"estetica del brutto" che caratterizza la pittura d'avanguardia, non sia in relazione con gli opposti caratteri di virtuosismo tecnico, di eleganza, piacevolezza, sensualità, lusso, erotismo che invece caratterizzano le maniere artistiche allora dominanti (accademismo e 'pompiersmo', tardo-impressionismo, simbolismo, decadentismo, liberty), comprese le loro espressioni nella grafica e nella pubblicità. Il 'grido' di Munch fa da antifona alle lussuose favole mitologiche di Bouguereau e Cabanel, e alle sontuose divinità di Moreau; le 'Damoiselles d'Avignon' sono un pugno in faccia ai trionfi carnali di Renoir. Ma senza dubbio l'arte d'avanguardia è anche una dichiarazione di guerra – o almeno un moto di indignazione, a suo modo moralistica – contro il profluvio di immagini di donne bellissime, raffinate e seducenti che riempiono la pubblicità murale, le riviste, gli album fotografici erotici e, ormai, gli schermi cinematografici. Anche gli sberleffi di Duchamp e dei dadaisti compiuti usando incongruamente oggetti di produzione industriale – i famosi orinatoi, portabottiglie e ruote di biciclette – possono essere interpretati in questo senso, pur con qualche complicazione.¹¹

⁹ C. LUDWIG, *Maxfield Parrish*, Watson Guptill, New York 1973.

¹⁰ La tradizionale distinzione tra cubismo, dadaismo e surrealismo è difficile da mantenere, data la loro vicinanza spazio-temporale, la loro omogeneità ideologica, e l'appartenenza multipla di personaggi chiave come Duchamp. Forse è sufficiente etichettare questo gruppo come 'avanguardia parigina', pur con le diramazioni di altre città e paesi.

¹¹ Nel movimento Dada, caratterizzato dall'ironia e dallo sberleffo, e dal paradosso di un movimento artistico che si propone di distruggere l'arte, niente è mai semplice. Ad esempio tra le infinite interpretazioni sul significato del nome dada, una lo riporta ad una marca di saponette dallo stesso nome, in voga a Zurigo in quegli anni. Nel manifesto di Tristan Zara si legge che «anche la pubblicità e gli affari sono elementi poetici»; che peraltro è una ripresa dal manifesto futurista di diversi anni prima. Adottando la tecnica del collage, già introdotta da Picasso, Braque e Gris, anche i dadaisti inevitabilmente si trovano ad utilizzare frammenti di

Il secondo tipo di rapporti è quello della ripresa, da parte delle avanguardie, di alcuni tratti stilistici della pubblicità commerciale. Si afferma ad esempio che una delle fonti ispiratrici del cubismo siano state le insegne tridimensionali, a sbalzo, con lettere di legno spigolose e squadrate, di molti negozi.¹²

Il terzo tipo è la rappresentazione, nelle opere d'avanguardia, del mondo della pubblicità; rappresentazione in genere critica o ostile. In alcuni quadri di scene urbane è messa in evidenza la cacofonia di insegne, segnali, cartelloni pubblicitari. Picasso dipinge nel 1912 un quadro in stile pienamente cubista intitolato *Paesaggio con manifesti*, in cui sono rappresentati alcuni frammenti di pubblicità commerciale. Ma il mondo della pubblicità entra direttamente nell'arte d'avanguardia con l'invenzione del 'collage', cioè l'inserimento nella composizione pittorica di frammenti di oggetti, per lo più cartacei, tratti dal mondo reale. Molti di questi pezzi di carta vengono da manifesti o da pagine di inserzioni pubblicitarie di giornali e riviste. Picasso produce l'*Au bon Marché*, con alcune etichette e brandelli di manifesti, il suo sodale Braque *Bicchieri e bottiglia*, in cui fa bella mostra di sé una reclame di pellicceria; Juan Gris usa soprattutto etichette e logotipi. Il significato di queste operazioni è complesso; da un lato, l'accettazione della pubblicità come componente ormai centrale dell'esistenza; dall'altro, la sottolineatura ostile del carattere sconnesso, insensato, marcio e laido di questa realtà.

Il quarto tipo comprende alcuni esempi di collaborazione di alcuni rappresentanti dell'ambiente dell'avanguardia parigina di questi anni a progetti pubblicitari. L'esempio più interessante è probabilmente quello dei Delaunay, Sonia e Robert, con la società 'Micatube'. Nell'ambito di questa collaborazione i due realizzarono logotipi, slogan e numerose insegne luminose. Alla pubblicità continuerà ad applicarsi in particolare Sonia, con una ricca serie di opere per diverse ditte (la Michelin, la Zones, Zenith e Smirnoff, il progetto di manifesto per la Dubonnet). Disegna manifesti per cucine a gas, per cosmetici, inventa grafiche rivoluzionarie per libri. Robert Delaunay apprezzava l'effetto decorativo dei cartelloni pubblicitari nell'ambiente urbano e si oppose ai tentativi di limitarne l'invadenza.

Infine, il quinto tipo di rapporto è quello dell'uso di stilemi 'cubisti', ormai consolidati e storicizzati, da parte dei grafici e cartellonisti pubblicitari degli anni successivi; sia nel lettering, che nella composizione, che nello spirito.

5. Futurismo e dintorni. Tra le avanguardie storiche, il futurismo è quello che senza dubbio ha avuto i rapporti di gran lunga più organici e positivi con la pubblicità. Si può anche sostenere che è il movimento artistico più strettamente legato all'ethos della moderna civiltà urbano-industriale, il più longevo, il più fecondo di risultati in un gran numero di campi di applicazione delle arti. Si devono anche sottolineare le sue pesanti responsabilità politiche: il futu-

grafica pubblicitaria. Francis Picabia compie esperimenti di grafica editoriale nella sua rivista «391». Il gruppo dadaista cura anche i cataloghi di diverse ditte. Duchamp gioca spesso con immagini pubblicitarie, alterandole per i suoi scopi. Dagli anni '20 in poi, Duchamp si dedica saltuariamente anche al disegno di copertine di riviste, di scatole, di manifesti pubblicitari; ma ormai, chiaramente, solo per ragioni di lucro, in quanto ha sostanzialmente abbandonato il campo della produzione artistica, e si guadagna da vivere con consulenze artistico-commerciali (ad esempio per Peggy Guggenheim), dedicando peraltro la maggior parte del suo tempo al gioco degli scacchi.

¹² P. DAIK, *Le cubisme de Picasso, Braque et Gris et la publicité*, in G. LIPOVETSKI, *Art & publicité...* cit.

rismo è stata una delle forze decisive nel trascinare l'Italia nella Grande Guerra; e anche nello scatenare quello spirito di violenza che ha portato al trionfo del fascismo. Tuttavia è necessario qui, non tanto mantenere la distinzione tra etica, estetica e politica, quanto ricordare che l'esaltazione della guerra e della violenza rivoluzionaria erano ben radicate nella cultura del tempo. E questo comunque non toglie che il pensiero futurista sia stato ricco di intuizioni anche apprezzabili, in un'ottica di svecchiamento della cultura; e abbia creato forme e stili, in ogni campo dell'arte, più coerenti con la società moderna, e in parte ancora valide.

Alla fama del futurismo ha nuociuto non solo il suo carattere 'di destra'; ma anche il fatto di non essere un movimento d'avanguardia propriamente parigino, anche se ha tentato di ovviare a questo difetto, inscenando a Parigi il suo debutto internazionale. In particolare i cubisti, dadaisti e così via lo attaccheranno non solo per motivi politici, ma anche accusandolo – ingiustamente – di plagio.

Anche nel caso del futurismo possiamo distinguere una molteplicità di rapporti con la pubblicità. In primo luogo, l'uso, e anche l'invenzione, di una vasta gamma di efficaci tecniche per fare pubblicità a se stesso: le conferenze stampa a Parigi e nelle altre maggiori capitali della cultura mondiale; il manifesto-editoriale su «Le Figaro»; le 'serate futuriste'; i volantini pubblicitari privi di testo, come a Catania nel 1913; i testi scanditi, gridati, allitterati, ripetuti, con parole inventate o storpiate, con onomatopee, concatenate senza logica apparente ('parolibere'), con slogan ingegnosi ed eclatanti; le composizioni grafiche basate sull'asimmetria e sulle prospettive inusuali, sulla variazione e contrasto dei caratteri e dei corpi, sull'enigma e la sorpresa; i 'festival' futuristi, i padiglioni futuristi a diverse mostre (come quella delle arti decorative a Parigi del 1925). Tutte le attività promozionali e propagandistiche del futurismo dimostrano piena padronanza delle tecniche pubblicitarie più avanzate, e anche una notevole inventiva in questo campo. Il concetto di 'manifesto' stesso, pur avendo una lunga tradizione in politica, e qualche precursore anche in storia dell'arte, viene qui introdotto formalmente dai futuristi; e darà la stura a una lunga serie di imitazioni. A Marinetti si attribuisce l'invenzione di quella particolare specie di pubblicità che consiste nel provocare e suscitare scandalo, e fin risse e tumulti. Per molti versi, infatti, Marinetti è stato considerato come l'anticipatore della pubblicità negativa, quella cioè che mira a far parlare di sé in ogni modo, magari anche male, perché quel che conta è apparire.¹³ Ma egli, durante il regime fascista di cui costituiva una delle anime e supporti, si cimentò anche con la pubblicità e la propaganda celebrativa delle opere del regime, come la produzione di fibre sintetiche a partire dalla caseina (*Il poema del vestito di latte*, 1937, e il *Poema di Torre Viscosa*, 1938). I futuristi torinesi, capeggiati da Fillia (Luigi Colombo), negli anni '20 e '30 saranno particolarmente attivi nella pubblicità commerciale vera e propria; si occupano di ambientazioni pubblicitarie, di padiglioni, di arredamento di negozi e vetrine, di ambienti produttivi, in un fattivo dialogo con il coevo razionalismo architettonico e con le ricerche della Bauhaus.

In secondo luogo sono stati i futuristi ad esaltare per primi la pubblicità come la vera arte del nostro tempo. C'è un innegabile afflato sociale e democratico in questo atteggiamento; perché è evidente che uno dei pregi della pubblicità è di essere comprensibile e gradita alle masse popolari. Nel *Manifesto futurista* del 1909 si trova la famosa celebrazione delle strade e delle piazze delle città industriali, con le loro insegne e i loro manifesti, come il luogo privilegiato dell'arte viva della modernità; in contrapposizione con le morte sale dei musei, dove

¹³ Da «Corriere della Sera», 20 gennaio 1995.

si conserva il vecchio. Al cartellone pubblicitario attribuiscono un ruolo educatore.¹⁴ Marinetti è un fan della pubblicità luminosa, che rallegra e dà vita alla città di notte; interviene più di una volta presso l'amico Mussolini per difendere le immense scritte di fronte al duomo di Milano dalle ricorrenti proposte di eliminarle in quanto contrastanti con la solennità sacrale del luogo. Sant'Elia riserva alle insegne e cartelloni pubblicitari un posto fondamentale nei suoi progetti di città del futuro. Soffici, come i cubisti, usa *cliché* pubblicitari e ritagli di giornali nei suoi *collages*, fino ad arrivare con la raccolta *Parolibera* ad unire marchi di fabbrica e slogan pubblicitari. Anche Carrà fa un ampio uso della pubblicità nelle sue opere.

In terzo luogo, nel movimento futurista (primo o secondo, qui non conta molto) si formeranno alcuni dei principali grafici pubblicitari italiani, come Bruno Munari,¹⁵ Armando Testa, di cui si approfondirà la figura più avanti, e soprattutto Fortunato Depero (1892-1960). Depero era dotato di una straordinaria inventiva grafica e cromatica. Egli era convinto che la pubblicità fosse l'arte dell'avvenire, e che i moderni capitani d'industria fossero i legittimi successori dei principi e degli ecclesiastici d'un tempo quali committenti di opere d'arte.¹⁶ Fondamentali, nelle sue creazioni, le infinite scritte che diventano l'elemento portante del manifesto e svolgono un ruolo più figurativo che informativo. Molte volte le parole si compenetrano con gli oggetti, le scritte con le figure, in un gioco di incastri e trasformazioni che crea molto dinamismo e provoca profonda impressione (fig. 85). Come è stato scritto, «un cartellone di Depero non ammette sguardi distratti e non può essere dimenticato da chi l'ha visto una sola volta».¹⁷

Egli lavorò molto a lungo, e con risultati di altissimo livello, con Davide Campari. Da questa collaborazione nascerà il *Numero unico futurista Campari 1931* in cui, tra poesie, prose, testi musicali, immagini celebrativi di prodotti Campari figura anche il manifesto *Il Futurismo e l'arte pubblicitaria*. L'anno seguente realizza, sullo stesso genere, *Il cantastorie della Campari*. Famosi sono rimasti anche i suoi manifesti per la Magnesita San Pellegrino e la Fargas. Tra le sue creazioni più significative ritroviamo *Il libro bullonato* (1927), una raccolta di rivoluzionari esperimenti tipografici finalizzato alla pubblicità della propria 'casa d'arte futurista'. Depero lavora anche per il regime fascista, ad esempio disegnando la copertina della «Rivista del popolo d'Italia». Ma la sua fama si diffonde anche all'estero. Apre mostre personali a Parigi, Ginevra, Boston, ottenendo ovunque successo. Soggiorna per un periodo a New York, dove collabora con le maggiori riviste del tempo, come «Vanity Fair», «Sparks» e «Vogue»; per quest'ultima disegna una famosa copertina. L'ultima sua opera è il catalogo del suo proprio museo, allestito a Rovereto nel 1959. La copertina è costituita da un incastro di scritte tridimensionali che si trasformano in edificio.

Il movimento futurista è animato da forte spirito missionario, e Marinetti organizza missioni nelle principali capitali mondiali per diffondere il suo verbo. Nel 1913 è a Mosca, dove incontra il poeta Vladimir Majakowskij. Ne nasce la versione russa del futurismo, arricchita da altri filoni locali e cosmopoliti e articolata in diverse correnti e nomi, quale 'costruttivismo' 'raggismo' e 'suprematismo'. Coinvolti nell'esperienza rivoluzionaria e poi nella guerra civile,

¹⁴ G. DOTTORI, *Cartelli cinematografici*, in «Artecrazia», 81 (aprile 1936).

¹⁵ Su Bruno Munari cfr., in questo volume, il capitolo di S. Mason.

¹⁶ F. DEPERO, *Il Futurismo e l'arte pubblicitaria*, in «Dinamo futurista», 2 (1933).

¹⁷ E. MAIOTTI, *Corso di grafica creativa*, vol. 8, Fabbri Editori, 1989.

i futuristi russi si mettono con entusiasmo al servizio della costruzione del nuovo ordine bolscevico. Tutte le arti sono mobilitate nello sforzo propagandistico, con esiti di grande livello e impatto. Con la Nuova Politica Economica di Lenin il regime si apre a qualche forma di competizione e di mercato, ciò che incoraggia sperimentazioni di pubblicità commerciale, a favore delle aziende di stato. Tra i nomi più importanti nella grafica pubblicitaria e propagandistica, in grado di utilizzare i suggerimenti di tutte le avanguardie occidentali (non solo il futurismo, ma anche il cubismo, l'espressionismo, il dadaismo e l'astrattismo), troviamo El Lissitzky (1890-1941), e Alexander Rodchenko (1891-1956). Majakowkij e Rodchenko progettano insieme centinaia di insegne, manifesti, carte da imballaggio e illustrazioni per giornali. Con l'affermarsi dello stalinismo però l'arte d'avanguardia russa verrà repressa e schiacciata, a favore del ritorno a forme più tradizionali (realismo socialista, neo-barocco e neo-classicismo staliniano).

Immagini pubblicitarie appaiono anche in altri autori dell'epoca. Si possono ricordare le scatole di fiammiferi o quelle di biscotti presenti in alcuni quadri del De Chirico 'metafisico' degli anni '20, o il giornale sportivo e il pacchetto di sigarette *Lucky Strike* e il barattolo di disinfettante in *Odol* nei lavori di S. Davis, del 1924.

6. Neo-plasticismo, astrattismo e Bauhaus. In ambiente nord-europeo le istanze di radicale rinnovamento dell'arte e della cultura visuale, e della società più in generale, si coagulano, nei Paesi Bassi attorno a Piet Mondrian (1871-1944), Vilmos Huszar (1884-1960) e Theo Van Doesburg (1883-1931) e alla rivista «De Stijl»; in Germania, in maniera molto più massiccia e organizzata, attorno alla Bauhaus di Walter Gropius. Nel primo caso, come in Kandinskij, la ricerca della purezza, dell'essenzialità e della razionalità è animata da motivazioni di ordine spirituale, metafisico, e assume le forme dell'astrazione geometrica. Il movimento ha avuto qualche influenza sulla grafica editoriale, sul packaging (che continua a diventare un settore sempre più curato dalle aziende) e sul design industriale, ma non sembra che si sia applicato specificamente alla pubblicità. Il gruppo della Bauhaus invece è animato da prevalenti istanze di tipo sociale, e si occupa essenzialmente dell'applicazione della arti visive al miglioramento dell'ambiente di vita e di lavoro del popolo. Nella Bauhaus è già presente, seppur a livello ancora intuitivo ed embrionale, il moderno concetto di arte come comunicazione visuale. Tra i corsi impartiti alla Bauhaus figurava anche la grafica pubblicitaria, affidata a Herbert Bayer e poi, dal 1923, a Laszlo Moholy-Nagy (1895-1946); e in cui si studia non solo la grafica, ma anche la tecnologia dei supporti, la psicologia della percezione visiva e quella del consumatore. All'ambiente della Bauhaus si avvicina anche Kurt Schwitters (1887-1948), che proveniva da esperienze dadaiste e astrattiste. Nel 1923 fonda ad Hannover una propria agenzia di pubblicità, la 'Merz Werbezentrale', e si impegna molto nella promozione di questa attività, organizzando conferenze, mostre e associazioni di grafica pubblicitaria ('Bund deutscher Gebrauchgraphiker'). All'agenzia è affiancata anche una rivista di grafica, dallo stesso nome «Merz». Nella vasta e varia produzione grafica di Schwitters arte e pubblicità sono indistinguibili.¹⁸

In ambito svizzero sono importanti i contributi alla grafica pubblicitaria portati, in questo periodo, da Jan Tschichold e Max Bill.

Con la soppressione della Bauhaus nel 1933 molti dei suoi maestri ed allievi (basti citare

¹⁸ E. GRAZIOLI, *Arte e pubblicità cit.*

Paul Rand) emigrarono negli Usa, dove apportarono fiotti di innovazione nell'arte pubblicitaria di quel paese. I loro contributi formali si inserirono in un mondo pubblicitario in impetuosa crescita, prima per la diffusione del concetto di marketing strategico e quindi l'idea che il successo aziendale dipende in larga misura dalla capacità di anticipare, stimolare e formare la domanda, più che dalla capacità tecnica di produrre l'offerta;¹⁹ e poi dall'esasperazione della concorrenza nel periodo della grande crisi. Negli anni Venti e Trenta in America la pubblicità diventa essa stessa un'industria di notevoli proporzioni, in cui crescono alcune grandi agenzie attive a livello globale, e in cui trovano lavoro non solo i 'creativi', ma anche gli esperti di ricerche di mercato, i sociologi esperti in comportamenti di consumo, gli psicologi specialisti nei fenomeni della percezione visiva, gli studiosi della comunicazione e così via. Lo sviluppo delle scienze sociali e umane in America deve molto alle richieste, da parte delle imprese e dalle agenzie pubblicitarie, dei loro servizi. La pratica pubblicitaria assume caratteri sempre più razionali e scientifici.²⁰ La pubblicità diventa parte cospicua di quella che i sociologi della Scuola di Francoforte, rifugiatisi negli USA, cominceranno a chiamare, spregiativamente, 'industria culturale'.²¹ È da ricordare, infine, che in questo periodo buona parte del Vecchio Continente era piombato in mano a regimi totalitari (bolscevismo, fascismo, nazional-socialismo) in cui ebbe enorme sviluppo la pratica della propaganda politica (peraltro già ampiamente sperimentata e utilizzata durante la prima guerra mondiale), basata su principi e tecniche del tutto analoghe a quelle della pubblicità commerciale.

7. Surrealismo. Non sembra che da questo movimento siano venuti 'direttamente' contributi costruttivi allo sviluppo dell'arte pubblicitaria; anche se si può dire che alcuni dei suoi esponenti, come Dalì, siano stati molto bravi a far pubblicità a se stessi. Gli sparsi episodi di interesse per il mondo delle merci e del loro packaging hanno un carattere per lo più ironico; come lo era stato per il dadaismo, di cui il surrealismo è sostanzialmente una prosecuzione (con un po' di furore iconoclastico in meno e molto sessualismo psicanalitico in più). L'esponente del movimento più vicino al mondo della pubblicità è stato il belga René Magritte (1898-1967). Benché abbia dichiarato che «fare manifesti e disegni pubblicitari è il lavoro più imbecille che possa fare un pittore»²² Magritte ha lavorato a lungo, fin da giovane, per la pubblicità, ed è anche stato titolare, insieme con il fratello, di uno studio. Ha lavorato per ditte di profumi, abbigliamento, sigarette, tabacco, grandi magazzini, caramelle. Che lo facesse più per guadagnarsi la vita che per ispirazione è abbastanza chiaro dalla modesta qualità dei suoi lavori in questo campo, caratterizzati da impianti molto tradizionali, semplici e statici, solo raramente illuminati da qualcuno dei suoi guizzi d'ironia metafisica.²³

Più importante, come vedremo nel caso di Testa, l'influsso indiretto del surrealismo sulla pubblicità.

¹⁹ G. COSSI, *Pop art. Marketing strategico, egemonia culturale e americanizzazione dell'arte*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse demotiche, ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 1, Forum, Udine 2001.

²⁰ G.P. CESARANI, *Storia della pubblicità in Italia*, Laterza, Roma 1988; A. ABRUZZESE, F. COLOMBO, *Dizionario della pubblicità*, Zanichelli, Bologna 1998.

²¹ T.W. ADORNO, M. HORKHEIMER, *Dialettica dell'Illuminismo*, Einaudi, Torino 1997 (1947).

²² R. MAGRITTE, *La ligne de la vie*, in *Ecrits complets*, Flammarion, Paris 1979.

²³ Armando Testa ne scrive in modo piuttosto critico in *Dalla parte di chi guarda*, Allemandi & Co, Torino 1992.

8. Il dopoguerra: le divergenti traiettorie dell'astrattismo e della pubblicità. Alla fine della seconda guerra mondiale gli Stati Uniti emergono come superpotenza non solo politica, economica e militare, ma anche tecnologica e scientifica. Tutto l'Occidente vi si ispira, in ogni sfera della vita sociale e culturale. Anche nel settore della pubblicità gli europei importano all'ingrosso i modelli americani: le grandi agenzie americane fanno proliferare le loro filiali in Europa, la pratica pubblicitaria si fa più 'scientifica', si diffondono le ricerche di mercato, si introducono controlli di efficienza delle campagne pubblicitarie.

Ma anche nella sfera artistica l'America assume la leadership. È da ricordare che moltissimi artisti europei, fuggiti dal vecchio continente totalitario e in fiamme, avevano trovato rifugio in America: da Breton a Tanguy, da Duchamp a Leger, da Moholy-Nagy a Mondrian. Tra il 1945 e il 1960 si sancisce il definitivo spostamento da Parigi a New York del centro mondiale dell'arte, e alla testa dell'avanguardia artistica vengono proclamate le correnti dell'astrattismo geometrico (*hard-edge*), dell'informale (*soft-edge*, *tachisme*) e soprattutto dell'espressionismo astratto di Newman e Rothko, dell'*action painting* di Pollock.

In questo periodo si assiste a una notevole divaricazione tra l'arte 'alta' e l'art' pubblicitaria. Quest'ultima tende a produrre forme estremamente semplici, realistiche, spesso banali, finalizzate alla massima comprensione da parte delle masse; e con crescente uso della fotografia al posto del disegno o dell'immagine disegnata e dipinta a mano. Il massiccio impiego di metodi scientifici nel marketing e nella progettazione di campagne pubblicitarie solleva nuove critiche da parte di molti intellettuali. Il testo più celebre in questo filone è stato quello del giornalista Vance Packard, *I persuasori occulti* (1958).

Non sembra vi siano collegamenti importanti tra la pubblicità e l'arte d'avanguardia in questo periodo. Se lavorano per la pubblicità, gli artisti astratti la considerano come un ripiego. Come scrive A.C. Danto, «...la pubblicità o l'arte commerciale era qualcosa che si faceva per guadagnarsi da vivere, mentre l'arte non era un lavoro ma la vita stessa».²⁴

Anche nella grafica gli USA assumono una posizione preminente, in particolare con Milton Glaser. L'artista fondò il Push Pin Studio, nella quale si vengono a creare delle pubblicità innovative ed originali, ma con numerosi recuperi di stili e citazioni del passato; in uno spirito ormai post-moderno. Le realizzazioni del grafico americano spaziano in tutti i campi della comunicazione. Egli ha, infatti, rivolto l'attenzione ai fumetti, ai manifesti, alle copertine di riviste, ai marchi, alla progettazione di giocattoli. Molti i manifesti da lui creati. L'opera che meglio è riuscita ad imprimersi nella memoria pubblica è sicuramente quella per la campagna discografica di Bob Dylan. L'opera fu realizzata nel 1966 e rappresenta un'icona dello stile psichedelico.²⁵ Numerose le collaborazioni che Glaser intrattiene con le ditte. Tra le più durature si conta quella con l'Olivetti. Inoltre nel 1974 nasce il Milton Glaser Inc., nella quale si realizzano tutta una serie di studi e manifesti legati al mondo del cinema, dell'editoria e logicamente a quello del commercio. Infinite le sue creazioni. Interessanti appaiono anche quelle più recenti, come quella per il Carnevale realizzata nel 2000.

²⁴ A.C. DANTO, *The Philosophical Disenfranchisement of Art*, Columbia University Press, New York 1986.

²⁵ Il movimento dei 'figli dei fiori', nato negli anni Sessanta in America è caratterizzato, sul piano dell'espressione visuale, da immagini fortemente colorate, dalle forme rotondeggianti e rigonfie, neo-barocche, imputate all'effetto di particolari allucinogeni (LSD e altri).

9. Neo-dadaismo e pop art. L'inarrestabile espansione del mondo del consumo e della pubblicità nella vita quotidiana delle società 'del benessere' nella seconda metà del secolo non tarda però a investire di nuovo anche il mondo dell'arte 'alta'. Dopo i due o tre lustri di predominio post-bellico del puritanesimo astrattista si fa strada la pop art, che con il mondo delle merci e delle industrie culturali (stampa, cinema, televisione) ha legami evidenti, profondi, complessi, e ambigui; tanto da legittimare ancora, a oltre mezzo secolo dalla sua nascita, le interpretazioni più diverse. La pop art rappresenta e mette in scena il mondo delle merci, delle immagini pubblicitarie, e dell'industria culturale; e lo fa in parte in modo ironico, critico e dissacrante, in parte in modo oggettivo, in quanto prende atto che si tratta della realtà più massiva e corposa del suo tempo; in parte in modo celebrativo, accettando in pieno l'ethos della società dei consumi e degli affari. Gli artisti pop spesso provengono dal mondo della pubblicità, e non se ne vergognano affatto; e a sua volta lo stile pop viene ampiamente ripreso nel mondo dei consumi (*packaging*, moda vestimentaria, vetrinismo, ecc.) e della pubblicità. Infine, esso riscuote un ampio interesse popolare, di massa, proprio per la sua contiguità e coerenza con quel mondo.

La pop art conferma, dopo l'espressionismo astratto, il definitivo trionfo degli USA nel sistema occidentale dell'arte. Tuttavia è ampiamente riconosciuto che essa nasce in Inghilterra, nell'ambiente dell'Institute for Contemporary Art di Londra, che a partire dal 1952 organizza incontri, seminari e mostre da cui emerge l'Independent Group. Le mostre dell'ICA sono dedicate agli oggetti tipici del mondo dei media: fumetti, design e logicamente pubblicità. Fondamentale è la mostra 'This is tomorrow' del 1956, il cui pezzo forte è l'opera di Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's home so different, so appealing?*, che è un concentrato di tutte le categorie di immagini prodotte dalle industrie culturali di massa. Tuttavia, essa si può comunque considerare una forma d'arte tipicamente americana, non solo per l'enorme sviluppo che essa avrà negli Usa, ma anche perché pure nelle opere di autori inglesi, o francesi, o italiani, a dominare è il mondo delle merci e delle immagini di provenienza americana.

Negli stessi anni, infatti, dall'altra parte dell'Atlantico, la reazione anti-astrattista riprende stilemi dadaisti e surrealisti (come, in Francia, il 'nuovo realismo' della scuola nizzarda), in cui gli oggetti, e non solo le forme dipinte, tornano al centro della scena. I maggiori rappresentanti si possono identificare in Robert Rauschenberg, Jasper Johns e Claes Oldenburg. Con *Coca Cola Plan* (1958) Rauschenberg realizza un'opera tridimensionale (malgrado il nome), una vetrinetta nella quale l'artista ha messo in esposizione le classiche bottigliette della Coca Cola. Alcuni critici si chiesero se questo non fosse altro che un'ennesima trovata pubblicitaria della famosa bibita; sospetto confermato da alcune dichiarazioni dello stesso artista. Jasper Johns corre su un binario parallelo a quello di Rauschenberg. L'artista, infatti, esegue calchi in metallo di oggetti di uso quotidiano o inserisce nei quadri icone commerciali, intervenendo ad esempio sulla bandiera della nazione.²⁶ Oppure significativa può essere *Painted Bronze II*, opera del 1960. Qui si ritrovano due lattine di birra Ballantine fuse in bronzo, su cui l'artista dipinge a mano le loro rispettive etichette. Entrambi gli oggetti sono fissati su piedistallo, sempre in bronzo. Ciò che interessa all'artista è valorizzare le etichette dei beni presi

²⁶ Johns utilizza materiali che si sono trovati in molti quadri cubisti. Compagno quindi, frammenti di giornali, pezzi di vetro, fotografie, targhe di macchine, caratteri tipografici. Come si può osservare sono elementi tipici del mondo pubblicitario (A. VETTESE, *A cosa serve l'arte contemporanea: rammendi e bolle di sapone*, Allemandi, Torino 2001).

in analisi. Oldenburg produce una serie di oggetti in diversi materiali che imitano in maniera illusionistica le merci esposte nelle gondole dei supermercati.

Rauschenberg, Johns e Oldenburg sono considerati da molti i padri della pop art; ma il suo rappresentante di maggior successo mediatico e popolare è senza dubbio Andy Warhol, le cui serie di bottiglie di Coca Cola, di barattoli di zuppa Campbell, di scatole di sapone Brillo segnano la trionfale fusione di arte e pubblicità, e il cui metodo produttivo seriale (*The factory*) segna la sintesi di arte, industria e affari.²⁷ Warhol è sempre stato assolutamente onesto nell'espone motivazioni e obiettivi del suo operare; di lui esistono interessantissime collezioni di detti memorabili, tra cui «...a volte penso che i supermercati siano molto simili ai musei».²⁸ Questa identificazione tra arte e mondo del consumi ha fatto emettere a qualcuno (Danto) un'ennesima sentenza di morte dell'arte; tuttavia ciò non sembra turbare il sistema dell'arte, dove le serigrafie di Warhol continuano a essere oggetto di esposizioni in tutto il mondo a spuntare prezzi dell'ordine delle decine di milioni di dollari.

Come si è ricordato, gran parte dei protagonisti della pop art in origine lavoravano come grafici in agenzie di pubblicità, e molti di essi, come Wesselman, Rosenquist, Oldenburg, e Hanson hanno continuato a riprodurre quel mondo nelle loro opere 'artistiche'. Di Oldenburg si può ricordare il peana

io sono per l'arte delle pompe di benzina bianche e rosse, delle insegne luminose a intermittenza... Io sono per l'arte Kool, l'arte 7-up, l'arte Sunkist, l'arte dei 39 centesimi e l'arte dei 9.99 centesimi.²⁹

Altri pop-artisti nelle cui opere ricorrono motivi consumistici e pubblicitari sono Segal, Hanson, Kienholz, Ruschi, Indiana, Koons, Leccia e così via.

Tra i pop-artisti italiani (o neo-dadaisti o 'nuovi realisti': la classificazione delle opere e degli autori in scuole è un'arte molto difficile, negli ultimi decenni di storia dell'arte) si possono ricordare Piero Manzoni, con i suoi notori barattoli di *Merda d'artista* o di *Aria di città*, pubblicizzati e spacciati come qualsiasi altro prodotto di consumo; Valerio Adami, il cui stile ricorda molto quello di Lichtenstein e che inserisce nei suoi lavori forti richiami alla pubblicità, come può essere *Particolare di esterno* del 1962. Qui nella superficie monocroma emerge la scritta di una marca di benzina o quella della Coca Cola. Mario Schifano ha lavorato direttamente per la pubblicità (Coca Cola, Esso). Mimmo Rotella, forse il più noto artista italiano a cavallo tra pop art e *nouveau realisme*, è anche il massimo rappresentante della corrente dei 'manifesti strappati'. Rotella vive in un periodo in cui il manifesto svolge una funzione macroscopica di arredo urbano. È proprio da qui che l'artista trova un favoloso mondo di immagini da rielaborare, tratte prevalentemente dal mondo del cinema e della pubblicità. La tecnica, derivata dal *decollage*, era stata introdotta a partire dagli anni Quaranta in Francia. Ciò che contraddistingue i lavori di Rotella è il fatto di averla utilizzata nello spirito tipico della pop art. I suoi manifesti sono composti prevalentemente da superfici strappate, lacerate e invecchiate.³⁰ Così lui giustifica questo atto di strappare la réclame:

²⁷ A. ABRUZZESE, F. COLOMBO, *Dizionario della pubblicità* cit.

²⁸ A. BOATTO (a cura di), *Warhol*, in «Art e Dossier», n. 105, ottobre 1995.

²⁹ C. OLDENBURG, cit. in *Americans, 1963*, Museum of Modern Art, New York 1963.

³⁰ La tecnica utilizzata da Rotella assume il nome di *decollage*. Questa tecnica consiste nello strappare i manifesti in modo che da sotto ne affiorino degli altri, affissi in precedenza. Si creava in questo modo una spaccatura nell'unità del manifesto originario.

...strappare manifesti dai muri è l'unica rivalse, l'unica protesta contro una società che ha perduto il gusto dei mutamenti e delle trasformazioni strabilianti... Se avessi la forza di Sansone, incollerei Piazza di Spagna con le sue tinte autunnali tenere e molli sulle rosse piazze del Gianicolo ai bagliori del sole calante...³¹

Sono numerose le innovazioni attuate da Rotella nel mondo pubblicitario. Interessanti sono apparsi anche i suoi *retro affiche*, eseguiti contemporaneamente ai suoi primi *décollage*. Questa tecnica porta ad evidenziare le incrostazioni della colla e dell'intonaco trasmesso sul manifesto. Michelangelo Pistoletto propone invece una compagna pubblicitaria intitolata 'Anno Bianco', costituita da un pannello pubblicitario lasciato per un anno vuoto, bianco appunto. L'idea è quella di fornire uno spazio neutro su cui l'osservatore possa liberamente proiettare i suoi pensieri.

10. Dagli anni Settanta ai giorni nostri. La massiccia presenza del mondo dei consumi, dei media e della pubblicità nella pop art, come nella vita quotidiana, genera inevitabilmente la reazione dialettica. A partire dalla seconda metà degli anni '60 le avanguardie artistiche sono caratterizzate dal rifiuto anche radicale di quel mondo. Si affermano correnti come l'arte povera, l'arte minimale, l'arte ambientale, la video-arte e infine l'arte concettuale, diversissime tra loro ma accomunate dall'odio senza compromessi per il mondo delle merci e del mercato. Non vi sono contributi degni di nota dall'arte alla pubblicità, fino alla fine degli anni '70; al massimo qualche citazione satirica o di denuncia, come quella di Joseph Kosuth; o l'assunzione provocatoria, da parte di alcuni artisti, di metodi e tecniche della pubblicità commerciale nella promozione delle proprie opere, come hanno fatto Daniel Buren,³² Jenny Holzer, Dan Graham, Barbara Kruger e altri.

La diffusione della televisione e della pubblicità televisiva provoca la nascita di una forma d'arte affatto nuova, la video-arte, che vi si confronta in termini molto critici, di denuncia e attacco, e che usa la videocamera secondo modalità programmaticamente alternative rispetto alla TV istituzionale e commerciale.³³

Con le correnti degli anni 1965-1980 si può considerare conclusa la parabola dell'avanguardia, che si basava sull'idea che la storia procedesse inevitabilmente nella direzione del progresso, e che gli artisti operassero alla frontiera avanzata di questo processo, anticipando il futuro con la loro superiore sensibilità e intuizione e illuminando con le loro opere la marcia delle masse.³⁴ Si apre la stagione del 'pensiero debole', della post-modernità, in cui si prende atto che non vi sono più ideologie e valori forti, né criteri di giudizio assoluti; tutto è relativo, tutto è ammissibile. Il tramonto dell'ultima grande ideologia, quella marxista, porta all'accettazione rassegnata o entusiasta del capitalismo nuovamente trionfante e ormai senza rivali. L'arte 'alta' torna a dialogare con le arti popolari, l'industria culturale, la moda, la pub-

³¹ M. ROTELLA, *Così*, presentazione del catalogo della mostra personale, Galleria Selecta, Roma, marzo-aprile 1957.

³² D. Buren è definito come la perfetta fusione di artista-pubblicitario, in quanto le sue opere non sono altro che la pubblicità di se stesse; le sue strisce bianche e blu non sono che la griffe Buren, senza un oggetto che le porti. Cfr. R. DETREURTE, *Requiem pour une avant-garde*, in P. BARRER, (*Tout*) *L'art contemporain est-il nul?* Favre, Genève 2000, p. 197.

³³ Sulla video-arte cfr. R. SCHIOPPALBA, *Una musa gracile. La videoarte in Italia negli anni '90*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche...* cit.

³⁴ R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.

blicità. Quest'ultima viene di nuovo accettata come una forma d'arte, e trova spazio nei musei e nelle gallerie più prestigiose del mondo, come si è ricordato all'inizio di questo scritto. Tra i casi più famosi, fra gli anni Ottanta e Novanta, sono le campagne pubblicitarie del fotografo Oliviero Toscani per la Benetton,³⁵ o la mobilitazione di talenti artistici da parte della Swatch, nella produzione e commercializzazione dei suoi orologi da collezione, dalle forme e colori più fantasiosi. Si può ricordare anche l'impiego di famosi registi cinematografici nella produzione di 'spot' televisivi, e viceversa, l'approdo al grande cinema di registi cresciuti nel mondo della pubblicità televisiva; o, infine, l'impiego di citazioni dal mondo dell'arte alta, anche moderna, negli spot televisivi.³⁶

In generale, il mondo degli affari, del commercio, della pubblicità, è divenuto un grande consumatore e promotore di arte contemporanea. Il caso forse più significativo di fusione tra il mondo della pubblicità e il sistema dell'arte è probabilmente quello di Charles Saatchi, curiosa figura di avvocato inglese, di origine ebreo-irakena, divenuto proprietario di una delle più importanti imprese mondiali di pubblicità, e allo stesso tempo uno dei massimi collezionisti, mecenati e promotori delle espressioni artistiche più estreme; al punto che la sua collezione londinese e le relative mostre sono in aperta competizione con quelle della Tate Modern, e sono una delle attrazioni turistiche più famose (tra gli intellettuali) della Londra degli ultimi anni.³⁷

Tuttavia è da sottolineare che, in complesso, in quest'ultimo quarto di secolo la pubblicità è divenuta un'industria così potente da essere in grado di generare al proprio interno tutte le competenze tecniche e creative necessarie, senza quindi dover attingere al sistema dell'arte. Basti pensare, in particolare, all'uso delle tecnologie elettroniche sempre più avanzate nella realizzazione delle immagini pubblicitarie, fisse o in movimento. L'informatica permette ormai di realizzare virtualmente qualsiasi fantasia visuale, senza più alcun legame con quella realtà fisica cui, malgrado tutto, le arti tradizionali rimangono legate.³⁸

11. Il caso Armando Testa. La vicenda dei rapporti tra arte e pubblicità, finora analizzata in termini generali, può trovare una significativa illustrazione nel caso di Armando Testa, uno dei più grandi creativi della pubblicità italiana della seconda metà del secolo scorso.

Nato a Torino nel 1917, a 11 anni viene già avviato al lavoro. Tra le molte esperienze precoci le più significative sono quelle in un certo numero di tipografie (da cui viene continuamente licenziato per scarso rendimento). All'amore per l'arte del suo tempo viene iniziato dal suo maggiore maestro, il pittore astrattista Ezio D'Errico, incontrato alla Scuola tipografica Vigliardi Paravia. Per tutta la vita Testa sarà un assiduo lettore di riviste e libri di grafica e di cataloghi delle mostre che frequentava in tutto il mondo. Non è mai stato invece un collezionista d'arte contemporanea, e neanche un acquirente casuale. La sua casa ideale non doveva avere quadri alle pareti. Queste dovevano essere del tutto bianche, per non interferire con la sua immaginazione creativa.

³⁵ N. BIANCHINI, *Fotografia, pubblicità, arte e impegno sociale. Il caso di Oliviero Toscani*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche...* cit.

³⁶ S. ZAVAGNO, *Seducenti citazioni. Gli usi dell'arte negli spot televisivi*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche...* cit.

³⁷ R. HATTON, J.C. WALKER, *Supercollector: a critique of Charles Saatchi*, Ellipsis, London 2000.

³⁸ G. COSSI, *Dalle nicchie alla masse. Tipologie e interpretazioni delle arti tecnetroniche*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche...* cit.

Il suo primo passo nel mondo della grafica lo compie a vent'anni, nel 1937, con il manifesto per la ICI (Industria Colori e Inchiostri); ma sarà solo dopo la parentesi della guerra (dove presta servizio come fotografo) che raggiunge il successo, con le campagne per la Martini & Rossi, Carpano, Borsalino e Pirelli e altre (figg. 86-91). Per una decina d'anni oscilla tra il successo nella grafica pubblicitaria e la passione per la pittura astratta. Nel 1956 fonda, con la moglie Lidia e il cognato Francesco De Barberis, lo Studio Testa, con il quale si lancia nel nuovissimo campo della pubblicità televisiva. In quell'anno infatti nasce *Carosello*, una novità che sconvolge la vita dei pubblicitari italiani. I grafici si trovano, per la prima volta, a dover inventare delle storie, in cui gli ultimi venticinque secondi sono dedicati alla pubblicità vera e propria del prodotto. Così Testa parla di questo periodo:

erano anni terribili in cui soffrivo terribilmente, perché l'apparizione della televisione aveva messo in linea nuovi creativi sotto forma di registi, operatori, sceneggiatori che spadroneggiavano nell'immagine oscurando i cartellonisti.³⁹

Contemporaneamente si diffondeva anche in Italia un'altra innovazione americana, il marketing e tutto l'apparato di concetti, parole, metodi e tecniche ad esso connessi. Lo Studio Testa si attrezzò anche in questo campo, grazie soprattutto a Francesco De Barberis, e in breve non solo fu in grado di far fronte alla concorrenza delle agenzie pubblicitarie che stavano penetrando il mercato italiano, ma anche di ottenere successi internazionali e perfino di andare controcorrente, stabilendo a New York una propria filiale.

Negli anni Sessanta i personaggi creati da Testa hanno enorme successo, diventando parte della cultura popolare italiana: basti pensare a Carmencita e Caballero (caffè Paulista), all'ippopotamo Pippo (pannolini Lines) (fig. 92), agli abitanti del pianeta Papalla, e molti altri. Non è solo l'ideatore di personaggi-simbolo ma anche di numerosi slogan che hanno segnato la storia della cultura e della lingua italiana (ad esempio «più lo mandi giù più ti tira su», «e la pancia non c'è più», «chiamami Peroni, sarò la tua birra», «chi sono io, Babbo Natale?»).

Nel 1958 Testa vince il concorso per il manifesto delle Olimpiadi di Roma. Tuttavia la sua proposta incontrò molte opposizioni, e il concorso fu ribandito l'anno seguente; anche stavolta Testa sbaragliò i concorrenti.

Nel 1965 la sua fama è tale che gli viene affidata la cattedra di Disegno e composizione della stampa presso il Politecnico di Torino; cattedra che terrà fino al 1971. Si dedica anche al design industriale (ad es. la sedia AT) e all'architettura (ad es. il progetto per la sede torinese).

Lo Studio Testa è ormai di gran lunga la più grande e famosa agenzia pubblicitaria italiana. Nel 1978 si trasforma in società per azioni (Armando Testa Spa), che poi aprirà altre filiali a Milano e a Roma. Il 1978 è un anno importante per Testa anche perché, divorziato dalla prima moglie, sposa Gemma De Angelis, una ragazza conosciuta otto anni prima alla Biennale di Venezia, quando lei aveva 21 anni. La moglie lo ricorderà come una persona dotata di grande allegria, ironia e carisma; un trascinatore e un comunicativo, cui piaceva stare sempre in mezzo ad amici. Usava un linguaggio tutto suo, molto bizzarro; e utilizzava qualsiasi cosa come stimolo e supporto per la sua creatività.

Malgrado l'intenso impegno nel campo pubblicitario, Testa trovava sempre il tempo per dedicarsi al suo maggiore interesse, la pittura, dove ha realizzato lavori importanti. Egli ha più

³⁹ In *Armando Testa, Dalla réclame al marketing*, in «Il Millimetro», dicembre 1983.

volte rivendicato «la libertà di fare due mestieri». ⁴⁰ La rivoluzione che Testa opera in campo pubblicitario deriva dall'amore per la pittura. Nel corso della sua attività non si sono registrate fratture tra le due attività, anche se trovava la pubblicità più difficile, in quanto soggetta ad un certo numero di vincoli. Egli viveva le due discipline in totale libertà o meglio in completa contaminazione tra loro. Alcuni critici, legati al mito romantico dell'arte come attività del tutto disinteressata e libera da vincoli esterni, vi hanno identificato uno sfogo rispetto ai limiti imposti dalle creazioni pubblicitarie. Quintavalle enfatizza invece una netta interdipendenza tra pittura e opera grafica; basterebbe, afferma, prendere in considerazione alcuni degli ultimi poster o manifesti per accorgersene. ⁴¹ L'artista ha più volte specificato l'ambizione di dimostrare che la pittura poteva riuscire utile ed efficace sia nel caso di un manifesto quanto in un quadro; e anch'egli sottolineò la natura pubblicitaria, cioè comunicativa, di tutta la grande arte, dalle origini ai nostri giorni. Per Testa, la pubblicità è testimone non solo della comunicazione commerciale, ma anche della storia di una società e dovrebbe svolgere la funzione educativa di insegnare e trasmettere il messaggio dell'arte. ⁴²

Sono numerose le sue immagini pubblicitarie che vedono l'unione di tecniche diverse. Basti pensare a quella della Borsalino, in cui la sagoma dell'uomo è realizzata attraverso la tecnica del *frottage*; oppure il manifesto per la Stilla, in cui alla fotografia viene unita una striscia data da una pennellata; e il famosissimo elefante della Pirelli.

Un'altra serie di lavori intermedi tra la libertà artistica e la finalizzazione pubblicitaria sono i biglietti d'auguri natalizi che lo Studio Testa mandava ai suoi amici, collaboratori e clienti.

L'attività pittorica di Testa fu molto intensa. Essa era prevalentemente di carattere astratto, ma con forti richiami naturalistici (basti pensare alle numerose superfici azzurre che ricordano il mare o il cielo) (fig. 93). Ma nella sua produzione, sia pubblicitaria che strettamente artistica, si trovano richiami a molti altri stili, scuole e correnti: dall'Action Painting americana, a Kline, De Kooning, Rothko, ecc. D'altra parte, molte delle sue creazioni sembrano fortemente ispirate al surrealismo: si pensi alle sue poltrone foderate di prosciutto, il tavolo avvolto nella mortadella o le due olive nel letto di pasta. ⁴³ Carattere surrealistico ha anche la frequente presenza, nei lavori di Testa, di alcuni motivi caratteristici, quasi feticistici, come il famoso dito; ma anche gli occhi, la croce, la sfera, le ellissi, i dadi e bulloni. Tra le sue 'ossessioni eidetiche', probabilmente risalenti ai suoi anni in tipografia, c'è anche l'utilizzo di segni iconici derivati dalle lettere e dai numeri.

Ma Testa cercava ispirazione non solo nel mondo dell'arte universale, di ogni tempo e luogo, ma anche in tutte le forme della quotidianità, compresi il mondo dei media e dei consumi stesso. Per questo apprezzava molto anche la pop art. ⁴⁴

⁴⁰ «Voglio continuare a dipingere, perché è uno dei miei pochi momenti di libertà. Sono convinto che tra pittura e pubblicità ci sia un'interazione totale. Il mio percorso non prevede il riposo della pittura come qualcosa di deviato rispetto al mestiere di ogni giorno» (file: Un inquieto viaggiatore dell'immagine.htm.).

⁴¹ A.C. QUINTAVALLE, *La fotografia come figura retorica*, in «La Stampa», Torino, 13 settembre 1985.

⁴² G. DE ANGELIS, *Un inquieto viaggiatore dell'immagine*, in *Armando Testa*, Catalogo della mostra, Castello di Rivoli, Charta, Milano 2001.

⁴³ Milton Glaser parlando di Testa ricorda spesso i suoi continui richiami al Surrealismo. Glaser, infatti, ricorda come esempio valido quello dei pneumatici della Pirelli. L'opera eseguita da Testa nel 1954 rappresenta un pneumatico che si trasforma in una testa di elefante che avanza verso lo spettatore (da M. GLASER, *Un esploratore*, in «Pubblicità Italia», Milano 1992).

⁴⁴ Testa in un'intervista ha affermato: «Negli anni Sessanta, con Warhol e la Pop, l'arte si è appropriata della pubblicità ed ha dimostrato che anche una minestra in scatola o una confezione di detersivo possono essere personaggio» né più né meno di Marilyn Monroe o di Mao Tse Tung (A. TESTA, *Coca Cola Generation*, in «Cocart», Galleria Bianca, Milano 1992).

L'artista si è avvicinato moltissimo alla fotografia, soprattutto a partire dagli anni '60. Era soprattutto la fotografia a colori che lo interessava, proprio perché capace di produrre immagini di assoluto realismo. Testa notava che nemmeno il più minuzioso dei fiamminghi del Quattrocento aveva potuto avvicinarsi così microscopicamente alla realtà. Di solito egli utilizza fotografie ad alta risoluzione, e scontornate su uno sfondo bianco; tecnica che poi farà scuola (cfr. ad esempio Toscani). Spesso le immagini più complesse sono composte da foto dei singoli elementi, scontornati e giustapposti, con una tecnica che ricorda il collage.

Malgrado gli impegni professionali nel settore pubblicitario, Testa non ha mai cessato di dedicarsi anche alla grafica e alla pittura 'libera'. Ad es. dagli anni '50 agli anni '80 ha portato avanti una serie di serigrafie, per lo più di animali metamorfizzati, e spesso connessi a giochi di parole. Numerose mostre dei suoi lavori, sia più strettamente artistici che pubblicitari, si sono tenute in tutto il mondo. Egli interviene anche con una rubrica regolare di note sul «Giornale dell'arte» che saranno poi raccolte con il titolo *Dalla parte di chi guarda* (Allemandi & Co., Torino 1992). Dalla metà degli anni '80 Armando Testa affida la responsabilità dell'agenzia al figlio Marco, e si concentra nelle attività più propriamente creative, sia nella grafica che nella pittura. Nel 1984 viene celebrato con una mostra al Padiglione d'Arte contemporanea di Milano, l'anno successivo a Torino alla Mole Antonelliana; nel 1986 la stessa Torino gli conferisce il titolo di 'cittadino dell'anno'. Nel 1987 espone a New York. Infiniti sono i riconoscimenti ufficiali che gli vengono attribuiti nel corso degli anni, ad es. la laurea honoris causa all'Università del Colorado (1989). Muore il 20 marzo 1992.

Bibliografia

- A. ABRUZZESE, F. COLOMBO, *Metafore della pubblicità*, Costa & Nolan, Genova 1989.
Armando Testa, Catalogo della mostra, Castello di Rivoli, Museo d'arte contemporanea, Charta, Milano 2001.
- D. BARONI, M. VITTA, *Storia del design grafico*, Longanesi & Co., 2003.
- O. CALABRESE, G. DORFLES, A.C. QUINTAVALLE, *Armando Testa, il segno e la pubblicità*, Catalogo della mostra di Torino, Mazzotta, Milano 1985.
- F. CASETTI, *Il linguaggio della pubblicità*, Mursia, Milano 1991.
- G. CELANT, G. DORFLES, *Armando Testa, una retrospettiva*, Catalogo della mostra di Firenze, Electa, Milano 1993.
- G.P. CESARANI, *Storia della pubblicità in Italia*, Laterza, Roma 1988.
- G. DORFLES, *Simbolo, comunicazione, consumo*, Einaudi, Torino 1962.
- G. DORFLES, A.C. QUINTAVALLE, D. MUTARELLI, *Armando Testa*, Catalogo della mostra, Mazzotta, Milano 1984.
- G.L. FALABRINO, *Effimera e bella. Storia della pubblicità italiana*, Silvana, Cinisello Balsamo 2001.
- L. FRONTONI, *Il mercato dei segni. Consumi e comunicazione pubblicitaria*, Cortina, Milano 1986.
- R. GORLA, *Pubblicità. Una vista dall'arte*, Anthelios edizioni, Garbagnate 1999.
- E. GRAZIOLI, *Arte e pubblicità*, Mondadori, Milano 2001.
- G. LIPOVETSKI, *Art & publicité 1890-1990*, Catalogo della mostra al Centre G. Pompidou, Parigi, 31 ottobre 1990-25 febbraio 1991.
- E. MAIOTTI, *Corso di grafica creativa*, vol. 8, Fabbri Editori, Milano 1989.
- B. MARSANO, *Manifesti. XX secolo*, Electa, Milano 2003.
- V. PICA, *Il manifesto. Arte e comunicazione alle origini della pubblicità*, Liguori, Napoli 1994.
- S. POLANO, P. VETTA, *La grafica del Novecento*, Electa, Milano 1980.
- «Pubblicità Italia», 37, 22 novembre 1999.
- A.C. QUINTAVALLE, *Pubblicità: modello, sistema, storia*, Feltrinelli, Milano 1997.

- R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse demotiche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 1, Forum, Udine 2001.
- R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 2, Forum, Udine 2002.
- C. SALARIS, *Il futurismo e la pubblicità*, Lupetti, Milano 1986.
- C. SALARIS, *Artecrazia. L'avanguardia futurista negli anni del fascismo*, La Nuova Italia, Roma 1992.
- L. TAIUTI, *Arte e media, Avanguardie e comunicazione di massa*, Costa & Nolan, Genova 1996.
- A. TESTA, *Dalla parte di chi guarda*, Allemandi & Co, Torino 1992.
- A. TESTA, *La parola immaginata*, Pratica, Parma 1996.
- A. TESTA, *La pubblicità*, Il Mulino, Bologna 2003.
- K. VANDEROE, A. GOPNIK, *High & low*, Catalogo della mostra, MoMA, New York 1990.
- A. VETTESE, *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte*, Ed. Il Sole 24ore, Milano 1993.
- A. VETTESE, *A cosa serve l'arte contemporanea: rammendi e bolle di sapone*, Allemandi, Torino 2001.
- D. VILLANI, *50 anni di pubblicità in Italia*, Ed. L'ufficio moderno, Novara 1957.

Illustrazioni



1-6. Sculture vegetali.



2.



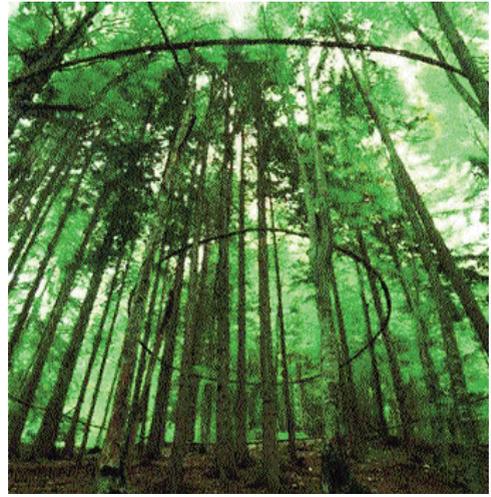
3.



4.



5.



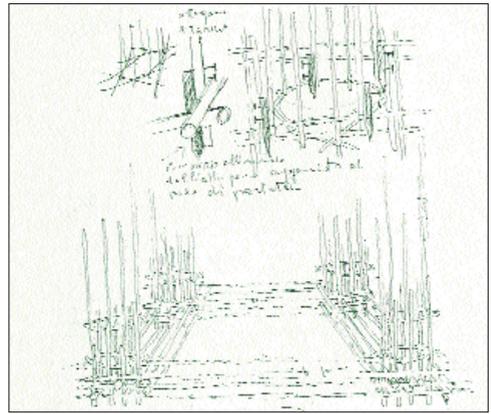
6.



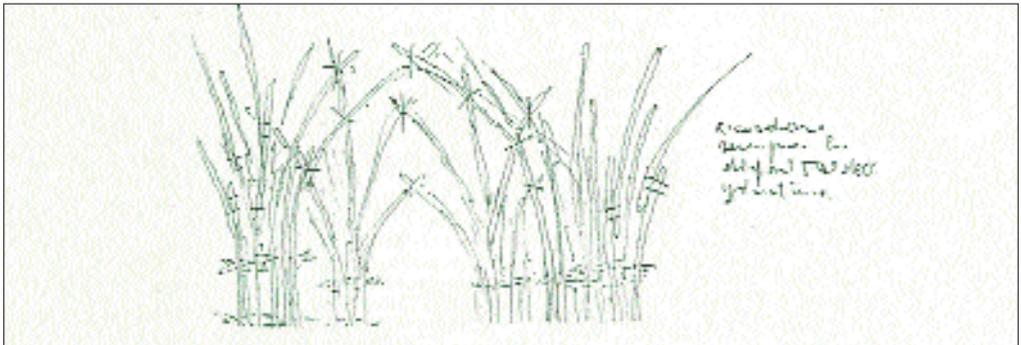
7. Teatro Natura.



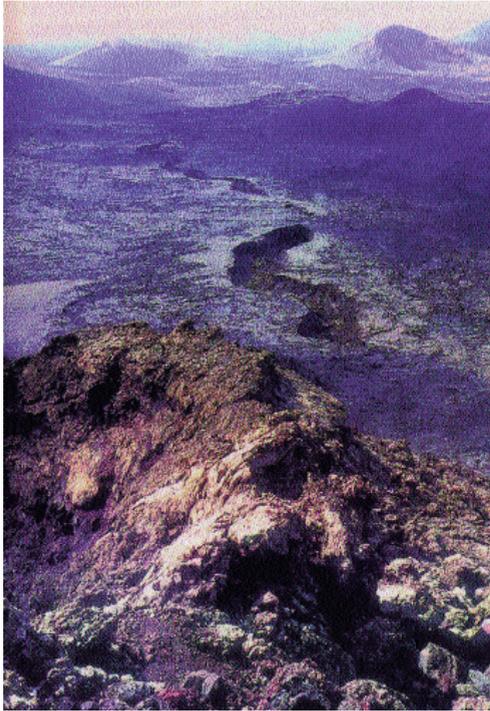
8. La cattedrale.



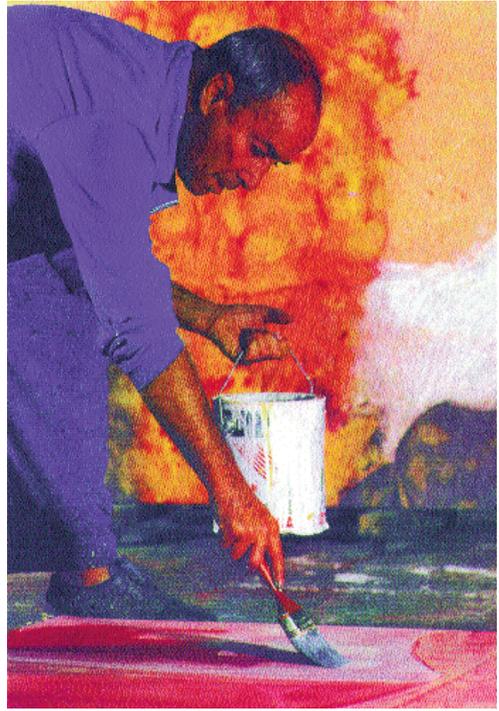
9a-b. Disegni progettuali di G. Mauri.



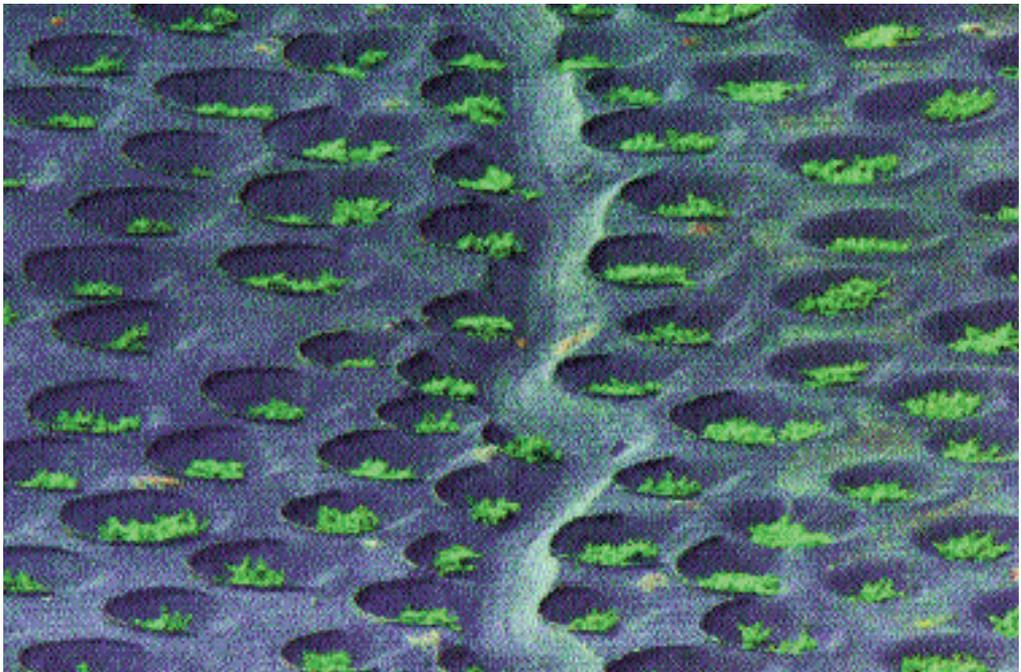
9b.



10. Lanzarote.



11. Manrique pittore.



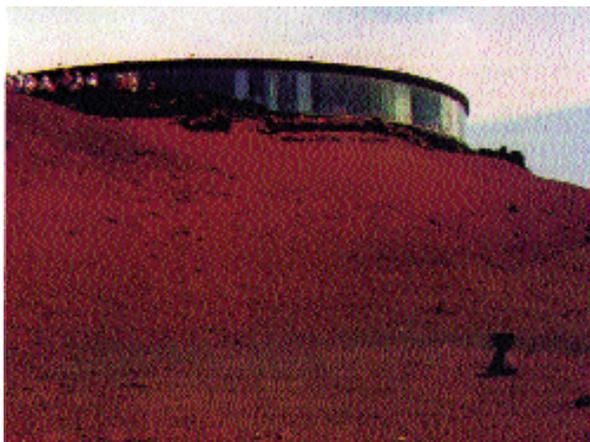
12. La Geria.



13. Manrique promotore.



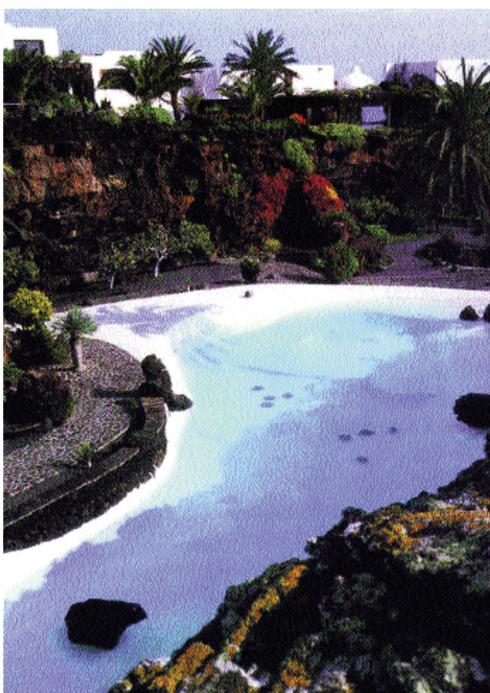
14. Casa del Campesino.



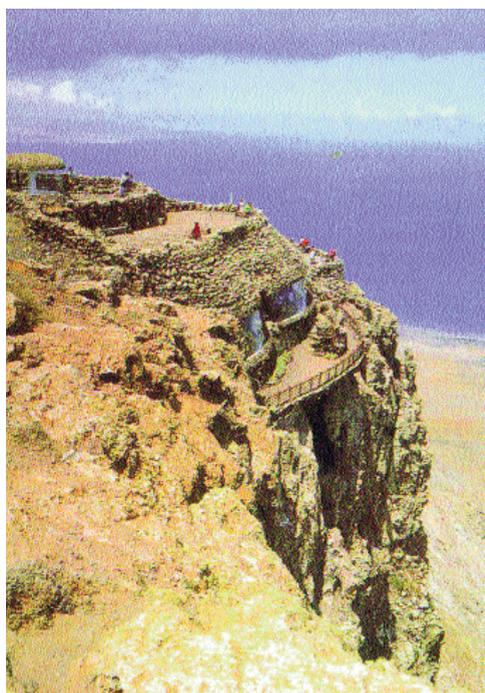
15. Ristorante El Diablo.



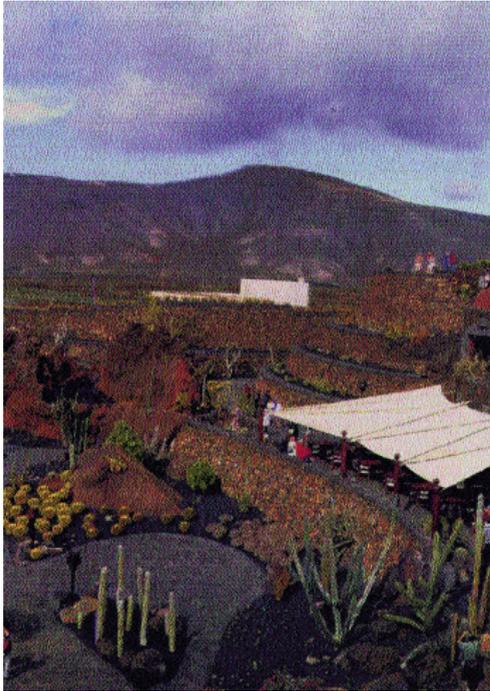
16. Mirador del Rio, dall'interno.



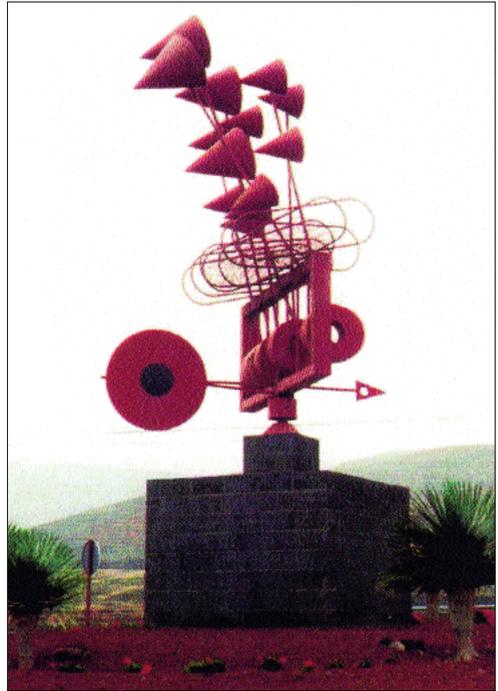
17. Taro de Tahiche.



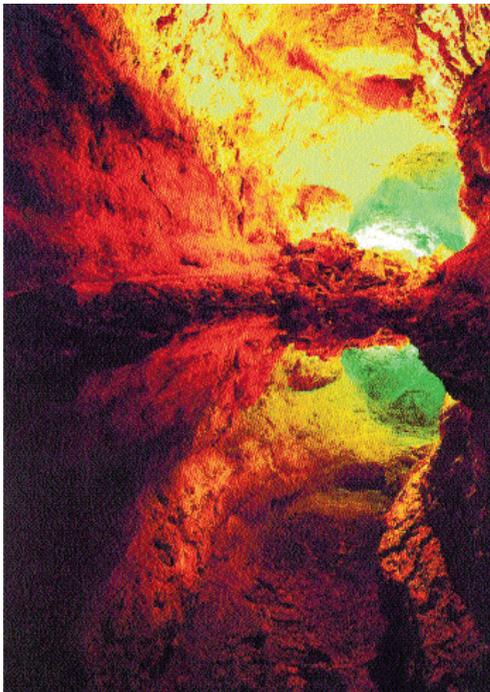
18. Mirador del Rio, esterno.



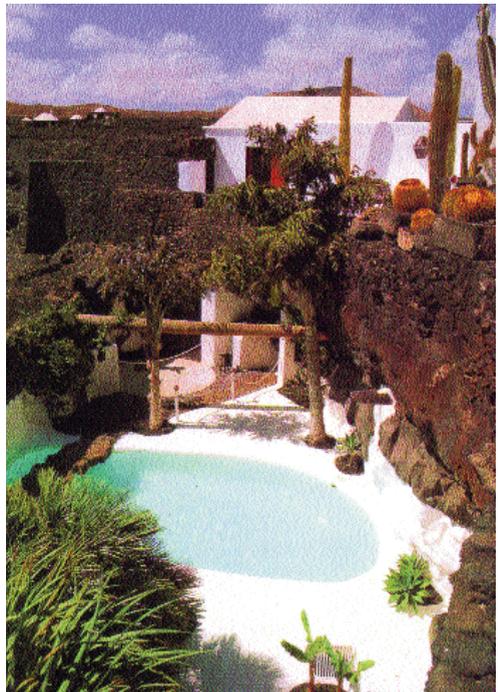
19. Giardino di cactus.



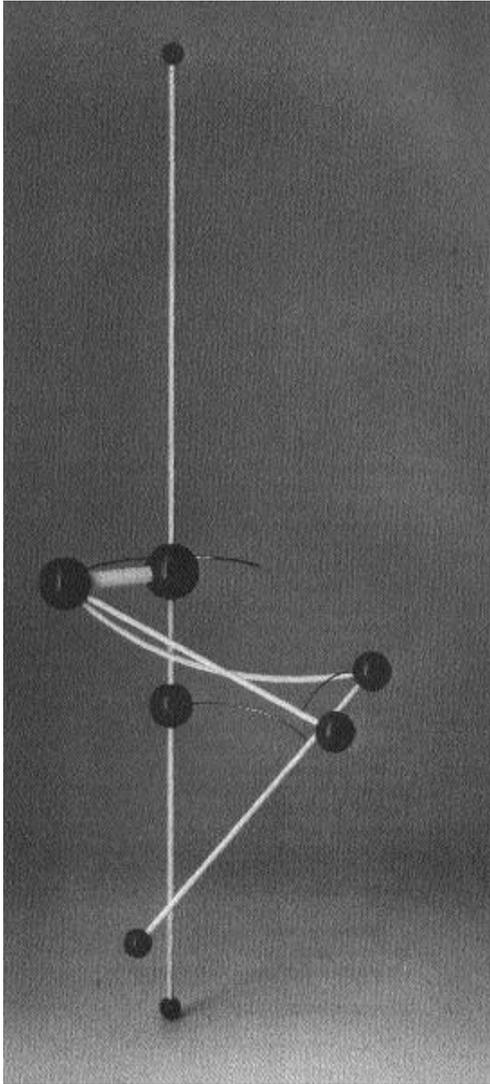
20. Juguete de viento.



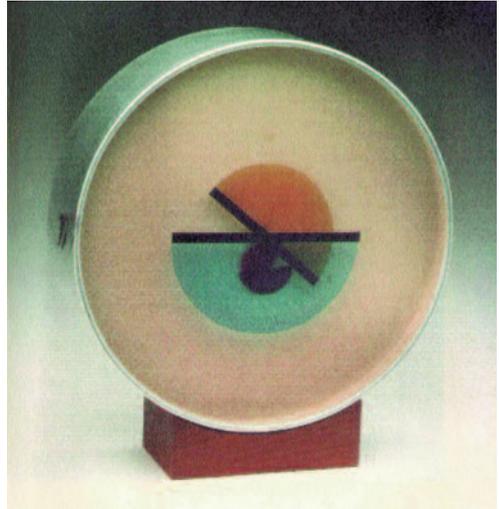
21. Jameo de agua.



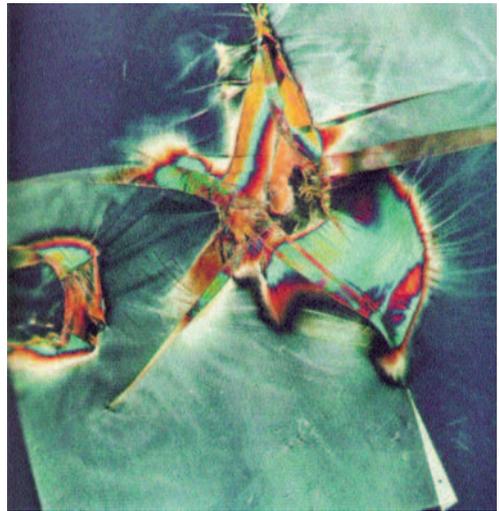
22. Piscina del Taro.



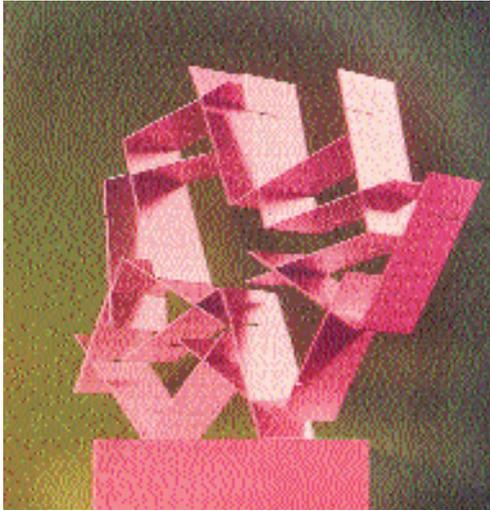
23. Macchina aerea, 1930.



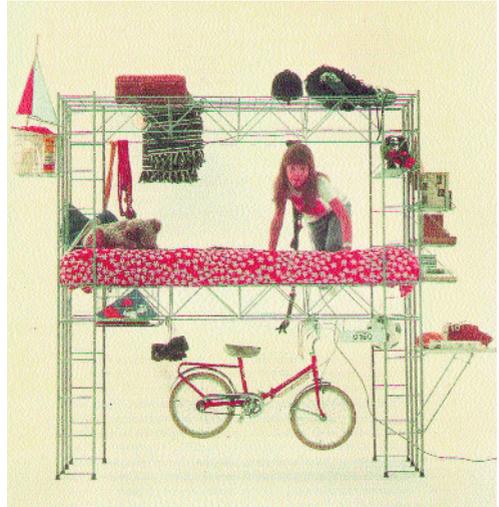
24. Ora X, 1945.



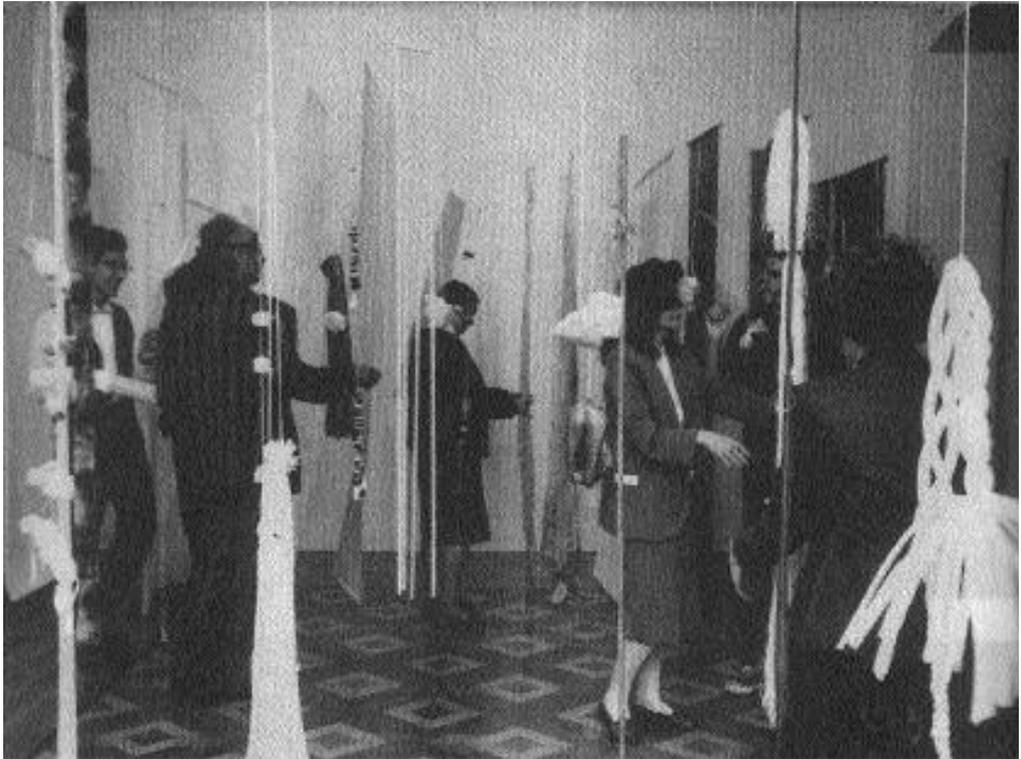
25. Proiezioni polarizzate, 1952.



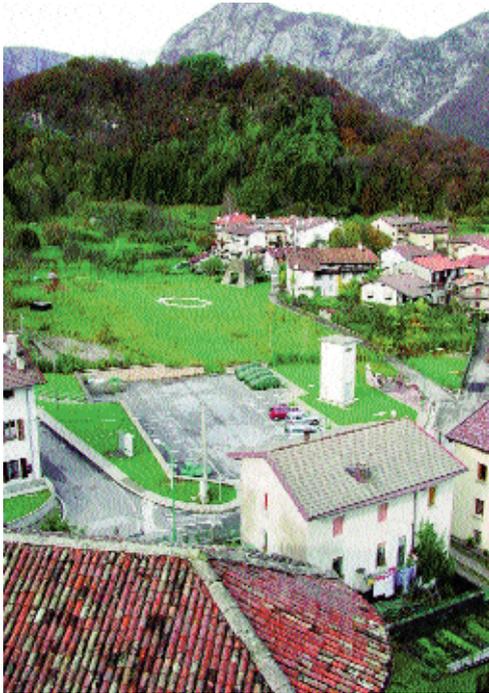
26. Strutture continue, 1947.



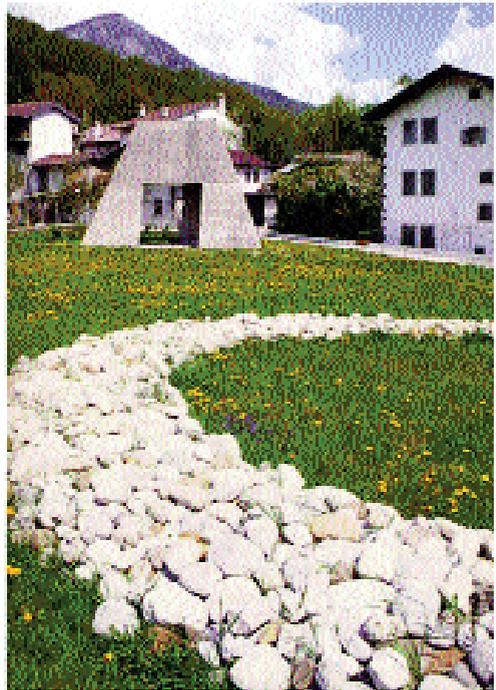
27. Abitacolo, 1971.



28. Laboratorio tattile.



29. Prato Marzona a Villa.



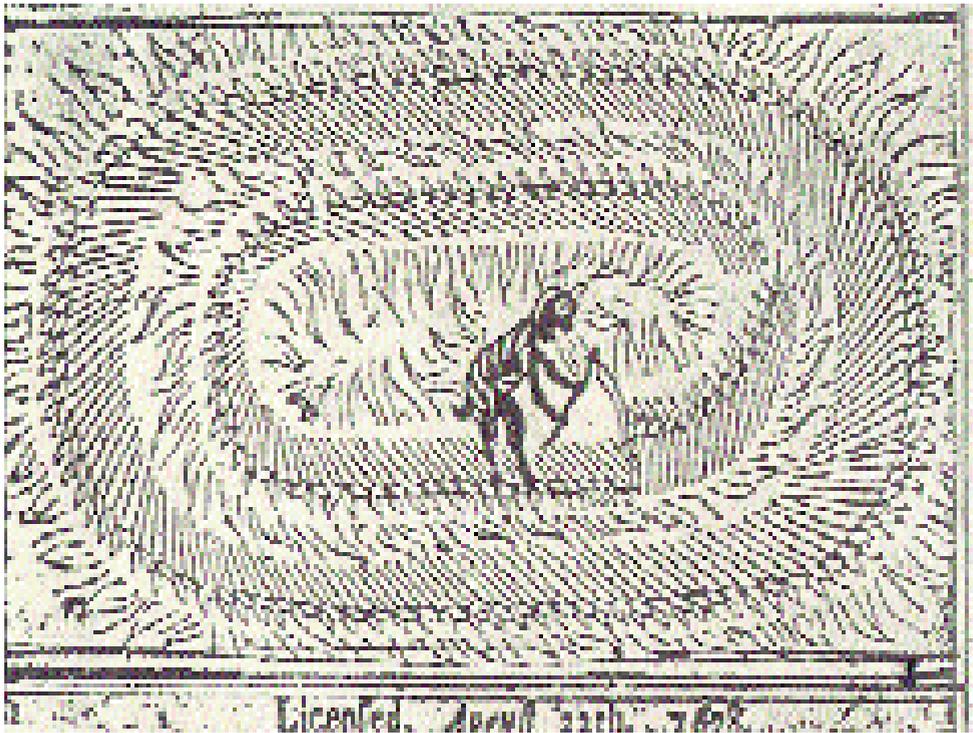
30. Opere di B. Nauman e R. Long.



31. Opera di D. Graham.



32. Opera di L. Pozzi.



33. Il diavolo mietitore, xilografia del 1678.



34. Nido centrale di un cerchio.



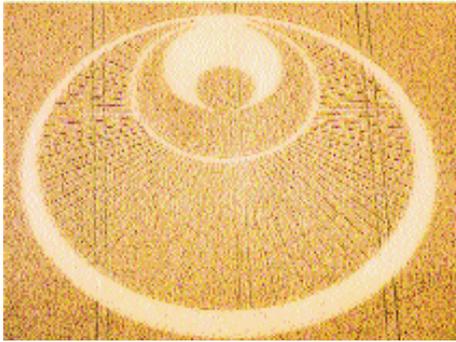
35. Manubrio lungo.



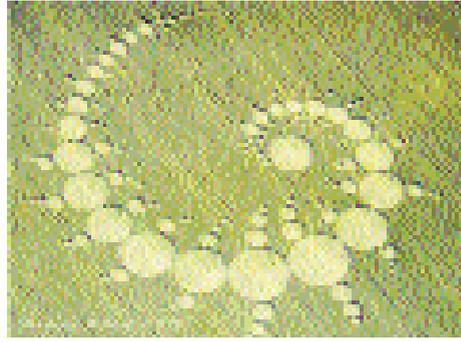
36. Cerchi.



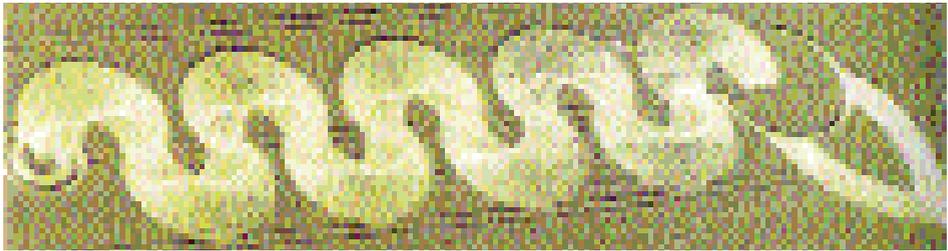
37. Cerchi.



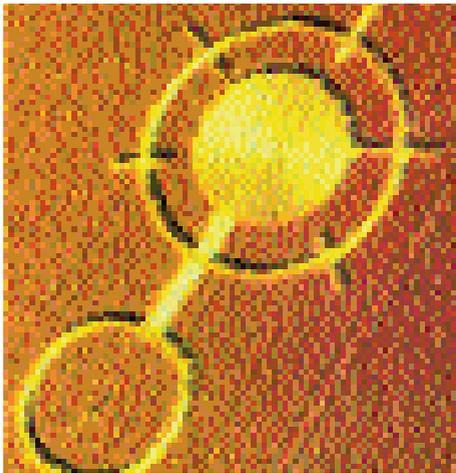
38. Cerchi.



39. Spirale.



40. Spirale.



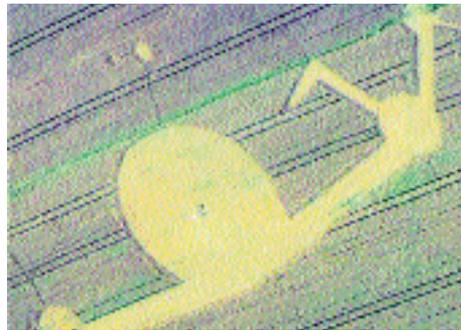
41. Manubrio.



42. Insetto.



43. Scorpione.



44. Chiocciola.



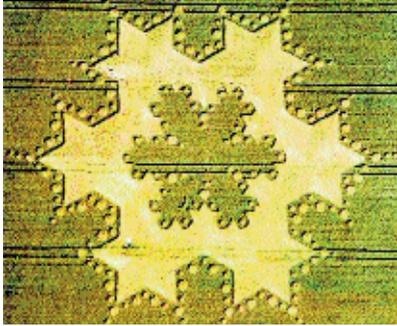
45. Fiore.



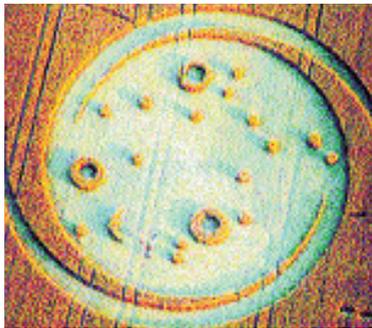
46. Fiore.



47. Stella.



48. Fiocco di neve.



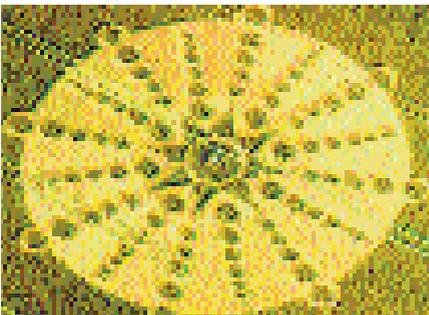
49. Simboli astronomici.



50. Simboli astronomici.



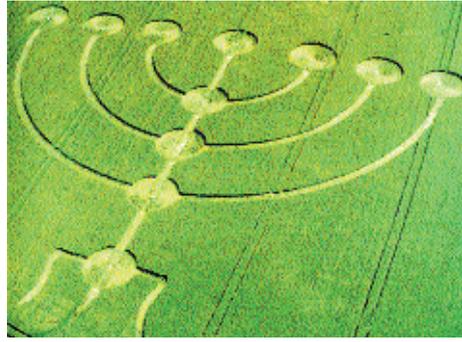
51. Ruota.



52. Ruota.



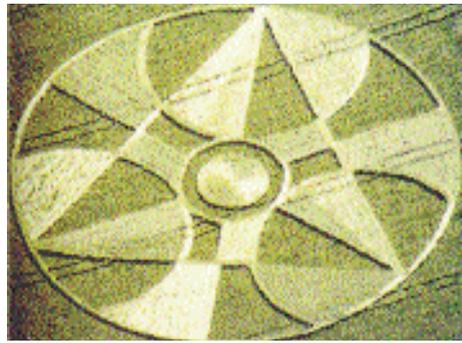
53. Labirinto.



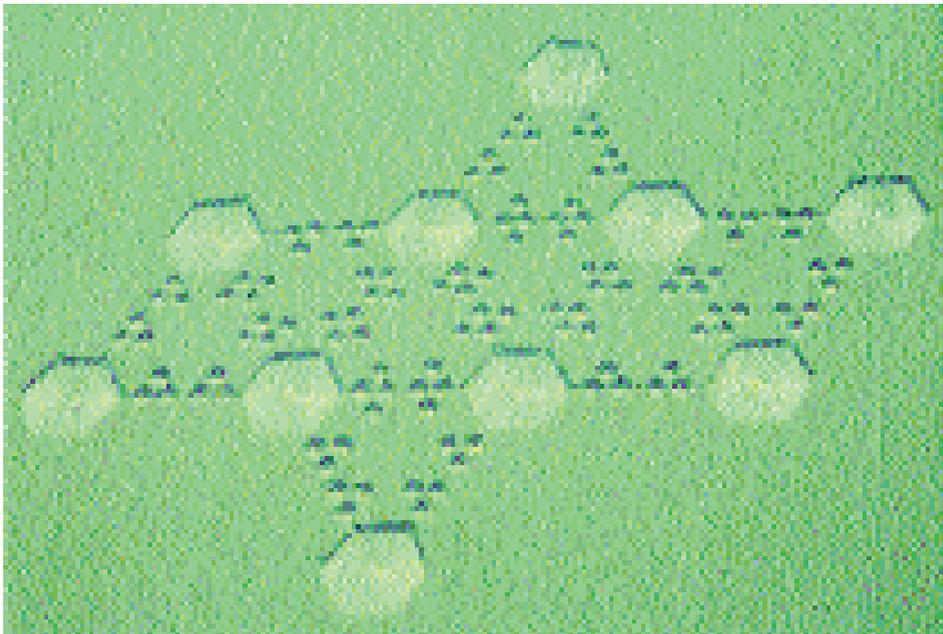
54. Menorah.



55. Simboli geometrici.



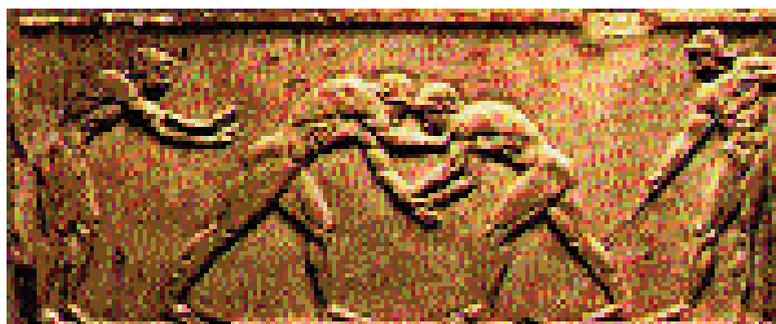
56. Simboli geometrici.



57. Simboli geometrici.



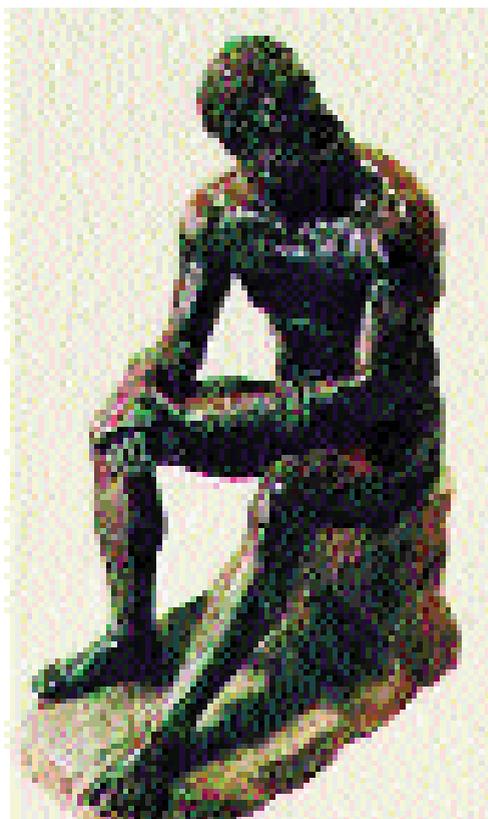
58. Corsa.



59. Lotta.



60. Discobolo.



61. Pugile.



62. F. Del Corso, *Corsa*, sec. XV.



63. C. Blake, *Incontro di boxe*, 1821.



64. F. Degas, *Corse di cavalli*.



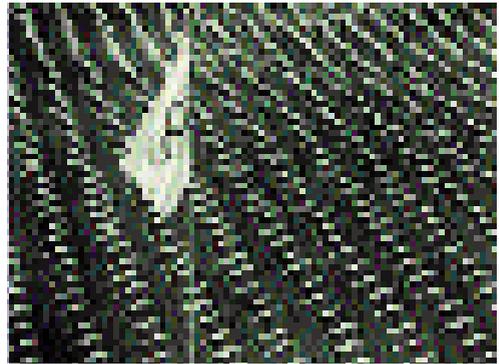
65. A. Sisley, *Regata*, 1874.



66. V. Boccia, *Dinamismo di un ciclista*, 1919.



67. G. De Finetti, 1938.



68. Leni Riefenstahl, 'Olympia'.



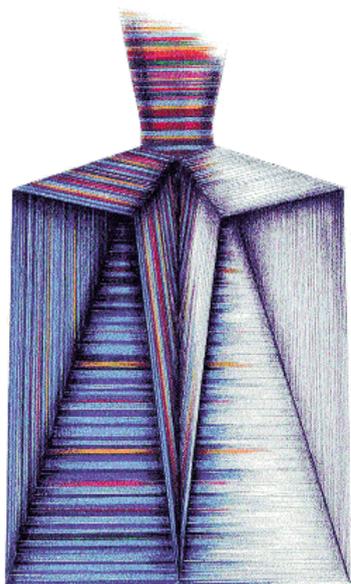
69. Stadio dei Marmi, Roma, 1932.



70. Modello di M. Fortuny, 1910.



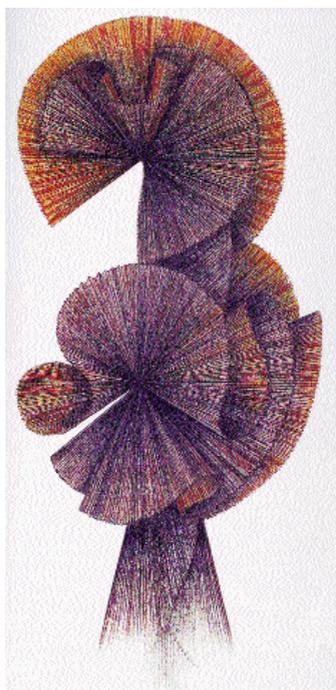
71. G. Balla, 'Vestito da casa', 1925.



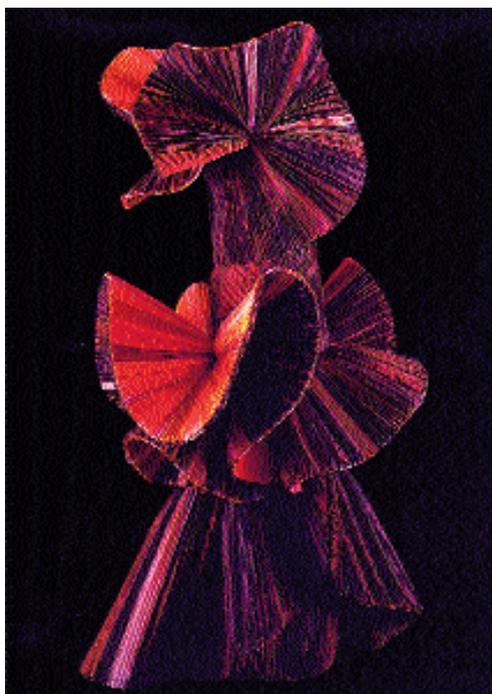
72-75. R. Capucci, abiti-scultura, 1995.



73.



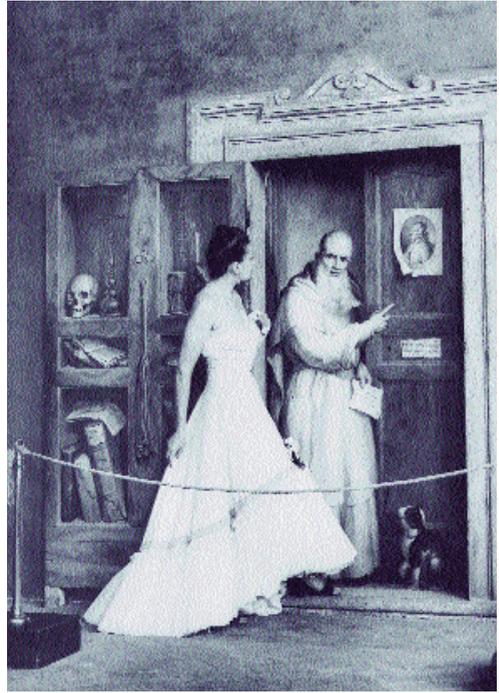
74.



75.



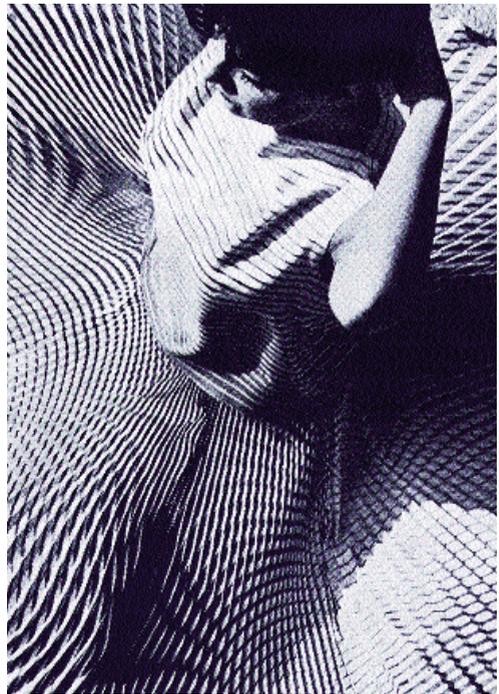
76. H.P. Horst, 1936.



77. De Antonis, 1948.



78. I. Penn, 1950.



79. E. Sottsass, 1963 (abito di Marucelli e Alviani).



80. Versace, 1991.



81. M. Farina, 2003.



82. Toulouse-Lautrec.



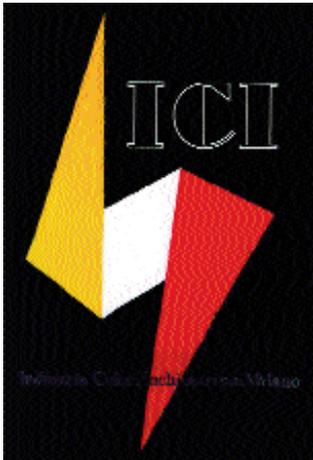
83. L. Cappiello.



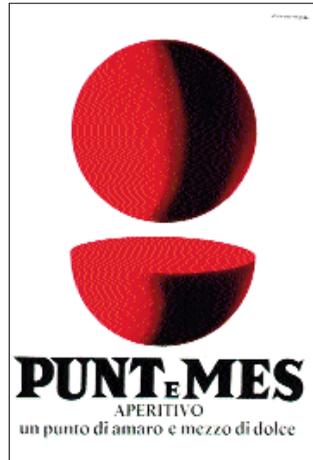
84. M. Dudovich.



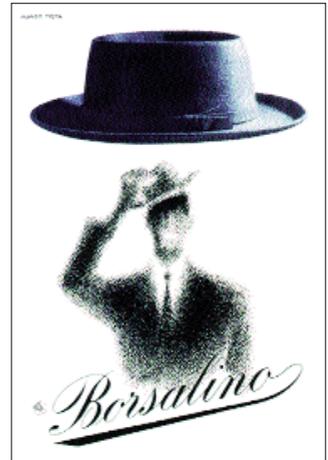
85. F. Depero.



86.-93. A. Testa.



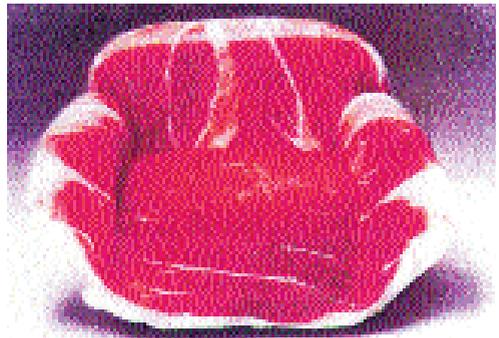
87.



88.



89.



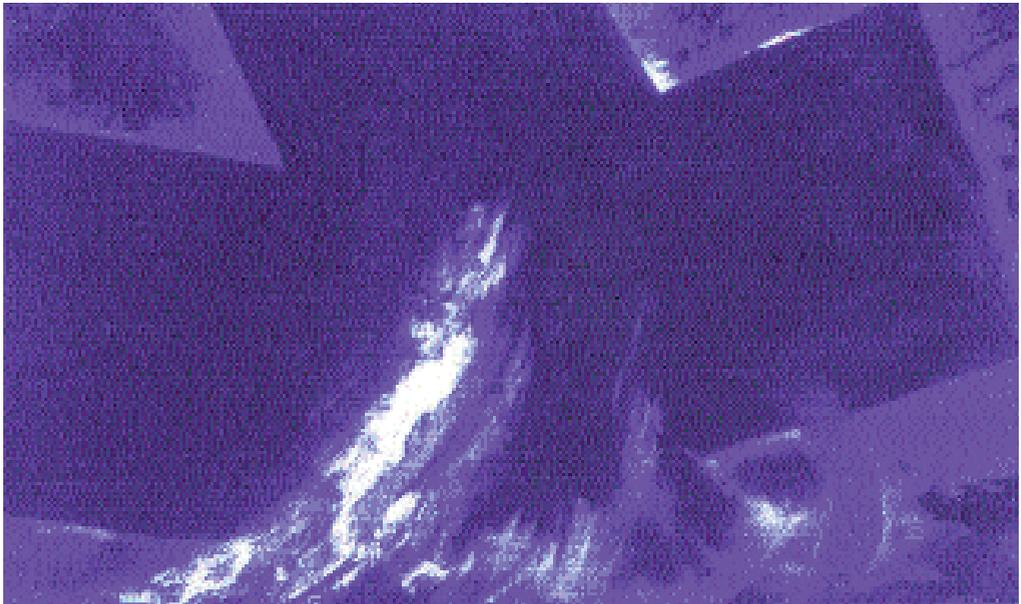
90.



91.



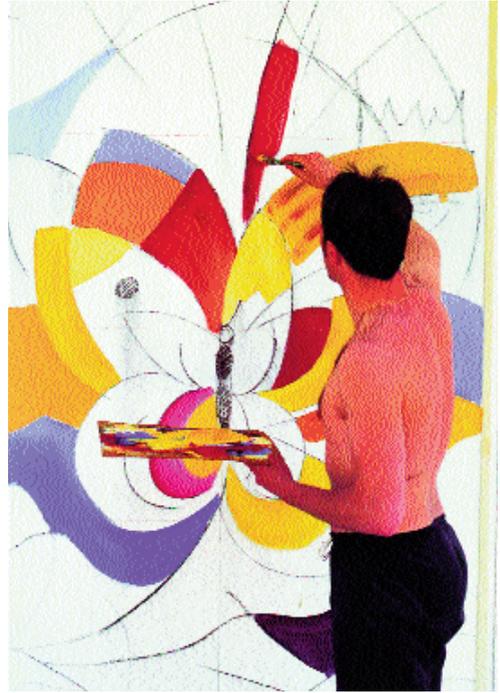
92.



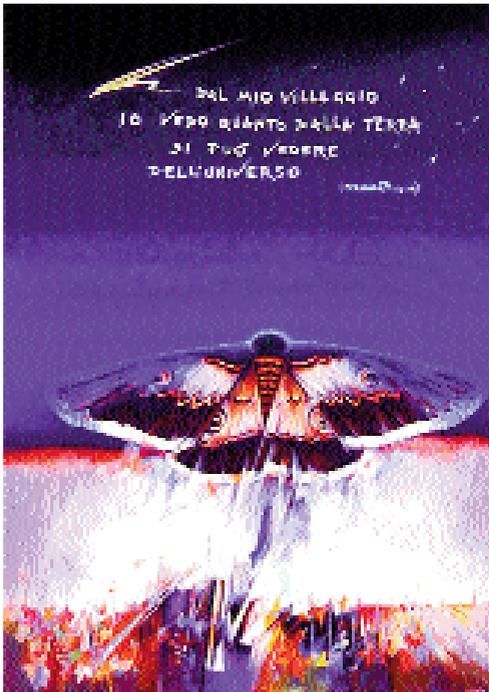
93.



94.-109. Farfalle a Bordano.



95.



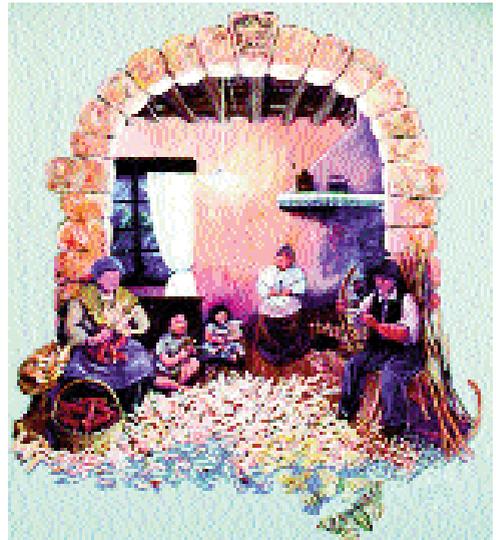
96.



97.



98.



99.



100.



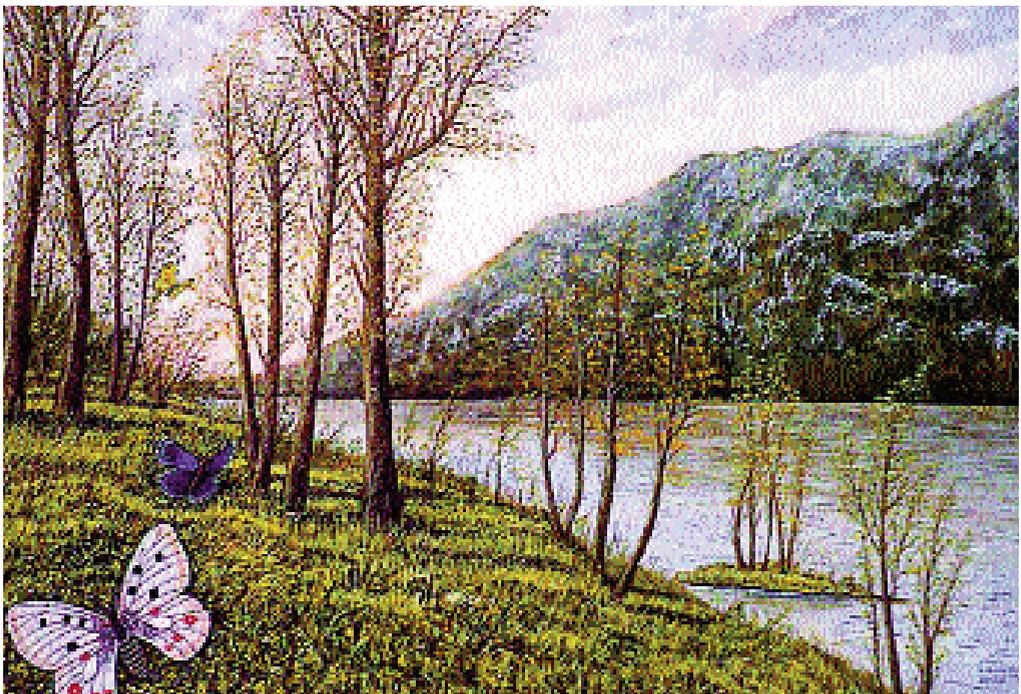
101.



102.



103.



104.



105.



106.



107.



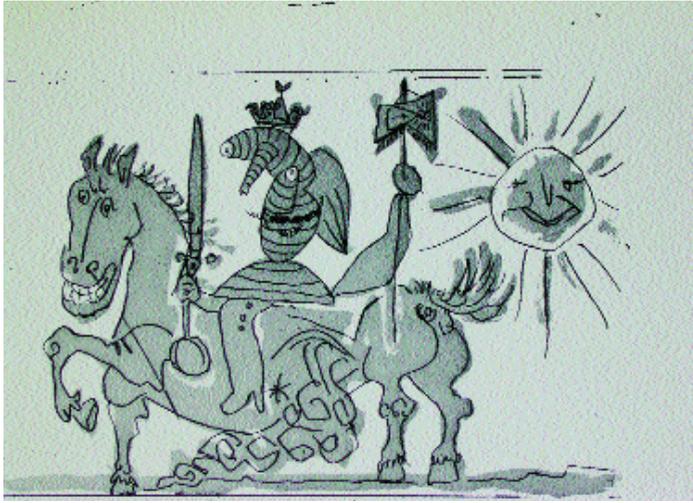
108.



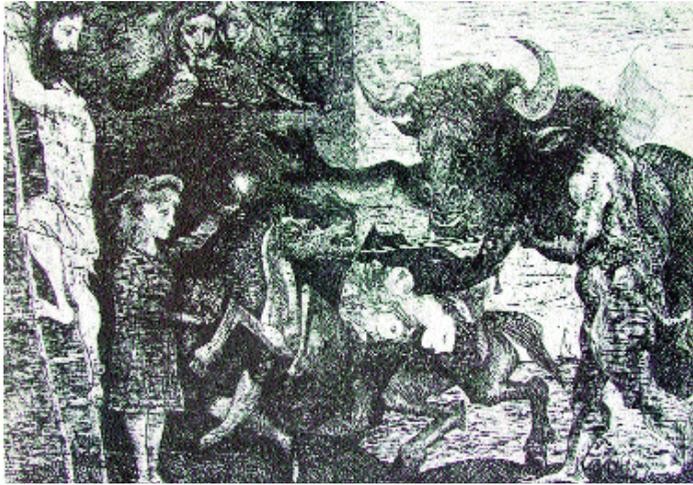
109.



110. Casa delle farfalle a Bordano.



111. *Sogno e menzogna di Franco.*



112. *Minotauro.*



113. *Guernica.*

III. I soggetti dell'arte: critici e artisti

I critici*

PAOLA GRANZOTTO

1. Introduzione. Dal momento in cui, verso la metà del Settecento, la critica d'arte è emersa come disciplina autonoma e specifica, accanto alla storia dell'arte e all'estetica, ha mantenuto un ruolo senza dubbio essenziale nella mediazione e nella trasmissione dell'arte. Questa importanza si è accentuata soprattutto in seguito all'emergere di quell'arte d'avanguardia, agli inizi del Novecento, che ha posto le premesse per la nascita del critico militante, precursore e modello del critico come lo si è inteso per gran parte del secolo.

Nel contesto appena citato il ruolo della critica era certamente molto importante perché, oltre a funzionare da collante e strumento di propaganda per i vari artisti riuniti sotto la stessa bandiera, aveva un ruolo fondamentale nel processo di legittimazione dell'arte emergente agli occhi di un pubblico solitamente ostile.

Rispetto a tali premesse, pare che il critico d'arte attuale abbia perso quello spirito polemico e quel contatto col pubblico che lo avevano caratterizzato un tempo e che avevano contribuito a renderlo così importante agli occhi del fruitore. Ulteriori cambiamenti nel ruolo del critico si sono verificati anche in seguito all'importanza assunta dal mercato nell'ambiente artistico, che spesso si è appropriato della funzione di scelta e mediazione che era stata assunta dal critico. Certo, il mercato ha sempre esercitato, sebbene parzialmente, questo compito: infatti sono molti i mercanti illuminati che hanno svolto anche il ruolo di critico e scopritore di talenti; tuttavia al critico vero e proprio spettava un ruolo molto importante che era quello di interprete per il pubblico, operando una mediazione culturale in teoria più elevata.

In questa direzione si ritiene opportuno supporre che il critico, per non scomparire, si sia adeguato al mercato: così la sua azione non è più quella di chi è posto a giudicare i fatti dall'esterno, con occhio imparziale, ma è diventato un soggetto del tutto interno e al servizio del sistema dell'arte. In un tale contesto il critico tende a perdere la sua fisionomia precisa, cioè quella di giudice ed interprete; del resto, anche i confini tra le varie competenze dei diversi soggetti del sistema diventano meno netti e le funzioni spesso si sovrappongono.

In questa situazione di ambiguità, è parso opportuno approfondire l'indagine sul ruolo del critico, che sembra, nel tempo, aver modificato e ampliato le proprie funzioni, nel tentativo di arrivare ad una ridefinizione e ad una più chiara presa di coscienza della propria identità.

Le questioni che si tenteranno di chiarire riguardano, prima di tutto, il dubbio se è ancora necessario, da parte del critico, svolgere il suo tradizionale ruolo di mediatore culturale, vincolato come sembra dal sistema dell'arte e dalle leggi del mercato. In secondo luogo ci si

* Sintesi di P. GRANZOTTO, *L'evoluzione del ruolo del critico nell'attuale sistema dell'arte. Un'indagine sociologica in Friuli Venezia Giulia*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002, pp. 349.

propone di verificare se, effettivamente, ci sia stato un cambiamento nel modo di intendere l'attività critica in Italia, per lo meno a partire dagli ultimi cinquant'anni, ripercorrendo, per vie generali e schematiche, i percorsi della critica d'arte italiana; infine si tenterà di chiarire se e in che misura il critico abbia sviluppato nuove funzioni, con lo scopo di definire un proprio nuovo ambito d'azione in cui praticare la sua attività. Scopo della ricerca è, in definitiva, capire se si può parlare di un'evoluzione e di una trasformazione del ruolo del critico d'arte.

La questione generale e le successive ipotesi sollevate sono nate dallo studio della letteratura esistente, posta a fondamento teorico di questo lavoro; a sostegno e a conferma, o meno, di questi presupposti si è svolta un'indagine sul campo, limitatamente al territorio del Friuli V. G., mediante interviste ad una ventina di critici d'arte operanti nella zona.

Infine, gli strumenti utilizzati e l'argomento trattato, volto ad indagare i rapporti e le relazioni tra il critico e i vari soggetti del sistema dell'arte, oltre che tra critico e pubblico, per dare un quadro del ruolo che il critico è chiamato ad interpretare nell'attuale società, giustificano il taglio sociologico dato alla ricerca, spiegando così, in questo senso, anche il mancato approfondimento delle questioni più specificatamente storiche, che in questa sede sono state considerate nella loro funzione introduttiva al nucleo centrale della tesi.

2. Origini e percorsi della critica d'arte

2.1 Definizione

È piuttosto problematico dare una definizione precisa dell'ambito di studio e delle funzioni della critica d'arte: questa, di fatto, non è in grado di dimostrare la specificità e la diversità del proprio spazio d'azione, né tantomeno l'originalità del metodo dal momento che, in definitiva, l'uno e l'altro (oggetto e metodo) derivano sia dalla storia dell'arte che dall'estetica.¹ Vista la coincidenza dell'oggetto di studio è comprensibile come queste discipline si influenzino reciprocamente, almeno nella misura in cui appartengono allo stesso clima culturale all'interno del quale viene espresso un giudizio critico.

Riguardo a questo rapporto di reciprocità, fu proprio la storia dell'arte che, da quando si affermò come disciplina autonoma, verso la seconda metà del Settecento, volle risolvere la questione sostenendo la necessità dell'unione dei due aspetti, ritenendo che non potesse esistere storia che non fosse anche critica, cioè valutazione qualitativa di opere, artisti, movimenti, ai quali attribuire un giudizio di valore; allo stesso tempo che non fosse possibile una critica che prescindesse dalla contestualizzazione storica degli eventi presi in esame.²

Fatte queste premesse, si potrebbe attribuire come aspetto distintivo della critica d'arte, quello per cui ad essa spetta la formulazione di un giudizio di valore, nel senso che l'atto critico si identifica con l'azione di giudicare un'opera, quindi di 'distinguere' e 'valutare'. Ma queste attività non possono non tenere in considerazione la dimensione storica delle opere sottoposte a giudizio, non possono cioè mancare di una coscienza ed una conoscenza storiche nel modo di sentire l'opera d'arte e gli artisti, in relazione al loro tempo. Allo stesso modo però il giudizio espresso dipende anche dal gusto soggettivo del critico e, in ultimo, da una particolare e diversa situazione culturale in cui il critico è immerso, rispetto all'opera. Si fa

¹ P. BALMAS, *Tra autonomia e creatività*, in A. BONITO OLIVA (a cura di), *Autonomia e creatività della critica*, Lericci, Roma 1980, pp. 13-32.

² F. BERNABEI, *Percorsi della critica d'arte*, CLEUP, Padova 1991.

strada quindi la necessità di uno scambio continuo tra i metodi della critica e quelli della storia dell'arte.

Volendo a questo punto tentare di dare una definizione, si può affermare che, in senso stretto, per critica d'arte si intende un genere letterario specifico affermatosi definitivamente attorno al XVIII secolo, in seguito alla ripresa delle esposizioni pubbliche, di cui i *Salons* di Diderot sono l'esempio più immediato. In questa situazione il critico d'arte si differenzia dallo storico, nel momento in cui il suo intervento diventa di parte, quando cioè egli si schiera a favore di un movimento o in polemica con un altro, giungendo anche ad influenzare la produzione contemporanea; inoltre il critico prende le distanze anche dal teorico, di cui utilizza i principi ma con la consapevolezza di avere a che fare sempre con l'analisi e il giudizio su di un'opera individuale e concreta.³

In un senso più ampio del termine, nella critica confluiscono tutti i commenti sull'arte contemporanea o del passato. Ne consegue che la critica d'arte va necessariamente ad integrarsi con altre discipline (estetica, storia dell'arte, teoria artistica) e altri generi (saggio, trattato, biografia).

2.2 La situazione della critica in Italia dal secondo dopoguerra

Per una trattazione ampia dell'argomento si rimanda alla tesi di laurea, in quanto nel presente sunto è risultato più opportuno tracciare, seppur sinteticamente e in maniera schematica, le linee generali che hanno caratterizzato la situazione della critica italiana a partire dal secondo dopoguerra, e che hanno posto le premesse per il ruolo che il critico d'arte di oggi è chiamato a svolgere.

Durante i primi decenni del Novecento, che coincidono con la presa di coscienza in Italia di un certo grado di autonomia raggiunto dalla critica, si registra una pluralità di idee sui diversi modi di praticare questa attività.⁴ Tuttavia è negli anni Cinquanta che si sono resi più chiari quei presupposti che hanno portato successivamente ad una modificazione del modo di fare critica e, conseguentemente, della stessa figura del critico d'arte. Per molti versi, in questi anni si è esaurita una critica di tipo tradizionale, fatta prevalentemente dai critici-professori, nonché storici dell'arte, per lasciare spazio ad un tipo di critica rinnovata nei mezzi e con un diverso rapporto con la storia ed il proprio tempo.⁵

Fino agli anni Cinquanta il rapporto arte-critico vive un periodo positivo di reciprocità, per cui si registra una tranquilla 'convivenza' tra l'arte (prodotto artistico), il critico (interprete del prodotto) e il mercato (mezzo di diffusione del prodotto artistico),⁶ scosso almeno

³ P. ROBERTS-JONES, in E. CASTELNUOVO, B. TOSCANO (a cura di), *Dizionario della pittura e dei pittori*, Einaudi, Torino 1989, alla voce 'critica d'arte', pp. 790-798.

⁴ Nei primi trent'anni del secolo, in Italia, si sono definite quelle linee di pensiero che, da quel momento in poi, caratterizzeranno la critica italiana, fortemente influenzata dall'estetica crociana, rispetto alla quale cercherà di svincolarsi il lavoro di Venturi, da una parte e quello di Longhi, dall'altra. Due figure importanti che indicheranno due diverse vie di fare critica, partendo entrambi da una posizione polemica nei confronti di Croce; entrambi, poi, accogliendo gli apporti della purosvisibilità, ma traducendoli in maniera diversa, poiché per Venturi diventerà decisivo il 'metodo', mentre per Longhi il 'trasferimento verbale', ossia la scrittura. B. BANDINI, *Linguaggi della critica. La critica d'arte in Italia dal dopoguerra ad oggi*, Fara, Santarcangelo di Romagna 1996; per ulteriori approfondimenti dell'argomento si veda anche G.C. SCIOLLA, *Critica d'arte del Novecento*, UTET, Torino 1995.

⁵ P. BALMAS, *Tra autonomia... cit.*; B. BANDINI, *Linguaggi della critica... cit.*

⁶ F. IANNI, *Sindrome di Giano*, in D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre e autoritratti. Il critico presenta se stesso*, Franco Angeli, Milano 2000, pp. 249-256.

in parte dalla scelta di molti artisti e critici di intraprendere la via dell'astrattismo,⁷ comportando già una prima complicazione per il fruitore: infatti, la ricerca verso un'arte astratta implica un allontanamento dalla realtà, privando il fruitore degli strumenti tradizionali di lettura; consegnando, infine, nelle mani del critico l'unica via interpretativa dell'opera d'arte. Tuttavia è solo con l'affermarsi dell'informale,⁸ negli anni Cinquanta, che la critica è costretta ad ammettere la propria inadeguatezza a farsi testimone di quel progressivo dilatarsi dell'esperienza artistica che travalica i codici accreditati e che necessita di nuovi atteggiamenti interpretativi nei suoi confronti. Uno degli aspetti più importanti derivati dalla stagione dell'Informale consiste nell'aver costretto la critica ad una revisione del proprio linguaggio e dei principi su cui si basa: da questo momento la critica guarderà anche ad altre discipline (linguistica, semiologia, sociologia per esempio) dalle quali trarre suggerimenti in vista di un ampliamento del proprio linguaggio, nell'intento di promuovere una pluralità di linee interpretative, che non trascurino una maggiore aderenza e partecipazione all'attività e alla vita stessa dell'artista.

Durante gli anni Sessanta la critica si trova a dover fare i conti anche con l'emergere di una cultura di massa, prodotta dalle industrie culturali, e il conseguente, definitivo e totale assorbimento dell'arte nel mercato; termini, questi, di una svolta culturale senza precedenti.

In questo periodo, pur tra forti polemiche, si sviluppa una riflessione sui valori dell'arte e un conseguente rinnovamento nei modi di procedere della critica. Lentamente e attraverso numerosi contrasti, accuse reciproche, opposizioni da parte dei vari schieramenti critici, comincia a farsi avanti un nuovo atteggiamento che consiste nella presa di coscienza della necessità di attribuire alla critica una funzione più attivamente determinante nel panorama non solo artistico, ma anche sociale, cioè nei confronti del pubblico. Verso la fine degli anni Sessanta si verificò un profondo travaglio culturale a conclusione di tutti i rivolgimenti che avevano caratterizzato la stagione precedente.⁹ Da parte loro gli artisti, usciti dal 1968, assumono nuovi atteggiamenti, rifiutando, in linea di massima, il mercato come struttura volta a diffondere le opere d'arte e giungendo a negare anche la necessità di un'intermediazione da parte della critica.¹⁰

Assistiamo, in questo clima culturale, alla nascita del Concettualismo, che implica l'eliminazione dell'oggetto. Con il venir meno dell'oggetto anche la critica dovrà modificare la propria funzione, dal momento che l'arte concettuale sembra sostituirsi ad essa privandola delle proprie metodologie. In questo contesto la critica d'arte, come disciplina autonoma, non si pone più nella condizione di chi interpreta l'opera e fornisce su di essa un giudizio di valore, ma, piuttosto, di chi partecipa attivamente all'operare dell'artista aderendo alle sue scelte.¹¹ Siamo alla fine degli anni Settanta: se da un lato nel 1977 sembrano esaurirsi le spin-

⁷ G. DE MARCHIS, *L'arte in Italia dopo la seconda guerra mondiale*, in G. PREVITALI, F. ZERI (a cura di), *Storia dell'arte italiana II/3, Il Novecento*, Einaudi, Torino 1982, pp. 554-625.

⁸ Michel Tapié in Francia e Harold Rosenberg negli Stati Uniti, daranno l'avvio ad una originale terminologia critica, che caratterizzerà gli anni Cinquanta e che, sebbene con un certo ritardo, arriverà anche in Italia, con le teorizzazioni di Francesco Arcangeli e, all'opposto, di Giulio Carlo Argan, i quali rispecchiano differenti soluzioni per leggere l'Informale, che porteranno a modificare lo statuto della critica italiana. B. BANDINI, *Linguaggi della critica...* cit.

⁹ R. LAMBARELLI, *La critica in conflitto*, in «Arte e critica», 13 (1997), pp. 2-5.

¹⁰ F. IANNI, *Sindrome di Giano...* cit.

¹¹ B. BANDINI, *Linguaggi della critica...* cit.

te rivoluzionarie del '68, dall'altro proprio da questo momento pare farsi strada una nuova tendenza, caratterizzata da un generale bisogno di apparire, di esserci, sia da parte degli artisti che da parte dei critici. Ora è necessario che la propria presenza venga dichiarata in modo pubblico ed esplicito: forse è proprio in questi anni che prende avvio il mito edonistico dell'effimero. A questo si affianca una critica che né giudica né aderisce alle scelte dell'artista, ma si limita ad indicarne i percorsi, i diversi significati dell'operare artistico, riunendo poi gli artisti stessi in gruppi e movimenti in nome di qualche scelta comune, reale o pensata ad hoc, presentandoli e sostenendoli nella mostra e nel saggio.

Come conseguenza alla necessaria ridefinizione del proprio ruolo, il critico da «[...] teorico e libresco si fa curatore e imprenditore»,¹² per cui, accanto agli strumenti tradizionali, rivisti e adeguati alle nuove esigenze, egli adotta anche un nuovo comportamento, che lo vede impegnato in attività come la curatela e l'organizzazione di mostre, la promozione e la selezione di opere e artisti. È il critico, ora, il principale protagonista degli eventi artistici, sempre più simili ad avvenimenti di spettacolo che egli, con i suoi scritti ed il suo interessamento diretto, mette in evidenza, divenendone quasi l'artefice principale e colui che ne condiziona la sopravvivenza ed il successo. Parallelamente all'accresciuta importanza del ruolo del critico si collega la nascita di quella che da più parti è stata definita 'critica creativa', molto attenta alla scrittura del testo come strumento attraverso il quale ristabilire l'ambito d'autonomia della critica rispetto all'opera, ma anche come sicuro strumento pubblicitario. Questa critica adotta il linguaggio, il gioco della scrittura che, ponendosi, per importanza, allo stesso livello del fare artistico, porta ad una ridefinizione della figura del critico, sempre più integrato all'interno di quello che già comincia ad essere indicato come «sistema dell'arte».¹³

A partire dagli anni Novanta, in risposta al forte potere conquistato dal critico nel decennio precedente, l'obiettivo è stato quello di riattribuire all'opera una sua centralità nel discorso critico, in cui devono convergere storicità, elaborazione teorica e valutativa. Quello che si è chiesto alla critica, negli ultimi anni, è stato di riconsiderare la sua posizione, che dovrebbe oscillare tra l'azione contemplativa, di analisi e ricostruzione del testo artistico sotto un profilo critico, e l'organizzazione pubblica e sociale del suo lavoro: saper leggere un'opera in ogni suo aspetto, nel suo contesto e nelle sue relazioni, e saper trasmettere, con mezzi rinnovati, questa analisi al pubblico, assumendo così anche una funzione sociale di informazione.¹⁴ Tuttavia, quello che da più parti sembra essere l'interrogativo dominante è se sia, in definitiva, possibile per la critica essere assolutamente svincolata, nel suo giudizio, dai meccanismi del mercato o se, invece, essa non sopravviva proprio perché inserita in questo sistema. A tal proposito sembra opportuna un'analisi delle funzioni del critico d'arte nel panorama artistico attuale, che vede, nella maggior parte dei casi, questa figura modificarsi continuamente per adeguarsi alla situazione e alle esigenze che di volta in volta le si presentano.

3. Il ruolo tradizionale del critico d'arte

3.1 Difficoltà di una definizione del ruolo

Dalle più recenti ricerche circa le funzioni del critico, tra cui si ricorda quella condotta nel

¹² G. POLITI, *La congiura della critica*, in «Flash Art», 235 (agosto-settembre 2002), p. 60.

¹³ B. BANDINI, *Linguaggi della critica...* cit.

¹⁴ *Ibid.*

1999 da Danila Bertasio e Giorgio Marchetti,¹⁵ emerge una certa difficoltà nel dare una definizione precisa del ruolo che il critico è chiamato a rivestire all'interno dell'attuale società. Non esiste, cioè, un ruolo specifico e caratterizzante in assoluto l'attività critica e questa 'indeterminatezza' si ritiene possa essere giustificata da un lato, chiamando in causa una generale crisi dell'arte, che non riveste più una funzione specifica all'interno della società; dall'altro, e in conseguenza al primo punto, la stessa produzione artistica, e i responsabili di tale produzione (artisti, mercanti, galleristi, critici) sono stati sempre più spesso vincolati dal sistema di mercato, con la conseguenza che anche i ruoli e i compiti specifici di ogni soggetto si sono modificati alla luce delle nuove esigenze economiche. Anche il critico, per mantenersi integrato al sistema dell'arte, ha rivisto il proprio ruolo, svolgendo la sua attività attraverso numerosi e diversi percorsi pratici, che vanno a caratterizzare ogni volta in modo differente il suo ambito d'azione e che determinano una varietà di tipi di critico.

Detto questo, si può convenire come sia più opportuno parlare di una varietà di ruoli che competono al critico, complementari e svolti contemporaneamente, il che spiega la confusione che spesso si è generata intorno alla figura di questo interprete.¹⁶ Alla luce di questo, due sembrano le principali funzioni del critico: quella tradizionalmente assegnatagli di mediazione, valorizzazione, traduzione, interpretazione del significato di un'opera e quella più recente di promozione, curatela e organizzazione dei fenomeni artistico-culturali.

3.2 Il critico come mediatore culturale: presupposti per una buona comunicazione tra critico e pubblico

La critica, così come la intendiamo oggi, nasce in un momento di profonda frattura dell'arte con le regole di rappresentazione tradizionale e, contemporaneamente, con l'ingresso di un pubblico più ampio nell'ambiente artistico. La questione sembra, dunque, mettere in luce già due entità, l'opera d'arte da una parte, il pubblico dall'altra, entro le quali si deve individuare la figura del mediatore tra i due estremi. Posto che compito del critico sia quello di indirizzare al pubblico la propria interpretazione del prodotto-opera d'arte generata dall'artista, allora il percorso che deve compiere nella sua analisi, partirà dall'indagine sull'artista, che si esprime attraverso l'opera, e terminerà con una mediazione verso il pubblico. Nei confronti dell'artista, affinché avvenga una buona interazione, il critico deve essere dotato di una particolare propensione all'ascolto, ossia ad interagire, a confrontarsi con l'autore per comprendere al meglio le motivazioni che lo hanno indotto alla creazione dell'opera in questione. Tuttavia questa continua interazione, dal momento che è suscettibile di reciproche influenze, va sempre tenuta sotto controllo, per evitare sconfinamenti del ruolo di un soggetto in quello dell'altro. L'assidua frequentazione con l'artista, non solo nel suo studio ma anche all'in-

¹⁵ Raccolta in D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre...* cit.

¹⁶ Sulla moltiplicazione e sovrapposizione dei ruoli dei critici d'arte, Moulin scrive «[...] I critici, esercitando delle attività diversificate, occupano simultaneamente o alternativamente più posizioni. Vi è il critico che dapprima è stato agente dell'artista, poi consigliere al servizio di una galleria d'arte, successivamente amministratore culturale, poi consigliere artistico di una qualche società. Vi è chi, simultaneamente, insegna in una scuola d'arte, scrive articoli e opere, organizza mostre in Francia o all'estero. Non solo non esistono barriere tra i differenti ruoli, ma ogni posizione rinforza l'altra». R. MOULIN, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, Paris 1997, p. 209; sebbene tale affermazione sia riferita alla situazione dell'attività critica in Francia, si ritiene che possa ben descrivere anche la situazione italiana caratterizzata, similmente, da una forte sovrapposizione e complementarità di ruoli svolti dai critici d'arte.

terno dell'ambiente sociale in cui vive e lavora, il dialogo, la comunicazione, l'osservazione dell'evoluzione creativa, sono fattori molto importanti per il critico, in base ai quali può comprendere il sostrato culturale da cui nasce e si sviluppa l'idea che porta poi alla creazione di una certa opera.¹⁷ Nei confronti dell'opera, il mediatore deve possedere una forte sensibilità ed intuizione, unite alla dote di saper raccontare quello che vede e sente.¹⁸ Inoltre, nel descrivere un'opera non può mancare la conoscenza piuttosto approfondita delle tecniche artistiche, non meno che di un adeguato vocabolario in materia, poiché per dare una corretta valutazione è necessario conoscere anche i procedimenti che sottostanno alla produzione, e per poterli descrivere è indispensabile utilizzare un linguaggio tecnico adeguato. Quello che il critico deve essere in grado di indagare, in sostanza, è anche l'aspetto formale dell'opera, e non solo il contenuto, e da questi fattori trarre un'interpretazione che, seppur soggettiva, non lasci inesplorato alcun elemento che concorre alla realizzazione dell'opera.

Nei confronti del pubblico il critico dovrebbe possedere «[...] il dono della riservatezza»,¹⁹ la capacità, cioè, di non aggiungere nella descrizione dell'opera elementi ad essa avulsi, che derivano piuttosto da una eccessiva eloquenza critica. In poche parole, di non dire più di quello che c'è da dire, lasciando sempre un margine di dubbio, di aspettativa su quelle che saranno le opere a venire. L'opera d'arte infatti possiede numerosi significati, che spetta al fruitore, infine, cogliere e completare,²⁰ certo con l'aiuto critico, che però non deve essere mai completamente persuasivo. Una buona attività critica non dovrebbe, quindi, avere la presunzione di spiegare tutto, ma piuttosto la capacità di stimolare, attraverso una lettura appassionata e coinvolgente, che abbia il merito di fornire degli spunti interpretativi e la volontà di approfondirli.

Le caratteristiche sopra elencate portano a delineare una figura di critico d'arte ancora piuttosto tradizionale: nonostante i profondi mutamenti, sia sul piano estetico-culturale che su quello economico-sociale, si ritiene che il ruolo del critico come interprete e dunque in qualche modo 'al servizio dell'artista e del pubblico', sia ancora valido. Anzi, sia da rivalutare, di fronte al proliferare di una critica priva di contenuti e incerta delle proprie posizioni; una critica, cioè, che manifesta, nell'instabilità del suo ruolo, una situazione di disagio. Situazione che può essere superata anche riabilitando la funzione più tradizionale del critico commentatore, la cui attività si fonda prevalentemente sull'analisi e la valorizzazione delle opere d'arte, in seguito ad un approfondimento storico-critico e ad una riflessione teorica, oppure attraverso un'azione più ampiamente divulgativa e informativa,²¹ dove il mezzo di comunicazione dominante resta ancora la scrittura, solitamente su catalogo, su rivista specializzata o sulla stampa in generale.

4. Il critico curatore: definizione di un nuovo ruolo

4.1 Verso una trasformazione dei ruoli

Si è detto che tradizionalmente il compito del critico consiste nel ricostruire e documentare

¹⁷ A. VETTESE, *Artisti si diventa*, Carrocci, Roma 1998.

¹⁸ P. BELLINI, *Per un critico che non c'è*, in D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre...* cit., pp. 94-98.

¹⁹ P. BELLINI, *Per un critico...* cit., p. 96.

²⁰ U. ECO, *Opera aperta. Forma e indeterminazione delle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano 1962.

²¹ F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari 1999.

il processo creativo che culmina nell'opera d'arte.²² Di fatto la critica d'arte è testimone e, in qualche modo, traduttrice dell'incontro tra l'ordine del vedere e l'ordine del parlare, e dello scrivere; ma questo incontro non è mai completo, anzi si può dire che si basa piuttosto su una asimmetria di fondo, su una discordanza tra i due termini: «[...] La cosa sensibile è inaccessibile per il linguaggio. Posso soltanto dirne, non *dirlo*, perché l'aspetto specifico di ogni esperienza percettiva risiede proprio in ciò che non acquisisco in base alla sua descrizione verbale. In qualche modo, il discorso critico si qualificherebbe allora in prima istanza in virtù di ciò che non può dire ma che comunque profferisce».²³ Finché la critica utilizza lo strumento tradizionale della scrittura, deve, in qualche modo, convivere con questa 'impossibilità' a far combaciare il dato visivo con quello della parola, tanto più che lo stesso testo scritto può essere, a sua volta, oggetto di numerose interpretazioni, trattandosi pur sempre di un testo letterario.

La critica d'arte contemporanea possiede, tuttavia, una diversa possibilità per risolvere, o per lo meno aggirare, il problema della irrelazione di fondo tra linguaggio visivo e linguaggio verbale. L'occasione è offerta dal 'rinvio alla prassi', che consiste in un'azione più attiva e concretamente operativa per svincolarsi dall'utilizzo della scrittura come unico strumento in possesso della critica.²⁴

Negli ultimi tempi si è assistito, così, ad una progressiva ridefinizione del ruolo del critico d'arte, nella misura in cui la sua posizione si è fatta più vicina e 'interna' all'esperienza artistica, proponendo la nuova figura del curatore, caratterizzata da un ruolo pragmatico e attivo.²⁵ Da una posizione 'marginale' rispetto all'opera, il critico si è portato sempre più al centro dell'attenzione, fino a diventare una figura cardine all'interno del sistema dell'arte e in un rapporto più stretto col mercato, impegnato non solo nel ruolo di commentatore e interprete, ma anche e soprattutto nell'attività di promozione, organizzazione, curatela di mostre, intese come nuovo strumento di mediazione. La mostra, in questo senso, costituisce uno strumento critico molto efficiente, dal momento che permette di presentare l'opera d'arte nel contesto ad essa più idoneo ai fini di una comprensione più approfondita rispetto a quella che può derivare dalla sola lettura del testo scritto, il quale, peraltro, implica una conoscenza non superficiale del linguaggio critico; linguaggio che deve essere anche in grado di attivare l'immaginazione, in assenza dell'opera.

Per il suo determinarsi come percezione 'immediata' dell'opera, la mostra acquista un peso fondamentale a livello di interpretazione e promozione artistica, al punto che la sua organizzazione assume un'importanza critica molto forte; la mostra, infatti, deve sottostare a studiate modalità espositive, nelle quali il critico ha il compito di considerare e valutare il contesto totale in cui viene collocata la singola opera, nel suo rapporto con le altre opere e con l'ambiente circostante, del quale fa parte anche lo spettatore.²⁶ L'azione critica risulta, così,

²² G. MARCHETTI, *Il critico visto dal critico*, in D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre...* cit., pp. 60-66.

²³ M. CARBONI, *L'impossibile critico. Paradosso della critica d'arte*, Kappa, Roma 1985, p. 8.

²⁴ B. BANDINI, *Linguaggi della critica...* cit.

²⁵ G. BONOMI, *La critica sempre più lontana dal pubblico*, in D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre...* cit., pp. 120-124.

²⁶ Lo stesso Hauser parla di una natura 'inaccessibile' delle opere d'arte, per cui queste si prestano a molteplici interpretazioni da parte del fruitore, che dipendono anche dal suo tipo di vita, aspirazioni, pensiero. A. HAUSER, *Le teorie dell'arte. Tendenze e metodi della critica moderna*, Einaudi, Torino 1969, p. 15; del resto, anche il contributo del Longhi in questo senso è stato fondamentale: la sua ipotesi per cui l'opera d'arte assu-

antecedente rispetto alla fruizione dell'opera, proprio perché viene svolta a livello organizzativo: essa è implicita nell'attività curatoriale, la quale mette in campo una molteplicità di linguaggi e di professionalità, sostenendo il concetto di «opera aperta»,²⁷ fruibile a più livelli entro cui lo spettatore può muoversi nella ricerca di un significato. Il critico, così inteso, presta attenzione alle condizioni della ricezione dell'opera da parte del pubblico, affinché questo sia in grado di stabilire una relazione con essa, un contatto, che permetta una tra le possibili interpretazioni che, oltretutto, non vengono mai date in modo definitivo.

Se da un lato l'intervento del critico nella fase organizzativa di un evento ha ampliato la sua presenza e importanza nel processo di produzione e promozione dell'arte, dall'altro lato ha condotto anche, in alcuni casi, a un eccesso di presenzialismo. In ogni caso non si può negare l'importanza del critico, che col suo comportamento riesce a creare delle aspettative e a generare sorprese; con il risultato che la mostra da esso curata, o il catalogo scritto, quando la firma è importante, riscuotono un immediato successo, confermandosi come il prodotto di riuscite strategie commerciali portate avanti da un critico manager e abile propagandista. Non si può negare che una figura del genere è in grado di dare un enorme contributo alla sopravvivenza del sistema dell'arte che, va ricordato, è estremamente vincolato dalle leggi del mercato. Ma quando la critica appare talmente integrata nel sistema da non riuscire più a porsi in maniera distaccata, obiettiva, interlocutoria, la conseguenza che le si prospetta è quella di scomparire, di essere, cioè, privata dalla sua funzione specifica: quella critica, appunto. Nel momento in cui lo scopo del critico è prevalentemente quello di mantenere i privilegi conquistati, assumendo un atteggiamento accondiscendente e servile nei confronti del sistema, allora la critica, come formulazione di un giudizio di valore, che può essere anche negativo, di dissenso, non ha più senso di esistere.

5 Il critico d'arte in Friuli V. G.: un'indagine sociologica

5.1 Premessa

Dopo aver tentato di individuare quali siano i tratti caratterizzanti l'attuale ruolo del critico d'arte, si è ritenuto opportuno condurre un'indagine più dettagliata nei confronti dei critici d'arte che operano nella regione Friuli V. G.

Su questa realtà è stata condotta, nell'arco della seconda metà del 2002, un'indagine sociologica, di tipo esplorativo, attraverso lo strumento delle interviste.²⁸ Da diverse fonti, tra cui la stampa, gli elenchi telefonici, gli archivi, le comunicazioni personali, si è individuato un certo numero di critici d'arte (diciassette, su una ventina contattati, riconducibili alle province del territorio regionale: Udine, Pordenone, Gorizia e Trieste) o di coloro che, in diversa misura, svolgono un'attività critica piuttosto continuativa e riconosciuta dall'ambiente artistico. Data la limitatezza dell'area di studio presa in considerazione, non è stato possibile ridurre l'indagine ai soli critici d'arte di professione, cioè a tempo pieno, dal momento che il

me sempre un significato relativo, in base al contesto in cui essa si situa, può tuttora ritenersi valida, soprattutto come suggerimento atto a fornire un corretto progetto espositivo. R. LONGHI, *Proposte per una critica d'arte*, «Paragone», 1 (1950), p. 16.

²⁷ U. ECO, *Opera aperta...* cit.

²⁸ La trascrizione integrale delle interviste si trova nella tesi di laurea dell'autrice, depositata presso l'Università degli Studi di Udine.

numero di questi si sarebbe rivelato insufficiente a delineare una realtà da sottoporre ad uno studio sociologico.

Fra gli obiettivi di questa tesi rientra anche quello di dimostrare come il ruolo del critico non solo si sia modificato nella necessità di adeguarsi alle esigenze del contemporaneo sistema dell'arte, ma sia anche svolto da altre e diverse figure professionali, rispetto al critico a tutti gli effetti.

L'intento ultimo può essere riassunto nella volontà di far luce sulla situazione della critica d'arte in una regione che da molti intervistati è stata definita 'marginale', rispetto ai grandi centri dell'arte italiani; capire, insomma, se anche in Friuli la situazione della critica d'arte è la medesima che si registra nel resto d'Italia, riassunta nei precedenti capitoli, o se ci siano delle differenze.

Le interviste si sono svolte sulla base di un questionario composto da ventidue domande suddivise in cinque argomenti, che vanno ad indagare rispettivamente: il tipo di attività svolta dal critico, i pareri su quali siano le funzioni del critico in generale, il rapporto tra il critico d'arte e l'artista, il rapporto tra il critico d'arte e il pubblico e, infine, le opinioni in merito al tipo di linguaggio utilizzato dal critico. Le interviste sono durate in media un'ora e sono state registrate magneticamente e poi trascritte.

5.2 Sintesi e commento delle interviste: attività critica e percorso formativo

Alla richiesta di dare una definizione della propria attività, solo quattro su venti si sono riconosciuti nel ruolo di critico d'arte a tutti gli effetti. Si registra, cioè, una certa difficoltà ad attribuire un ambito professionale e specifico alla critica d'arte, per cui questa attività viene più spesso svolta come funzione complementare al proprio lavoro. Tuttavia può darsi che queste condizioni siano determinate anche da una situazione regionale, per cui non essendoci un mercato artistico paragonabile a quello di un grande centro come Milano o Roma, non si hanno nemmeno molti critici d'arte 'a tempo pieno'. Un'ulteriore distinzione va fatta, inoltre, tra coloro che sono ancora inseriti nel mondo del lavoro e affiancano la funzione critica alla loro professione (docente, giornalista, direttore di museo), e quelli che, giunti alla pensione, hanno deciso di dedicarsi a tempo pieno ad attività legate al mondo dell'arte, tra cui anche quella critica.

Per quanto riguarda il percorso formativo la maggior parte afferma di aver frequentato scuole vicine al mondo dell'arte (liceo artistico, istituto d'arte) e aver poi proseguito gli studi iscrivendosi a facoltà universitarie d'impostazione umanistica, ove venivano contemplati corsi di storia dell'arte. Un numero più ristretto, invece, ha seguito studi diversi, mantenendo comunque sempre vivo un interesse per l'arte, approfondito, poi, individualmente. Tutti hanno ammesso la necessità di un'adeguata preparazione, sia di origine scolastica sia derivata da un interessamento individuale, come base di conoscenze tecniche atte a fornire, per lo meno, gli strumenti rudimentali per riuscire a muoversi con cognizione di causa all'interno dell'ambiente artistico. Tuttavia, accanto a questa necessità, hanno anche sottolineato l'importanza di una sorta di vocazione soggettiva all'arte, non programmabile. Ciò che, secondo questi, caratterizza un buon critico è spesso individuato nella curiosità, nella volontà di andare in fondo al problema, a prescindere dalla preparazione scolastica. Dal momento, poi, che questa attività comporta un aspetto creativo, fortemente legato ad una inclinazione personale, risulta piuttosto difficile stabilire che cosa sia importante per la formazione di un critico, soprattutto in vista del fatto che non ritengono ci sia, alla luce della situazione contemporanea, una scuola, ma ancora di più un corso universitario, indirizzati a formare il critico d'arte. Quel che, secondo gli intervistati, legittima il critico come persona in grado di dare un giu-

dizio di valore va ricercato, quindi, sicuramente in una buona preparazione professionale, nei termini di una approfondita conoscenza della storia dell'arte e delle varie tecniche artistiche. Tuttavia, non può prescindere dall'esperienza sul campo, cioè dalla pratica, che permette di identificare con maggiore immediatezza le qualità di un'opera o la personalità di un artista. È necessaria poi una certa scaltrezza nel sapersi muovere all'interno di un ambiente dove sono in molti coloro che aspirano al successo, tra cui anche molti critici.

Per poter meglio capire in che modo viene di norma svolta l'attività critica in regione, si è chiesto ai soggetti intervistati di dare una definizione del loro impegno critico. Ne è emerso che la maggior parte di loro esplica la funzione critica attraverso la collaborazione con quotidiani o riviste di settore, oppure sui cataloghi o nella pubblicazione di libri; attività di scrittura, quindi, cui però si affianca, quasi parallelamente, una funzione più concreta, che prevede l'organizzazione di mostre ed eventi culturali, la collaborazione con gallerie, la curatela di manifestazioni espositive, la selezione, la presentazione di artisti e opere e la scoperta, in misura minore, di nuovi talenti. Andando poi a considerare le risposte di coloro che si definiscono critici d'arte professionali, sembra emergere un maggiore impegno sul versante pratico, al quale la scrittura pare essere subordinata. Questo gruppo di critici d'arte si occupa prevalentemente dell'organizzazione e curatela delle mostre, che prevedono, a loro volta, oltre alla selezione degli artisti e ad un aspetto propriamente creativo, come l'ideazione di un progetto, anche il coinvolgimento in questioni di ordine più pratico, come la ricerca degli spazi espositivi, il contatto con enti pubblici o con gli sponsor, anche privati, e tutta una serie di attività che vanno a toccare la sfera economica e burocratica.

5.3 La situazione dell'arte e della critica in una regione di confine

Ipotizzando una potenziale specificità, per lo meno geografica, del Friuli V. G., in quanto regione di confine, ci si è chiesto, nel momento in cui si elaborava il questionario, se tale considerazione fosse solo un'idea personale o se, piuttosto, non fosse condivisa da più persone e, in particolare, da coloro che si trovano ad operare nell'ambiente artistico regionale. Pertanto si è pensato di inserire nel questionario anche una domanda circa le opinioni che ognuno di loro ha a proposito delle opportunità e delle difficoltà, dei pregi e dei difetti del promuovere l'arte in questa regione.

Prima di prendere in considerazione le risposte ottenute, si ritiene importante segnalare il fatto che non si è condotta una ricerca su tutte le regioni d'Italia, con l'obiettivo di verificare se, effettivamente, il Friuli mostrasse caratteristiche peculiari e differenze significative rispetto alle altre regioni. La questione nasce da una visione personale, dunque non verificata scientificamente che, per curiosità e provocazione, si è voluta inserire nel questionario, con l'obiettivo di confrontare e verificare la propria impressione con quella di altri soggetti.

Fatte queste necessarie premesse, si può ora affermare che la domanda ha avuto un riscontro prevalentemente positivo, nel senso che quasi tutti gli intervistati hanno individuato alcune peculiarità nello svolgere le attività connesse all'arte nella regione friulana.

Dalle risposte sono stati definiti principalmente due aspetti, uno positivo che prende in considerazione le possibilità che si offrono ad una regione di confine, per il fatto stesso di essere più immediatamente a contatto con una situazione internazionale; uno negativo che si può riassumere nel problema della lontananza del Friuli dai grossi centri italiani dell'arte.

Relativamente al primo punto, si è notato come molti ritengano interessante per il Friuli il suo essere una zona di confine, per le possibilità che le si offrono di poter comunicare con i Paesi limitrofi, di intessere più facilmente dei rapporti con artisti ed operatori 'stranieri' ed

instaurare relazioni continuative, soprattutto per quello che riguarda l'organizzazione e la promozione di mostre, spesso itineranti e che hanno una certa facilità a spostarsi al di là del confine statale. Questo fatto suscita una riflessione, per altro fatta notare da alcuni intervistati, per cui, in realtà, i limiti sono solo politico-amministrativi, ma non implicano una rottura tra due realtà socio-culturali che invece subiscono un'influenza continua e reciproca, tanto da portare ad affermare l'esistenza di un'internazionalità connaturata alla vita quotidiana dei friulani. Pertanto il confine viene, da molti, inteso come un elemento positivo nella situazione artistica friulana che, essendo soggetta a contaminazioni internazionali, riesce a formarsi una personalità precisa e distinta rispetto ad altre zone italiane. Da alcuni, poi, il confine viene visto, provocatoriamente, come un ponte verso l'Europa, come, cioè, la potenzialità per la regione di identificarsi come un luogo da cui far partire la diffusione dell'avanguardia italiana all'estero, se non altro per il suo porsi come chi, per primo, potrebbe essere in grado di osservare e accogliere le novità provenienti dai Paesi dell'Europa orientale, non meno che le stimolanti conseguenze di un'apertura verso un ambito internazionale.

Tuttavia, la stessa posizione geografica del Friuli, piuttosto che il suo essere una zona di confine, comporta anche degli aspetti negativi, identificabili in certe accuse di isolamento, mosse da alcuni critici, rispetto ai centri importanti dell'arte in Italia. Da più parti si è parlato di marginalità, di arretratezza culturale, di attaccamento alle tradizioni e dunque di una maggiore difficoltà ad accettare il nuovo, sebbene molti abbiano chiamato in causa i moderni sistemi di comunicazione utili per eliminare, o quantomeno ridurre, ogni problema di isolamento. Ad ogni modo, è anche vero che, nonostante l'informazione, grazie alla televisione e soprattutto a Internet, oggi arrivi ovunque, quello che manca, fruendo solo di questi mezzi, è il contatto diretto con le cose, lo scambio continuo di idee, il dialogo interpersonale e non mediatico, il confronto e tutti quegli aspetti che possono essere vissuti solo con la partecipazione attiva, che permette di essere parte influente nella formulazione delle nuove correnti e delle novità in generale. In questo senso molti intervistati hanno individuato nella distanza geografica del Friuli, rispetto alle città d'arte più importanti, un fattore negativo, che comporta un atteggiamento di generale chiusura. La tendenza, dunque, sembra orientarsi verso una volontà di protezione e conservazione del patrimonio locale; tendenza, come qualcuno ha fatto notare, tipica delle regioni di confine, che ad un atteggiamento di necessaria apertura contrappongono un atteggiamento di chiusura, di difesa e protezione della propria cultura. Altri intervistati, ancora, parlano di una certa incapacità da parte delle istituzioni locali a gestire l'arte contemporanea, per cui su di essa si investe ancora in modo frammentario ed episodico; accennano poi ad una carenza di strutture che abbiano il compito di promuovere i giovani artisti; lamentano, insomma, una situazione di generale disinteresse, sia da parte di chi promuove l'arte, sia da parte del pubblico, accusato di essere per lo più provinciale e disinformato.

Di fronte a questa accusa nei confronti del pubblico, non tutti si trovano d'accordo, dal momento che c'è chi sostiene che un atteggiamento provinciale vada ricercato in alcuni intellettuali, in certi operatori culturali, piuttosto che nel pubblico. Il problema, quindi, sembra consistere nella capacità o meno del critico di saper presentare nel modo giusto l'evento culturale, in maniera tale da renderlo interessante e alla portata del fruitore. In tal caso il pubblico sembra esserci e rispondere, invalidando, così, le accuse che gli vengono mosse.

5.4 Quello che i critici friulani pensano a proposito del ruolo del critico d'arte

Quando si è chiesto agli intervistati di dare una definizione dell'attuale ruolo del critico d'arte, sono emerse diverse interpretazioni interessanti che si possono riassumere in almeno tre

posizioni principali. La maggior parte di loro afferma di accettare ancora, almeno in linea di principio, la definizione tradizionale in base alla quale il critico viene inteso come il mediatore, l'interprete dei significati di un'opera, sottolineando, così, l'importanza e la necessità della comunicazione. D'altra parte c'è anche chi considera tale funzione superata e ritiene, invece, che il critico si debba rivolgere maggiormente sul fronte pratico, teso soprattutto a ricoprire il ruolo di curatore, lontano, quindi, da pericolosi giochi di parole e più interessato ad un contatto diretto con artisti, opere, situazioni, che deve considerare ogni qual volta decide di promuovere una manifestazione artistica. In questo senso l'azione del critico assume, più che altro, una finalità di promozione e divulgazione dell'arte. Una terza posizione, a metà strada fra le prime due, è quella di coloro che non credono di poter attribuire al critico un suo preciso e principale ambito d'azione. Essi, dunque, parlano di un insieme di attività interrelate e dipendenti l'una dall'altra, tanto da definire il critico come soggetto 'polifunzionale'. Questa terza interpretazione è stata data soprattutto da coloro che si trovano a svolgere questa attività per professione, per cui tale atteggiamento del critico va letto come necessario per la sopravvivenza in un sistema dell'arte, come è quello italiano, poco strutturato, dove, mancando dei ruoli ben istituzionalizzati il critico è obbligato ad una certa versatilità.

Ad ogni modo, tutti gli intervistati hanno ammesso la necessità, da parte del critico, di intraprendere più attività, dipendenti e conseguenti al ruolo di interprete, oppure ad esso parallele; e tale necessità è vista, per la maggior parte, come conseguenza della forte influenza che il mercato ha oggi sull'arte, per cui sono spesso le leggi economiche a dominare anche in questo settore, comportando il necessario moltiplicarsi dei compiti del critico. In una società fondata sulla comunicazione e sulla pubblicità, dove anche il prodotto artistico è sottoposto alle necessità della distribuzione, non solo a fini conoscitivi, è logico che il critico assuma anche la funzione di promotore e di manager. Ad ogni modo c'è anche chi, in tutto questo, vede dei risvolti positivi, che arricchiscono la figura del critico e che, nel contatto col mercato, comportano delle stimolanti possibilità dal punto di vista culturale e artistico.

Lo stesso coinvolgimento del mercato nell'ambiente dell'arte è additato come una delle cause che tendono a limitare la libertà d'azione del critico, nel momento in cui egli deve rispondere ad esigenze commerciali.

In merito a quest'ultimo punto, risulta evidente, dal questionario, come il livello di libertà dipenda anche molto dalle caratteristiche dell'attività critica svolta da ogni singolo intervistato, tanto da poter riassumere la situazione in almeno due posizioni: da una parte ci sono quei critici che svolgono tale attività marginalmente alla loro professione principale, per cui si sentono meno vincolati da necessità economiche e quindi più liberi nelle loro scelte, soprattutto per quanto riguarda la decisione se dedicarsi o meno ad un determinato artista, o opera, o manifestazione culturale. Dall'altra parte ci sono i critici di professione che ammettono l'esistenza di certi vincoli ma che, tuttavia, non ritengono di subire forti imposizioni. Questo per quanto riguarda le esperienze personali, mentre, in generale, la maggior parte degli intervistati sostiene che, in linea di massima, il critico dovrebbe essere completamente libero per riuscire a svolgere pienamente la sua azione, ma che, in realtà, la sua libertà è spesso proporzionale al suo potere contrattuale, dipende cioè da quanto egli ha saputo costruire nel tempo, dagli interessi e dalle convergenze del momento, non meno che dalle alleanze che si instaurano.

La stessa dimensione di libertà è poi citata come una delle condizioni necessarie affinché sia possibile fare una critica negativa. Tuttavia la maggior parte degli intervistati ha ammesso una certa assenza della critica negativa, a causa di vari fattori, tra i quali si possono citare le

esigenze di promozione dell'arte connesse ad esigenze economiche, ma anche un diverso atteggiamento da parte del critico, il quale, facendosi partecipe del momento creativo dell'opera, inevitabilmente non può parlarne male; in entrambi questi casi il critico, nel momento in cui assume anche il ruolo di promotore, impegnato a pubblicizzare l'evento, determina la fine della critica negativa. Altri intervistati ritengono che tale scomparsa sia una conseguenza del venir meno della possibilità di fare una critica continuativa sui giornali, soprattutto sui quotidiani; infatti, una stroncatura avrebbe senso se fatta da una critica sempre presente, in modo tale da permettere una risposta e, quindi, un confronto da parte del lettore su quello che viene detto. Dalle interviste sono emerse altre opinioni che si richiamano soprattutto ad una certa tendenza, attualmente dominante, ad essere accomodanti e a mantenere buoni rapporti con tutti. Si registrano, cioè, due fenomeni, peraltro correlati, per cui, da un lato, si assiste ad una certa mitezza e tolleranza, caratteristici dell'intera società, al punto che si tende ad evitare qualsiasi scontro aperto, cosicché anche la stroncatura fine a se stessa viene bandita dal momento che potrebbe ledere la sensibilità di chi la riceve; dall'altro lato, sembra predominare un pensiero debole, esteso a tutta la cultura, e la mancanza di una ideologia precisa, di un pensiero forte per i quali combattere. Dal momento che oggi tutto sembra relativo, nessuno si prende la briga di lottare per qualcosa, con la consapevolezza, magari, di fallire o di essere presto sconfessato.

5.5 *Dalla parte del critico: il rapporto con l'artista*

Dalle interviste è emerso un atteggiamento comune in base al quale la maggior parte dei critici ha ammesso l'assoluta necessità, da parte loro, di frequentare e stare a contatto con l'artista e il suo ambiente per riuscire a formulare un'opinione più completa e partecipe sulle sue opere.

Rispetto a un'idea in base alla quale tra artista e critico si immagina solitamente un rapporto conflittuale,²⁹ dalle opinioni raccolte dal questionario, invece, emerge la necessità di instaurare tra i due soggetti un rapporto di amicizia o, perlomeno, di collaborazione improntato al reciproco rispetto, che abbia come scopo quello di permettere un dialogo, considerato assolutamente necessario ed estremamente produttivo per entrambi. È chiaro che, in queste condizioni, si può verificare più facilmente una eccessiva influenza da parte di entrambi i soggetti. In questo senso le opinioni sono diverse e riassumibili principalmente in tre posizioni: una parte degli intervistati sostiene che il critico può influire sul piano creativo, anche con esiti positivi quando si rispettano le condizioni di cui si è parlato nelle righe precedenti, ma la sua influenza si riduce notevolmente per quanto riguarda l'affermazione artistica ed economica dell'artista; infatti, come altri sostengono, affinché si creino le condizioni favorevoli al lancio dell'artista, è necessario che ci sia una cooperazione di più soggetti interni al mondo dell'arte: è, cioè, altrettanto importante l'azione del gallerista, del collezionista, della stampa, del pubblico pre-informato, degli addetti ai lavori. Notevole importanza viene, inoltre, attribuita al luogo (se famoso o meno) in cui si decide di esporre, oltre ad un'adeguata propaganda pubblicitaria.

Una terza posizione considera il ruolo del critico decisamente importante nel momento in cui egli si pone come anello di congiunzione tra artista e pubblico. Tuttavia, la sua capa-

²⁹ Per un approfondimento in merito a queste considerazioni si veda D. BERTASIO, G. MARCHETTI, *Come gli artisti definiscono i critici*, in ID., *Fra ombre...* cit., pp. 399-407.

cità di decretare il successo dell'artista dipende molto dalla notorietà o meno del suo nome, oltre che dall'importanza delle relazioni che egli sa mantenere all'interno del sistema dell'arte, e che sono spesso una conseguenza della sua fama.

Ad ogni modo, alcuni intervistati hanno fatto notare come la situazione all'interno del territorio regionale sia leggermente diversa: infatti, in provincia l'influenza del critico è piuttosto ridimensionata, dal momento che anche il mercato dell'arte non ha quel peso e quelle dimensioni estese e vincolanti che si registrano, invece, nei grossi centri dell'arte nazionali e internazionali. Di conseguenza, dal momento che in questa regione non si presenta ancora in modo determinante il problema di attribuire all'arte un forte valore di investimento, anche il critico agisce in una situazione, per certi versi, più rilassata, dove è meno urgente la finalità economica (che spesso viene indicata come uno dei motivi che spingono il critico ad influire e a spingere maggiormente su certi artisti, piuttosto che su altri). Il critico friulano, quindi, si limita, nella maggior parte dei casi, a fornire suggerimenti e consigli, in un clima di generale amicizia e di relazioni improntate su vecchie conoscenze e consuetudini. Tuttavia, sembra opportuno fare una distinzione tra i critici che svolgono tale attività al di fuori dei loro impegni professionali, dove questa situazione amichevole è forse più verificabile, e i critici che vivono di questa attività, che invece potrebbero trovare limitante tale condizione generale dal momento che tende, in qualche modo, a sminuire il potere del critico o, per lo meno, a sottovalutare non solo le sue potenzialità ma anche quelle dell'intero sistema dell'arte regionale.

5.6 Il rapporto fra critico e pubblico

Si ritiene che il rapporto fra critico e pubblico sia da considerare come uno degli aspetti fondamentali dell'attività critica, dal momento che uno dei motivi per cui si è venuto a delineare, nel tempo, il ruolo del critico, è dipeso proprio da un'esigenza di spiegare e rendere comprensibile al pubblico un'arte, quella contemporanea, che andava sempre più allontanandosi dagli strumenti di valutazione tradizionali. In questa direzione si è ritenuto opportuno verificare l'atteggiamento del critico, per capire in che misura questo soggetto considera ancora importante la sua azione di mediazione nei confronti del pubblico.

La maggior parte dei critici intervistati ha risposto affermativamente, sostenendo di indirizzare la propria azione verso un pubblico per lo più diversificato. Tuttavia, altri hanno affermato che l'unico compito del critico consiste nell'approfondire una riflessione personale nel modo più completo possibile, non condizionata da altri fattori esterni, con l'obiettivo finale di far emergere l'opera d'arte, al limite anche disinteressandosi delle reazioni del pubblico. La maggior parte dei critici, ad ogni modo, sostiene di riferirsi contemporaneamente a più soggetti; oltre che al pubblico o all'artista, anche a tutti gli addetti ai lavori, che da molti vengono indicati come quell'utenza che, in definitiva, si dimostra più interessata.

A proposito di questa situazione, in cui il fruitore medio non sembra interessarsi in maniera rilevante alla situazione dell'arte contemporanea, si ritiene opportuna una riflessione: se da una parte è vero, come sostengono alcuni, che il pubblico medio, cui è indirizzata l'attività critica, non sembra essere molto interessato a questa, soprattutto se legata a qualcosa di nuovo (infatti pare più facile che questo tipo di pubblico presti attenzione a qualcosa di cui ha già sentito parlare, per la sicurezza che si trova nel noto); dall'altro lato, però, è altrettanto vero che spesso si intravede una sorta di pregiudizio, da parte dei critici e degli addetti ai lavori, per cui si ritiene che un evento culturale, per essere tale, non può essere fruito dall'ampio pubblico, poiché rischierebbe di trasformarsi, pericolosamente, in fenomeno di

massa, con la conseguenza che perderebbe la sua valenza culturale. Quindi sembra esserci una certa volontà latente volta a mantenere determinate situazioni culturali circoscritte in un ambiente ristretto ed elitario, partendo dal presupposto che il pubblico medio è ignorante. Contro questa tendenza si schierano soprattutto coloro che considerano la necessità, da parte del critico, di accostarsi ad un pubblico più ampio e diversificato come uno dei motivi che lo hanno portato a trasformare il proprio atteggiamento, in una direzione più partecipe dei significati dell'opera, più operativa nella trasmissione delle interpretazioni emerse e della promozione delle opere stesse. Compito del critico, e dell'arte in generale, è quello di rendersi il più possibile fruibile da un'utenza vasta e stratificata, contro ogni tendenza snobistica ed elitaria. Di fronte ai ritmi serrati con cui viene vissuta la vita quotidiana, di fronte ad un modo di comunicare che si è fatto sempre più veloce e imperante, il critico viene inteso come colui che, in qualche modo, cerca, per un attimo, di fermare l'attenzione del pubblico e di orientarla verso la contemplazione dell'opera, che richiede, per essere compresa, tempi e spazi propri, che al critico spetta indicare. A questo proposito alcuni intervistati hanno posto il problema di come, spesso, si riscontri una certa apatia da parte del fruitore medio, una mancanza di volontà a sforzarsi per raggiungere la comprensione di un significato; spesso, cioè, ci si trova di fronte ad un pubblico che pretende di capire tutto e velocemente, senza la minima fatica. Allora compito del critico diventa quello di smuovere questo tipo di utente dal torpore, di sfidarlo, di portarlo a confrontarsi e ad interagire con quanto proposto, soprattutto attraverso lo strumento della mostra, che permette una maggiore partecipazione e immedesimazione col fatto artistico.

Il critico, insomma, se vuole prefiggersi una funzione chiarificatrice nei confronti del fruitore, deve assumere anche una posizione didattica, considerata, in un panorama più ampio, come un suo contributo alla diffusione della cultura.

5.7 Il linguaggio del critico: parole, immagini, destinatari

Di fronte all'accusa per cui una buona parte della critica fa uso di un linguaggio spesso complesso e portato ai limiti della comprensione, quasi tutti gli intervistati hanno risposto ammettendo, da un lato, la necessità di utilizzare una terminologia specialistica, dal momento che anche il linguaggio artistico, soprattutto se riferito alle tecniche, richiede la conoscenza di un vocabolario adeguato; dall'altro lato, però, molti hanno confermato che, al di là della necessità di inserire alcuni termini tecnici, spesso il linguaggio assume toni eccessivamente manieristici e ornati, tanto da insinuare il dubbio che dietro alla pomposità della facciata si nasconda un'incapacità di esprimere un vero pensiero.

La maggior parte degli intervistati ritiene che, quando lo scopo è quello di comunicare, il linguaggio vada, pur con i dovuti limiti, modificato in rapporto al tipo di pubblico che ci si trova di fronte: se è quello degli addetti ai lavori il discorso, ma anche gli stessi argomenti, saranno più specialistici; se ci si rivolge, invece, ad un pubblico più vasto e differenziato il linguaggio dovrà essere più semplice. Non solo la lingua parlata, ma anche quella scritta si modifica in relazione al contesto in cui si scrive, se si tratta, cioè, di un quotidiano, di una rivista specialistica o di un catalogo. Una parte comunque consistente di critici ha invece affermato che il linguaggio non dovrebbe cambiare; piuttosto, bisogna essere in grado di fornire più livelli di interpretazione, che poi l'utente può andare ad approfondire individualmente. In questa direzione alcuni hanno ipotizzato che un linguaggio cambia solo quando il critico è alla ricerca di consensi, per cui si adegua, negativamente, a quanto il pubblico vuole sentirsi

dire. Per non incorrere in questo rischio, quindi, è bene utilizzare sempre lo stesso tipo di linguaggio, mantenendolo ad un livello che sia comprensibile in linea generale.

Ad ogni modo, fatte queste precisazioni, accade che a volte il linguaggio sembri usato fine a se stesso, senza l'intenzione di trasmettere un qualsiasi significato o interpretazione, ma piuttosto con lo scopo, da parte del critico, di stupire per apparire e darsi una certa importanza, o, altrimenti, dare lustro alle opere e agli artisti da lui sostenuti, con un certo compiacimento da parte di questi e da parte di quel pubblico che si sente in una posizione di prestigio, potendo partecipare ad un simile evento.

In ogni caso, la maggior parte degli intervistati ha ammesso che, quando il linguaggio ha una finalità comunicativa verso un pubblico indifferenziato, è bene che esso sia il più possibile chiaro, semplice e piano. Anche se vengono, per necessità, utilizzati termini specifici, quello che conta è che si riesca a dare a chiunque la possibilità di comprendere almeno il senso generale del discorso. A questo proposito tutti hanno parlato della possibilità di utilizzare diversi mezzi, oltre a quello verbale e scritto, per esprimere le interpretazioni di un'opera. Le parole, quindi, sono intese piuttosto come un mezzo per avviare un discorso sull'opera ma non per completarlo. Quello che viene sottolineato è il nuovo ruolo interpretativo attribuito alla mostra, indicata come un utile strumento per ampliare e migliorare la comprensione del prodotto artistico; in questo senso, le parole vengono supportate e completate dal momento espositivo, per cui l'opera viene inserita e circondata da un contesto propositivo, fatto di parole, immagini, azioni, che hanno come fine ultimo quello di agevolare l'accostamento all'arte, la sua interpretazione e, infine, la comprensione da parte del pubblico.

6. Conclusioni. Sebbene la ricerca sul campo sia stata circoscritta alla sola regione friulana e il modesto numero dei soggetti intervistati non renda opportuna la presentazione di statistiche e l'inferenza di generalizzazioni teoriche, tuttavia sembra confermata l'ipotesi da cui era mossa l'indagine, ossia l'idea che il ruolo rivestito dal critico d'arte nel sistema dell'arte abbia subito, negli ultimi tempi, alcune modificazioni per adeguarsi non solo alle esigenze, anche di mercato, del sistema stesso, ma anche nel tentativo di esplorare nuove metodologie di comunicazione.

In questa direzione sembra opportuna una prima riflessione generale, derivata sia dall'analisi della letteratura presa in esame che dai dati e dalle testimonianze della più circoscritta ricerca empirica. Tale riflessione porta a considerare come il ruolo e le funzioni del critico abbiano ancora un peso e un significato solo se considerati all'interno del sistema dell'arte, dal momento che solo a partire da questo presupposto egli è in grado di interagire con gli altri soggetti (galleristi, mercanti, artisti, direttori di museo, collezionisti) e di far parte dei circoli che indirizzano il mercato artistico e controllano la diffusione del gusto e degli atteggiamenti estetici su di un più o meno vasto pubblico di fruitori dell'arte.

Questa interpretazione porta ad eliminare alcune idee preconette che attribuivano all'artista un'aura magica di 'genio creatore' e al critico un intuito innato ed illuminato (e quasi altrettanto magico) e riconduce, invece, la questione in direzione della necessità di considerare il ruolo del critico in rapporto a quello degli altri soggetti, ridimensionando l'idea dell'interprete e giudice supremo dei fatti artistici e restituendo l'immagine di chi deve anche, e purtroppo oggi piuttosto spesso, scendere a compromessi e quasi lottare per la propria sopravvivenza, che sembra da più parti messa in discussione.

Ad ogni modo, non si può certo negare l'enorme influenza che può avere il critico nelle questioni legate all'arte, ossia nella scelta degli artisti e delle opere, nella loro promozione ed

eventualmente anche nel decretarne la successiva affermazione. Ma questa influenza è proporzionale all'importanza della posizione che il critico occupa nel suo ambiente artistico, che deve essere, a sua volta, rapportato con una realtà più ampia, su scala nazionale e internazionale.

Il ruolo di mediatore culturale, quindi, seppur ancora valido, va letto alla luce delle profonde trasformazioni che hanno toccato la figura del critico d'arte.

Di fronte ad esigenze interne al sistema e, allo stesso tempo, nel tentativo di trovare nuove vie per suscitare l'interesse del fruitore e renderlo più partecipe alle esperienze artistiche, il critico d'arte sembra aver trovato una possibile soluzione dedicandosi all'attività curatoriale, di organizzazione e promozione delle mostre.

La critica sembra, dunque, indirizzarsi verso una nuova modalità di prestazione delle proprie funzioni, che trova nella mostra il momento fondamentale affinché avvenga una più corretta mediazione col pubblico.

Le trasformazioni intervenute nel ruolo e nei compiti del critico d'arte possono essere considerate positivamente per il fatto che in questo modo il critico assume un comportamento più pragmatico, ritagliandosi un proprio spazio specifico d'azione e ridefinendo le proprie funzioni in direzione di un coinvolgimento più diretto con il momento della creazione, della scelta delle opere e della loro esposizione. Esposizione che, spesso, avviene in luoghi diversi dai tradizionali spazi (gallerie e musei), in linea con l'emergere di una volontà nuova, che si propone di scegliere dei luoghi meno 'sacrali' e più a diretto contatto con l'esperienza della gente, ma anche più adatti ad accogliere determinate opere, che, in questo modo, entrano in rapporto con lo spazio che le circonda, costruendo relazioni di significato con l'intero contesto nel quale sono inserite. In questo senso si può ben comprendere come il momento espositivo diventi una delle fondamentali operazioni critiche, precedente alla recensione scritta ma con una uguale, quando non superiore, capacità di interpretazione e di mediazione.

In definitiva si può constatare come la ricerca sul campo confermi, in linea di massima, le tesi avallate dalla letteratura esistente. Tuttavia sarebbe interessante capire se lo scarto rispetto alle linee generali sia da considerare una caratteristica della regione friulana: in questa direzione un ulteriore approfondimento potrebbe vertere proprio su quegli aspetti che differiscono rispetto al generale, quali, per citarne solo due, le caratteristiche insite in una regione di confine, che sembra l'aspetto più interessante rilevato in questo ambito, come pure capire quali sono i pregi e i difetti di un atteggiamento 'provinciale' da alcuni chiamato in causa in questa sede. Se in questa trattazione si sono voluti evidenziare i punti di contatto con la situazione più vasta della critica italiana, tuttavia si potrebbe fare anche un ragionamento inverso e analizzare le differenze, per capire se sono tipiche del Friuli V. G., oppure se sono caratteristiche di un gruppo di regioni relativamente più lontane dal mercato dell'arte o se, in definitiva, non sono, piuttosto, insite in tutte le regioni ma che, per necessità di ragionare solo su argomenti generali, validi su larga scala, vengono spesso taciute.

Bibliografia

- B. BANDINI, *Linguaggi della critica. La critica d'arte in Italia dal dopoguerra ad oggi*, Fara, Santarcangelo di Romagna 1996.
- F. BERNABEI, *Percorsi della critica d'arte*, CLEUP, Padova 1991.
- D. BERTASIO, G. MARCHETTI (a cura di), *Fra ombre e autoritratti. Il critico presenta se stesso*, Franco Angeli, Milano 2000.
- A. BONITO OLIVA (a cura di), *Autonomia e creatività della critica*, Lerici, Roma 1980.
- A. CAPASSO, *A.B.O. Le arti della critica*, Skira, Milano 2001.
- M. CARBONI, *L'impossibile critico. Paradosso della critica d'arte*, Kappa, Roma 1985.
- G. DE MARCHIS, *L'arte in Italia dopo la seconda guerra mondiale*, in G. PREVITALI, F. ZERI (a cura di), *Storia dell'arte italiana II/3, Il Novecento*, Einaudi, Torino 1982, pp. 554-625.
- G. DORFLES, *Il divenire della critica*, Einaudi, Torino 1976.
- U. ECO, *Opera aperta. Forma e indeterminazione delle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano 1962.
- A. HAUSER, *Le teorie dell'arte. Tendenze e metodi della critica moderna*, Einaudi, Torino 1969.
- U. KULTERMANN, *Storia della storia dell'arte*, Neri Pozza, Vicenza 1997.
- R. LAMBARELLI, *La critica in conflitto*, in «Arte e critica», 13 (1997), pp. 2-5.
- R. LONGHI, *Proposte per una critica d'arte*, in «Paragone», 1 (1950).
- S. MANGANELLI, *L'infinita scacchiera. Sull'arte e il sistema dell'arte*, Anselmi, Marigliano 1999.
- F. MENNA, *Critica della critica*, Feltrinelli, Milano 1980.
- R. MOULIN, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, Paris 1997.
- E. MUCCI, P.L. TAZZI, *Il pubblico dell'arte*, Atti del convegno 'L'arte da chi a chi', Montecatini Terme, marzo 1980, Sansoni, Firenze 1982.
- F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari 1999.
- G. POLITI, *La congiura della critica*, in «Flash Art», 235 (agosto-settembre 2002), pp. 60-61.
- G.C. SCIOLLA, *Critica d'arte del Novecento*, UTET, Torino 1995.
- R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- A. TRIMARCO, *Parabola del teorico. Sull'arte e la critica*, Kappa, Roma 1982.
- L. VENTURI, *Storia della critica d'arte*, Einaudi, Torino 2000.
- A. VETTESE, *Investire in arte. Produzione, promozione e mercato dell'arte contemporanea*, Le Guide de Il Sole 24ore, Milano 1993.
- A. VETTESE, *Artisti si diventa*, Carrocci, Roma 1998.

Essere artisti nella provincia di Pordenone*

M A R I K A B R U N

1. Introduzione. Nella storia dell'arte, Pordenone è celebre per aver dato il nome, oltre che i natali, ad uno dei grandi pittori del Rinascimento; ma in tempi più recenti essa sembra aver brillato più nel mondo dell'industria che in quello dell'arte. Eppure anche a Pordenone e nella sua provincia vive e lavora un certo numero di artisti seri e importanti. Ne abbiamo selezionati 15, nell'intento di verificare su di essi una serie di concetti e teorie tratte dalla più recente letteratura sociologica sulla figura e il ruolo dell'artista nella società contemporanea. Certo, l'ambiente in cui vivono è estremamente diverso da quelle che nell'immaginazione popolare e mediatica è tipico dell'artista: il mondo *bohémien* e trasgressivo che pullula negli interstizi della grande capitale, in contiguità con il gran mondo delle istituzioni, dei salotti e dei saloni, dei grandi intellettuali e dei grandi collezionisti. Pordenone è senza dubbio un ambiente di provincia; la città stessa, con i suoi 50.000 abitanti, è da alcuni percepita ancora come un paesone. E tuttavia bisogna ricordare che, anche nelle società più sviluppate, solo una minoranza della popolazione abita in grandi città; gran parte delle società è fatta di province, di periferie. Anche se i riflettori dell'attenzione pubblica sono puntati su quel che avviene nei centri e sui picchi della struttura sociale, e anche se è vero che ivi si concentrano i poteri (politici, economici, culturali, mediatici) che poi condizionano l'intera società (e ciò vale anche nel campo dell'arte), è anche vero che il tessuto connettivo medio è costituito da situazioni come quella di Pordenone. Detto in altre parole, fino a prova contraria possiamo assumere il mondo dell'arte in questa provincia sia comparabile e rappresentativo del mondo dell'arte in qualsiasi altra provincia italiana, e forse europea; e delle condizioni di vita normali degli artisti.

Non si tenterà in questa sede di sintetizzare i principali nodi delle teorie psico-sociologiche che riguardano la personalità, il ruolo e lo status dell'artista nella società contemporanea; la letteratura di riferimento è elencata in bibliografia. Ci si concentrerà invece sui risultati delle interviste.

2. Metodo e campione. I soggetti sono stati individuati grazie alla collaborazione di operatori culturali pordenonesi. Uno dei criteri di scelta era l'età: poiché dai soggetti si sperava di ricavare anche indicazioni sul mutamento della figura dell'artista e del mondo dell'arte nel tempo, si sono privilegiati artisti di età matura o addirittura molto avanzata (94 anni). L'età media è risultata essere di 77 anni. Un altro criterio era l'importanza (continuità, pubblicità, riconoscimento, ecc.) del lavoro artistico rispetto ad eventuali altre attività professionali di supporto (insegnamento ecc.), per escludere i meri dilettanti. Sono stati esclusi, evidentemente, criteri di valutazione estetica o tentativi di analisi critica da parte dell'intervistatrice.

* Sintesi di *Il ruolo dell'artista nella società contemporanea. Un'indagine nella provincia di Pordenone*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 280.

Gli incontri sono avvenuti previo appuntamento telefonico, e le interviste sono state effettuate negli studi e/o le abitazioni (di norma coincidenti) degli artisti stessi. La traccia d'intervista comprendeva circa venti domande riguardanti il percorso formativo, gli autori di riferimento, i rapporti con gli altri artisti, le fasi del processo creativo, il rapporto con le proprie opere, le modalità di auto-promozione, i rapporti con gli altri soggetti del mondo artistico: critici, galleristi, collezionisti, pubblico, istituzioni, media; e infine valutazioni sullo stato dell'arte in generale e nella provincia di Pordenone in particolare. I colloqui si sono svolti sempre in un clima di cordialità e collaborazione; spesso addirittura di calore ed entusiasmo, ed hanno compreso spesso l'illustrazione, da parte dell'artista, della sua poetica e delle sue opere. Le interviste duravano in media da una a due ore e sono state svolte nell'inverno 2003-2004. In diversi casi si sono svolte a più riprese, in seguito a inviti degli artisti stessi a tornare. Le risposte sono state annotate sinteticamente su protocolli e trascritte in forma completa nelle ore immediatamente successive. In due casi – quelli di Armando Pizzinato e di Vittorio Basaglia – le interviste hanno avuto, per diversi motivi, un carattere più libero, e si sono protratte per molto più tempo. Gli altri artisti intervistati sono: Angelo Giannelli, Giorgio Florian, Luigi Sacilotto, Mario Zoccolan, Mario Moretti, Toni Zuccheri, Stefano Jus, Pierino Sam, Maria Teresa Gerbino, Gigo Igne, Nane Zavagno, Giulio Belluz, Guido Santarossa. Di ogni artista, prima dell'incontro, si sono studiate la vita e le opere e si è poi compilata una scheda biografica, con l'elenco delle mostre personali e collettive cui è stato presente, i premi conseguiti, cataloghi e bibliografia critica, ecc. I generi praticati sono prevalentemente pittura e scultura; in un caso, lavorazione artistica del vetro.

3. Sintesi delle risultanze

3.1 *La formazione*

Circa un terzo degli artisti intervistati si dichiara autodidatta. Non ha avuto una lunga formazione scolastica; dopo le scuole elementari alcuni hanno frequentato una scuola professionale (durata triennale). Il resto degli intervistati ha conseguito il diploma presso un istituto superiore di secondo grado. Di questi, solo due hanno scelto un diploma di tipo tecnico ed uno soltanto di tipo classico, conseguendo così la maturità tecnica e classica. Molti, prima di seguire l'Accademia di Belle Arti o la Facoltà di Architettura, hanno optato per il Liceo artistico o l'Istituto d'Arte. Nella maggior parte dei casi, l'Accademia è stata frequentata a Venezia, come la Facoltà di Architettura. Due artisti hanno studiato all'Accademia di Brera a Milano. Solo tre artisti non hanno portato a termine gli studi: due per motivi economici ed uno a causa della guerra.

La maggior parte degli artisti afferma di aver iniziato l'attività artistica per proprio conto, nell'infanzia o nella prima giovinezza. Con il passare del tempo, tale scelta di vita ha permesso loro di realizzare le prime mostre collettive e successivamente quelle personali. Alcuni dicono che anche la scelta della scuola ha implicato un inizio all'attività artistica. Scegliere il Liceo artistico o l'Istituto d'Arte, in quel tempo, significava avere delle idee chiare sul futuro lavorativo. Altri sono stati facilitati in quanto hanno vissuto in un contesto familiare artistico. Questi, senza volerlo o senza saperlo, si sono trovati immersi nel mondo dell'arte. Bastava seguire l'input dato dal padre. La figura del padre è stata spesso determinante nella scelta lavorativa del figlio. Per questi futuri artisti, il padre è stato considerato come maestro di riferimento e modello da imitare. I primi contatti sono stati selezionati dalle vecchie conoscenze

paterne. L'inizio è stato più semplice rispetto agli altri colleghi.

Le prime difficoltà legate alla scelta artistica sono state di tipo economico, dichiara circa un terzo degli intervistati. Un altro terzo dice di non averne avute in quanto la famiglia ha appoggiato, sia a livello morale che economico, la scelta del figlio. Molti genitori hanno fatto dei sacrifici finanziari per mantenere gli studi artistici dei propri figli. Alcuni raggiungevano da 'pendolari' le sedi delle scuole d'arte. Secondo un certo numero di intervistati, le difficoltà maggiori si sono rivelate quelle di approccio iniziale all'ambiente artistico. La maggior parte degli artisti intervistati considera propri maestri di riferimento, letteralmente, quelli che sono stati loro insegnanti nell'Accademia o in altri contesti più o meno istituzionali; sempre italiani. Alcuni, però, precisano di non aver mai incontrato personalmente i maestri di riferimento, ma di essersi ispirati solo alle loro opere, sia nel caso dell'arte antica che della contemporanea. Agli artisti, è stato chiesto anche di esprimere un parere sulla propria formazione artistica. In generale essi si sono dichiarati soddisfatti di quello che hanno fatto. Molti nella propria formazione artistica hanno incluso gli incontri con le persone, gli avvenimenti e le scoperte avvenute o meno durante tutta la carriera. Alcuni intervistati hanno rivelato di avere praticato, accanto a quelle visive, anche la musica; ritengono, perciò, di avere una formazione artistica più completa.

Molti degli intervistati sono stati insegnanti (disegno, tecniche artistiche o storia dell'arte) nelle scuole medie, o professionali, o superiori, e nei licei artistici. In alcuni casi anche nelle Accademie di Belle Arti. Per quanto riguarda l'aggiornamento professionale, circa due terzi degli intervistati crede che esista e lo reputa importante. Un terzo non lo crede affatto. Reputano l'arte come un fattore personale. L'arte deve seguire uno stimolo interiore.

3.2 La creazione artistica

La maggior parte degli artisti afferma che esistono delle fasi precise nel processo creativo dell'opera d'arte. Tali fasi possono dipendere dal soggetto e/o soprattutto dalla tecnica utilizzata. Ad esempio, la preparazione per realizzare una scultura è completamente diversa da un'opera di pittura. La realizzazione di una scultura parte da un disegno. Il disegno, infatti, è l'unico elemento in comune fra gli artisti. L'idea può nascere da molti spunti, anche banali. Solo una minoranza degli intervistati ha risposto che non si può parlare di fasi precise. In ogni caso, ciascun artista le sviluppa in un modo del tutto personale. Alcuni negano che esista l'ispirazione nel senso classico, di forza esterna misteriosa e incontrollabile. L'opera viene creata solo mediante il lavoro costante e sistematico, e la padronanza delle tecniche.

Gli artisti sono unanimi nell'affermare che la spinta decisiva verso la realizzazione di un'opera nasce dalla propria interiorità; e la creazione risponde in primo luogo a un'esigenza personale. Si crea soprattutto per se stessi. Solo nel caso di un'opera commissionata, gli artisti cercano di mediare il gusto e l'aspettativa del cliente. Cercano, infatti, di conoscere il committente, magari incontrandolo. Inoltre, si informano, facendo delle ricerche sul soggetto commissionato. Se si tratta di un tema religioso, ad esempio, essi cercano di leggere attentamente i passi del Vangelo o delle Sacre Scritture.

Il rapporto profondamente personale ed emozionale con la propria opera fa sì che la sua alienazione provochi di norma qualche dispiacere, e talvolta addirittura disperazione o angoscia. Ad alcuni accade di riacquistare un'opera, quando dalla sua mancanza si accorgono che rappresentava un periodo della propria carriera o suggeriva un'emozione particolare irrinunciabile. In alcuni casi, l'opera venne riacquistata ad un prezzo maggiore rispetto alla vendita

iniziale. Alcuni, comunque, sono felici quando trovano degli acquirenti che mostrano piena comprensione e apprezzamento per l'opera. L'artista, allora, si sente valorizzato e stimolato. Solo due soggetti affermano di non provare nessun tipo d'attaccamento all'opera.

3.3 *Il mondo dell'arte*

Per quanto riguarda le attività di promozione della propria opera, la maggior parte degli artisti intervistati afferma che la miglior modalità sono le mostre; cominciando dalle collettive per passare poi alle personali. Gli artisti stessi affermano che per far questo, ci vuole tanto impegno e costanza nel lavoro. Solo una minoranza minimizza la necessità della promozione.

Circa due terzi degli intervistati affermano di non essere e non essere stati legati a nessun gruppo artistico e corrente. La maggior parte si ritiene libero e spontaneo. L'altro terzo indica gruppi artistici di livello locale. L'attività di questi gruppi consiste per lo più nella promozione di attività di aggiornamento e apprendimento di tecniche artistiche. Alcuni di questi artisti hanno dato il proprio contributo, non solo nella creazione di scuole private, ma hanno anche insegnato. Altri ne hanno fatto parte come semplici membri ed altri come fondatori. Nel caso dei due Maestri, invece, si parla di contatti con correnti artistiche a livello nazionale. Uno ne è stato anche il fondatore. Circa un terzo degli artisti intervistati – percentuale abbastanza elevata – afferma di non essere interessato e di non conoscere il mercato artistico pordenonese. Un altro terzo giudica la città di Pordenone troppo piccola per avere un mercato artistico significativo, o lo considera esistente, ma povero, scarso e di pessima fattura. Una minoranza dice che il mercato può essere considerato abbastanza favorevole. Un solo artista afferma di aver sempre trovato riscontro negli acquirenti pordenonesi, tanto da permettergli di vivere esclusivamente del suo lavoro di artista.

Per quanto riguarda i rapporti con i critici d'arte, la maggior parte degli intervistati afferma che essi dovrebbero saper cogliere e interpretare l'opera dell'artista. Dovrebbero limitarsi a spiegare l'opera a chi è interessato, trovare le caratteristiche salienti dell'artista e trasmettere la propria conoscenza con una certa professionalità. Tuttavia emergono anche atteggiamenti meno positivi nei riguardi dei critici. Sono accusati di essere influenzati dalla moda, di non voler rischiare nell'appoggiare giovani promesse, di essere condizionati dal mercato, di lavorare più per lucro che per passione intellettuale. Secondo alcuni, i critici dovrebbero avere una conoscenza non solo teorica e formale dell'arte, ma dovrebbero conoscere per esperienza diretta le tecniche pittoriche e avere padronanza nel disegno.

La maggior parte degli intervistati si lamenta del ruolo del gallerista. Crede che il gallerista non sia interessato e neppure abbia la capacità di valorizzare il giovane artista; preferendo investire sul sicuro, sui maestri del Novecento commercialmente consolidati. Il gallerista dovrebbe fare da tramite o da *trait d'union* tra l'artista ed il pubblico o le persone che intendono acquistare un'opera. Questa figura dovrebbe, infatti, possedere una certa linea di preferenza in modo da realizzare delle mostre coerenti e di un certo livello artistico-culturale. In questo caso, la figura del gallerista potrebbe contribuire a porre le basi di un mercato migliore. Circa un terzo degli intervistati afferma che nel panorama artistico locale si dovrebbe parlare di mercanti e non tanto di galleristi. I galleristi presenti nel territorio sono troppo piccoli per essere considerati tali. In generale, gli intervistati pensano che il gallerista svolga il proprio lavoro solo per un ritorno economico. Anche questa figura viene influenzata dalle mode: le segue e magari le crea. Il ruolo del gallerista, insomma, si riduce ad una questione pratica e amministrativa. Il gallerista mette a disposizione la sala espositiva e vende le opere pren-

deno la percentuale. Per quanto concerne i collezionisti, gli intervistati li distinguono spesso in due tipi. Il primo tipo è l'amatore d'arte. Questo tipo di collezionista compra l'opera di un artista in quanto suscita piacere. Può essere considerato un conoscitore esperto e un uomo interessato all'arte. Il secondo tipo possiede del denaro da investire e si fa consigliare da un esperto, prima di acquistare un'opera. Non sempre, però, si avvale di persone realmente competenti. Generalmente, il collezionista è percepito come persona danarosa. Il primo tipo di collezionista possiede un certo gusto per l'arte. Coloro che rientrano nel secondo tipo di solito non possiedono una buona preparazione artistica. Vedono, invece, l'arte solo come fonte di investimento.

Prendendo ora in considerazione il pubblico, l'immagine che emerge dalle interviste è piuttosto variegata. C'è chi dice che il pubblico varia da zona a zona; qualcuno nega che a Pordenone, date le piccole dimensioni, si possa parlare di un pubblico dell'arte. Altri dicono che dovrebbe essere istruito o educato; si nota un certo declino delle capacità del pubblico di ragionare, capire, giudicare. Altri, al contrario, vedono un miglioramento del pubblico, in quanto si nota un aumento dell'affluenza alle mostre; ma alcuni sono scettici sulla reale capacità del grande pubblico di capire quello che vede alle mostre. Altri invece apprezzano la semplicità, la spontaneità del pubblico magari di scarsa cultura, ma che riesce ad esprimere una sensibilità maggiore rispetto al pubblico definito colto. Questo tipo di pubblico riesce a comprendere in modo più immediato e intuitivo quello che voleva esprimere l'artista.

Dell'ambiente artistico locale, la grande maggioranza degli intervistati mette in evidenza alcuni aspetti meno positivi. Si lamenta una certa mancanza di contatti, di relazioni tra gli artisti, di socializzazione delle esperienze; e invece la presenza di una certa competitività, di ambizione a primeggiare, talvolta anche senza che vi siano i presupposti di qualità. Si dovrebbe invece anche aver coscienza dei propri limiti, oltre che delle proprie virtù. Qualcuno indica anche la presenza, nell'ambiente artistico provinciale, di un certo diletterantismo; e gli aspetti già sopra ricordati, della carenza di una critica e di un mercato di livello adeguato.

Quasi tutti gli intervistati, meno due, hanno accettato di parlare del ruolo delle amministrazioni locali nel promuovere o meno l'arte contemporanea a Pordenone. Il giudizio è per lo più severo: le pubbliche autorità hanno fatto ben poco o addirittura niente a favore dell'arte. Gli artisti lamentano una scarsa e scadente promozione culturale. Le persone che sono preposte agli incarichi culturali, spesso, non hanno la necessaria competenza. Quello che infastidisce maggiormente gli artisti è il fatto che esse neanche ricorrono al consiglio di persone competenti. Solo in due casi si ricordano personalità politico-amministrative che abbiano lasciato un buon segno nel campo artistico. Due sono anche gli intervistati che hanno avuto esperienze amministrative, come assessore alla cultura e come consigliere comunale; ma affermano di non essere riusciti ad ottenere risultati positivi duraturi. Al loro scadere, le amministrazioni successive non hanno colto l'input al fine di proseguire un'attenta e fruttuosa politica culturale. Si lamenta la scarsità degli impegni e delle risorse; al massimo si ottiene l'allestimento di una sala espositiva. Non esiste più una politica culturale rivolta all'acquisto di opere. Le pubbliche amministrazioni non acquistano, infatti, le opere degli artisti locali. Non credono che possa servire a valorizzare l'artista stesso o a celebrare un evento o un personaggio storico di spicco. Solo una minoranza di artisti non si lamenta dell'operato delle autorità locali, e si sente appoggiato ed anche apprezzato. In conclusione, è chiaro che la maggior parte degli intervistati non ha instaurato un buon rapporto con le amministrazioni locali.

3.4 L'auto-immagine degli artisti

Circa la metà degli intervistati afferma che l'artista non gode di adeguata considerazione nella società odierna; e qualcuno dichiara addirittura che, se potesse tornare indietro, non avrebbe scelto questo mestiere. Si mettono in rilievo i caratteri un po' particolari che deve avere l'artista, come la capacità di anticipare le idee e le tendenze a venire, ma anche speciali abilità manuali. Altri sottolineano che l'artista riesce ad avere una certa considerazione sociale solo se accetta le regole del sistema e del mercato dell'arte. Chi non lo fa rischia di restare isolato, nell'ombra, anche rispetto al pubblico locale. Un modo per sfuggire a quelle regole è dedicarsi a settori produttivi diversi da quelli classici. La maggior parte degli intervistati è convinta che difficilmente si possa vivere di sola arte. La maggior parte ha svolto un'altra attività; per lo più l'insegnamento.

Nella maggioranza dei casi l'arte è sentita come qualcosa di indispensabile, di parte essenziale della propria vita. Due artisti – si ricordi l'elevata età media del campione – si rammarricano dicendo che un tempo aveva un ruolo più preponderante, mentre ora si è affievolito: a causa dell'età e soprattutto a cause della perdita di entusiasmo. Qualcuno dice che non ne può fare a meno perché è l'unica cosa che sa fare. Un altro dice che l'arte è un'attività che lo distende e lo tranquillizza. Un altro dice che l'arte gli ha insegnato tante cose tra cui ad amare. Tutti, però, hanno ammesso di ritenere l'arte come parte indispensabile della propria esistenza. Non ne possono fare a meno. Alcuni hanno provato a smettere ma non è stato possibile. L'arte li ha sempre assorbiti e continua a farlo ancora.

Bibliografia

- D. BERTASIO, *Professione artista. Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Club, Bologna 1997.
- A. BOIME, *Artisti e imprenditori*, Bollati Boringhieri, Torino 1990.
- P. BURKE, *L'artista: momenti e passati*, in *L'artista e il pubblico*, Einaudi, Torino 1979.
- L. CAMAIONI, *Talenti eccezionali* in «Psicologia Contemporanea», 148 (luglio-agosto 1998), pp. 50-55.
- G. DORFLES, *Ultime tendenze nell'arte oggi*, Feltrinelli, Milano 1993.
- E. FREIDSON, *Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique*, in «Revue Française de Sociologie», 27, 3 (juillet-septembre 1986), pp. 431-443.
- J. GIMPEL, *Contro l'arte e gli artisti*, Bollati Boringhieri, Torino 2000.
- A. HAUSER, *Le teorie dell'arte*, Einaudi, Torino 1969.
- A. HAUSER, *Sociologia dell'arte, v. I: teoria generale*, Einaudi, Torino 1977.
- N. HEINICH, *Etre artiste: les transformations du statut des peintres et des sculpteurs*, Klincksieck, Paris 1996.
- M. MENGER, *Artist labor markets and careers*, in «Annual Review of Sociology», 25 (August 1999), pp. 541-574.
- P.M. MENGER, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Edition du Seuil, Paris 2002.
- R. MOULIN, *De la valeur de l'art*, Flammarion, Paris 1995.
- R. MOULIN, *L'artiste, l'institution, et le marché*, Flammarion, Paris 1999.
- R. MOULIN et al., *Les artistes. Essai de morphologie sociale*, La Documentation Française, Paris 1985.
- F. POLI, *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Torino 1975.
- G.P. PRANDSTRALLER, *Arte come professione*, Marsilio, Padova 1974.
- R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- K. TEIGE, *Il mercato dell'arte*, Einaudi, Torino 1973.
- M.A. TRASFORINI, *L'artista come attore sociale*, in «Polis», 8, 1 (1994), pp. 127-148.
- M.A. TRASFORINI, *Artiste in campo: una professione tra genio, talento e storia dell'arte*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», 42, 4 (2001).
- A. VETTESE, *Artisti si diventa*, Carocci, Roma 1998.
- R., M. WITTKOWER, *Nati sotto Saturno: la figura dell'artista dalla antichità alla Rivoluzione francese*, Einaudi, Torino 1996.

Gli artisti e il loro pubblico*

CLAUDIA CALLIGARIS

1. Introduzione. Capire quale ruolo venga attribuito all'arte nella società in cui viviamo non è semplice. La maggiore scolarizzazione, la possibilità di viaggiare ed entrare in contatto con espressioni artistiche nuove e diverse, l'informazione sempre più diffusa e specializzata hanno contribuito a dilatare il panorama artistico. Tuttavia, all'arte contemporanea non viene tributato lo stesso successo delle mostre degli impressionisti: infatti, la maggior parte del pubblico sembra essere indifferente alla produzione recente. Questo atteggiamento è in parte spiegabile con la complessità della situazione artistica del XX secolo, caratterizzata dalla presenza simultanea di diverse e spesso contrastanti correnti, dall'action painting all'arte concettuale, che rende estremamente difficile l'orientamento per coloro che non hanno una preparazione sufficiente. Inoltre la rapidità con cui avvengono le trasformazioni dei linguaggi e delle tecniche artistiche crea un ulteriore senso di smarrimento che determina nel grosso pubblico la tendenza a non tentare nemmeno un primo approccio.

Eppure il 'bisogno d'arte' che in passato ha portato l'uomo a circondarsi e ad apprezzare le immagini prodotte dagli artisti esiste tuttora, anzi forse mai come in quest'epoca il consumo e la produzione di 'arte' è stato così elevato. Il grosso pubblico affolla le sale dei musei d'arte antica o di qualche collezione rinascimentale, soprattutto se ben pubblicizzate, acquista riproduzioni di opere famose da appendere alle pareti di casa e finte sculture classiche da collocare in giardino, ma il più delle volte tutto questo viene fatto con la stessa superficialità con cui si fa la spesa al centro commerciale. L'arte è oggi considerata un passatempo, una fra le innumerevoli possibilità che la società odierna offre per la distrazione dalle frenesie della vita moderna. Attribuendo all'arte una funzione esclusivamente ludica, di svago, la maggioranza del pubblico si aspetta, e spesso pretende, che essa sia facilmente accessibile, non impegnata, piacevole, che racconti e rappresenti qualcosa di riconoscibile. Quando questo non accade, come per gran parte dell'arte contemporanea, vengono formulate critiche e accuse di incomprensibilità.

L'arte del XX secolo non può e non deve essere osservata per puro divertimento: essa presuppone un atteggiamento diverso, più profondo e impegnato. Il suo fine non è di ottenere piacevoli effetti cromatici per soddisfare la vista, ma di denunciare per esempio i danni dell'inquinamento o i rischi che corre l'uomo vivendo nella società consumistica o ancora si propone di far riscoprire al fruitore la sua interiorità. L'artista cerca di esprimere lo spirito del nostro tempo attraverso forme e immagini che non possono essere solo idilliache o creatrici di mondi paradisiaci, ma devono in primo luogo essere fedeli alla realtà. Purtroppo, i bisogni estetici della gente comune vengono quasi completamente soddisfatti dai prodotti dell'indu-

* Sintesi di *Gli artisti e il loro pubblico. Un'indagine nella provincia di Udine*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004, pp. 299.

stria, compresi quelli d'uso, come le auto e gli elettrodomestici, che, grazie alla vasta gamma di linee moderne e varie tra cui scegliere, danno l'apparenza a ciascun acquirente di poter affermare il proprio gusto con libertà, senza rendersi conto che così facendo si seguono le mode imposte dai mass media e dalla società dei consumi, che sono solo un lontano riflesso dell'arte 'pura'. In questa realtà, l'arte non ha la possibilità di influenzare i gusti della propria epoca e di emozionare gli uomini. L'artista è relegato ad un ruolo secondario, di profeta ascoltato solo da una ristretta cerchia di iniziati.

La stessa arte contemporanea è spesso accusata di essere preda di un mercato speculativo diretto da galleristi, critici e collezionisti capaci di imporre il loro gusto e determinare la fortuna degli artisti preferiti. In questo sistema, dove viene esaltata la libertà espressiva, l'artista è spesso costretto a compromessi per raggiungere il successo e l'opera d'arte diventa un oggetto di consumo come molti altri, indipendentemente dal suo contenuto ideologico.

La ricerca proposta tenta di analizzare l'attuale rapporto tra il pubblico e l'artista nell'area friulana per verificare la situazione appena descritta e lamentata da molti autorevoli sociologi e critici d'arte.

La prima parte, di carattere generale, affronta dapprima le problematiche legate agli aspetti comunicativi della rappresentazione artistica, quindi delinea le trasformazioni che nel corso del tempo hanno subito i ruoli dell'artista e del pubblico, con particolare attenzione alla situazione attuale.

Nella seconda parte, dopo aver delineato il procedimento secondo cui si è proceduto alla stesura dell'intervista e alla scelta del campione di artisti da interpellare, vengono approfonditi i vari temi presi in esame segnalando le osservazioni più significative.

2. Arte e comunicazione. Ogni rappresentazione artistica è un messaggio visivo indirizzato ad un fruitore: l'arte dunque è una forma di comunicazione. Ma in che modo la rappresentazione artistica comunica il suo significato all'interpretazione dell'osservatore? Ogni rappresentazione contiene un concetto, è l'espressione di una certa visione del mondo. L'artista, infatti, secondo la teoria rivista dalla Bertasio, tenta di riprodurre qualcosa di esistente, attraverso l'uso di materiali e procedure diversi da quelli che lo caratterizzano. L'esemplare di riferimento non è semplicemente riprodotto, ma interpretato dal creatore, portando ad un esito che, lungi dall'essere solo il trasferimento di un'immagine mentale, è rivestito anche di funzioni culturali. Attraverso il linguaggio che l'artista usa, infatti, si stabilisce un riferimento culturale tra la rappresentazione artistica e le norme e i valori che definiscono la sua cultura di appartenenza: l'opera è sempre indissolubilmente legata all'ambito culturale in cui viene prodotta. Quando il fruitore riconosce l'esemplare, l'artista lo ha messo nella condizione di stabilire una connessione tra l'immagine e il suo significato, quindi ha usato un linguaggio, un codice almeno in parte istituzionalizzato. Soltanto la presenza di questo codice rende possibile la comunicabilità dell'opera e di conseguenza il momento estetico.¹

L'osservatore, dopo aver decifrato il codice, può procedere ad un'analisi più approfondita dell'opera. Secondo Wittkower, l'interpretazione del significato di una rappresentazione artistica presenta due componenti: una razionale, che studia gli aspetti iconografici e storici dell'opera; ed una emotiva, che suscita il nostro interesse nei confronti di determinate opere

¹ D. BERTASIO, *Studi di sociologia dell'arte*, Franco Angeli, Milano 1996; ID., *Professione artista. Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Clueb, Bologna 1997.

a scapito di altre. Proprio questo tipo di partecipazione irrazionale contraddistingue il momento estetico, anche se abbandonarsi esclusivamente ad una interpretazione emotiva non può rivelare a fondo il significato di una rappresentazione. Solo attraverso l'arte si verifica una comunicazione che agisce a quel livello inconscio e profondo comprendente tutti i sentimenti, gli impulsi, le intuizioni che formano la personalità più intima di una persona. Se l'arte è ancora oggi un patrimonio vivo e continuamente stimolante, ciò è dovuto proprio a questa sua capacità di far vibrare l'anima degli uomini.²

3. Gli artisti. Nel corso dei secoli, il ruolo dell'artista nella società ha subito notevoli cambiamenti, passando da semplice e abile artigiano a vero e proprio genio ispirato, in grado di addentrarsi e squarciare le verità assolute dell'uomo. Nei vari gradi di avanzamento sociale, l'artista ha continuato a produrre opere universalmente considerate artistiche, perché rientranti nei canoni tradizionali (per esempio l'uso della tela o dei colori ad olio in pittura).

Il Novecento si apre invece con una serie di stravolgimenti che coinvolgono i concetti dell'arte e dell'artista. Emblematici in questo senso sono i *ready mades* di Marcel Duchamp: assumendo come arte oggetti di uso quotidiano, decontestualizzandoli, l'attenzione si sposta dall'oggetto al soggetto, l'artista, libero di innalzare nella sfera dell'arte qualsiasi cosa.

Fin dall'elaborazione della concezione romantica dell'artista, l'opera d'arte viene concepita come il frutto della soggettività del suo creatore, non più condizionato da regole e vincoli da seguire. La libertà creativa emerge di pari passo con l'indipendenza dell'artista e giunge al suo culmine nella prima metà del Novecento, con le avanguardie storiche. Si può constatare che in questo processo di conquista della libertà da parte dell'artista, l'arte gradualmente ha perso molte delle finalità che nel corso dei secoli le erano state attribuite: quella di insegnare i fondamenti religiosi, di decorare suppellettili e pareti di ambienti privati e pubblici, di magnificare i vari mecenati, di propagandare delle idee, ecc. In tutte queste funzioni l'arte è stata sostituita dai altri mezzi, quali la pubblicità, la stampa, la televisione o il design. Sembra che oggi l'unico fine dell'arte sia quello di esprimere i sentimenti e i pensieri degli artisti, creando delle immagini sulle quali ciascuno di noi può proiettare le proprie esperienze.

Se partiamo dal presupposto che il ruolo sociale dell'artista dipende dal grado di visibilità che riesce a raggiungere all'interno del sistema dell'arte contemporanea, constatiamo che esso è subordinato a quello di tutte le figure che agiscono nel sistema stesso. L'artista infatti deve adeguare la propria produzione e la propria immagine alle aspettative dei galleristi, dei mercanti e dei critici che gli permetteranno di entrare nel circolo internazionale.

Molti studi sociologici, tra i quali le analisi di Luigi Sacco,³ hanno messo in evidenza che il successo di un artista dipende, oltre che dal talento, dalla capacità di pubblicizzare la propria immagine e di crearsi dei contatti il più possibile numerosi con gli addetti ai lavori. Applicando le regole basilari del marketing, l'artista può ambire ad un successo anche di alto livello.

Nel sistema del mercato d'arte contemporanea, l'artista vive in una sorta di paradosso: da una parte viene mitizzato in quanto simbolo di quella libertà creativa che è considerata fonte di ispirazione e continua ad essere descritto e presentato secondo i luoghi comuni radicati

² R. WITTKOWER, *Allegoria e migrazione dei simboli*, Einaudi, Torino 1987. Dello stesso autore cfr. anche *Nati sotto Saturno*, Einaudi, Torino 1967.

³ Cit. in F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari 1999, p. 171.

nella mentalità collettiva; d'altra parte deve però diventare un uomo d'affari per attirare l'attenzione del pubblico sul suo prodotto e per commercializzare la sua produzione, in un ambiente particolarmente competitivo e dinamico. L'aura dell'artista in questo senso perde la sua lucentezza.

Quanto sopra si riferisce agli artisti inseriti nei livelli più alti del sistema dell'arte contemporanea, quelli che hanno perseguito e raggiunto il successo internazionale. In realtà, non tutti gli artisti considerano fondamentali questi aspetti, anzi alcuni di essi si mantengono consciamente al di fuori del mercato artistico ufficiale, perché troppo vincolato dalla logica del denaro e delle speculazioni.

Con quali criteri allora si può cercare di definire l'artista? In diversi paesi non esiste un albo professionale o un riconoscimento ufficiale che abiliti a questa professione: ognuno può attribuirsi il titolo di artista. La stessa formazione scolastica non è determinante, nemmeno per i diretti interessati, tra i quali è invece diffusa la tendenza a non disdegnare la via autodidatta. Inoltre all'interno di questi istituti i 'vecchi' corsi inerenti abilità manuali e tecniche sempre più spesso vengono affiancati o anche sostituiti da materie teoriche oppure attinenti alle nuove tecnologie, aprendo la strada agli impieghi nella grafica pubblicitaria, nel design, ecc.

Non va poi dimenticato che circa tre quarti degli artisti, compresi quelli inseriti nei livelli più alti del sistema dell'arte, svolgono un secondo lavoro. In generale la maggior parte degli artisti tende a cercare un lavoro connesso in qualche modo con il mondo dell'arte, avendo la possibilità di rimanere sempre aggiornati e di cominciare a sviluppare delle relazioni e dei contatti. La scelta di fare un secondo lavoro è legata alla necessità di avere una fonte di sostentamento sicura, di contro ai rischi di una carriera artistica indipendente. Molti artisti, inoltre, sottolineano che svolgere un'altra attività ha lo scopo di eliminare qualsiasi implicazione economica dal proprio lavoro artistico, che viene prodotto esclusivamente per soddisfare un'esigenza intima e profonda, e quindi non sottomesso alle pressioni del mercato: essi si pongono al di fuori del mercato dell'arte per contestarlo.

4. Il pubblico. «Ogni espressione artistica, ogni descrizione evocatrice di idee, sensazioni e fini si rivolge ad un ascoltatore o spettatore effettivo o ipotetico. Anche espressioni di natura che si pretende puramente intima e che apparentemente riguarda e allevia soltanto chi le enuncia, non sono proprio per niente perfettamente monologiche, bensì suppongono la presenza di un testimone almeno ideale o di un destinatario anonimo». ⁴ Secondo Hauser, la produzione e la ricezione artistica sono strettamente correlate non solo perché l'artista crea rivolgendosi ad un fruitore, ma anche perché i contenuti e le forme del suo linguaggio sono configurati in previsione della loro ricezione.

Il pubblico dell'arte non può essere definito come gruppo omogeneo, per il suo carattere diffuso e amorfo. I motivi di ciò vanno ricercati nelle varie modalità di accesso del pubblico all'opera: può darsi che questa sia incomprendibile a tutti; può darsi che alcuni individui la comprendano e altri no; infine ci può essere il caso in cui tutti riescano a leggerla e interpretarla. Un altro fattore che determina il carattere diffuso del pubblico d'arte è che esso inizialmente si forma in modo eterogeneo, senza nessuna selezione preliminare. Nello stesso gruppo si trovano così accomunati individui che attribuiscono all'arte valori diversi, come il

⁴ A. HAUSER, *Sociologia dell'arte*, vol. II, *La dialettica del creare e del fruire*, Einaudi, Torino 1977, p. 114.

prestigio sociale oppure l'arricchimento culturale. Il fatto che poi tra gli stessi fruitori manchi una comunicazione rinforza maggiormente l'inconsistenza del pubblico dell'arte.⁵

Secondo B. Watson,⁶ in base ai valori che gli individui attribuiscono all'arte è possibile tentare una suddivisione del pubblico in tre categorie: il pubblico dell'arte per l'arte; il pubblico composto dalle persone che considerano l'arte come mezzo di distrazione (attualmente questo tipo di pubblico è il più diffuso e meno compatto); il pubblico formato dall'insieme d'individui che si interessano degli aspetti educativi e didattici dell'arte.

Gli atteggiamenti che si manifestano nei confronti dell'arte dipendono dalle culture proprie del gruppo o della classe sociale di appartenenza del pubblico.

P. Bourdieu e A. Darbel⁷ hanno indagato i rapporti tra la frequentazione dei musei e alcune variabili, quali la professionalità, l'età o la residenza. Hanno constatato che l'incidenza di queste ultime si riduce quasi totalmente quando si prende in considerazione il livello d'istruzione del pubblico. Bourdieu ha successivamente ampliato questa ricerca sociologica facendo ricorso a numerose fonti statistiche e giungendo alla conclusione che tutti i bisogni culturali, come leggere, visitare un museo o andare ad un concerto, sono strettamente connessi all'istruzione e all'origine sociale.⁸ Questo dovrebbe essere indicativo della fondamentale importanza dell'educazione artistica non solo ai livelli più alti del sistema scolastico, ma soprattutto a quelli più bassi, per dare la possibilità a tutti di accedere all'affascinante universo dell'arte.

L'ampliarsi del pubblico dell'arte è un fenomeno evidente dalla fine del Settecento, ossia da quando ha iniziato a formarsi la società industriale. Dalla Rivoluzione francese, infatti, il modello dello stato nazionale viene adottato in tutta Europa. La prima e più importante conseguenza di ciò è l'istruzione obbligatoria pubblica che permette il costituirsi di un insieme di persone sempre più ampio in grado di leggere, di scrivere, di conoscere la propria storia e la propria cultura, e anche di apprezzare l'arte. Un'altra conseguenza fondamentale è l'aumento della popolazione urbana e la nascita di una nuova forma sociale, la massa. Ad incrementare la società urbana contribuisce sia l'ampliarsi della borghesia, vittoriosa politicamente in gran parte d'Europa, sia l'affluenza di un numero crescente di lavoratori che dalle campagne si trasferiscono nelle città.

Nell'Ottocento, l'affermarsi della borghesia e delle grandi masse popolari assume un ruolo preminente anche nella partecipazione alle mostre e agli eventi artistici, ma proprio nel momento in cui sta emergendo il grosso pubblico si crea il primo dissidio tra il gusto degli intenditori e il gusto popolare.

Durante il Novecento il distacco tra il pubblico nel suo complesso e l'arte contemporanea diventa maggiormente evidente, fino ad essere considerato uno dei caratteri essenziali dello stato attuale dell'arte. Le esperienze di artisti come Picasso, Matisse e Kandinskij hanno consolidato l'idea che la norma dell'arte contemporanea sia proprio la rottura della norma stessa: le opere d'arte, abbandonando la figurazione o violentando lo spazio pittorico con accostamenti audaci di colori, sono incomprensibili al grosso pubblico.

⁵ Cit. in A. DE PAZ, *Osservazioni su alcuni problemi di una teoria sociologica dei pubblici dell'arte*, in E. MUCCI, P.L. TAZZI (a cura di), *Il pubblico dell'arte*, Sansoni, Firenze 1982.

⁶ E. MUCCI, P.L. TAZZI, *Il pubblico dell'arte...* cit.

⁷ P. BOURDIEU, A. DARBEL, *L'amore per l'arte. Le leggi della diffusione culturale. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi, Rimini 1973.

⁸ P. BOURDIEU, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 1983.

È indispensabile ricordare che la società del Novecento è molto più complessa rispetto al secolo precedente. La distinzione ottocentesca tra l'élite colta e la massa popolare non è più così netta per l'ampliarsi delle classi medie che tendono ad identificarsi con l'élite e a distinguersi dalle classi più basse, anche se per molti aspetti sono assimilabili a queste ultime. La frammentazione sociale, dovuta anche alla progressiva differenziazione professionale e accompagnata dall'aumento del benessere e del tempo libero, ha determinato una stratificazione del gusto a seconda dei raggruppamenti culturali. L'arte d'avanguardia è considerata esclusivo appannaggio delle élite intellettuali, mentre le masse sembrano essere destinatarie di una pseudo-arte, che della 'vera' arte non ha che l'apparenza. Questa discrepanza costituisce la motivazione per la diffidenza e, per la maggior parte del pubblico, per l'indifferenza nei confronti delle espressioni artistiche più valide dell'età in cui viviamo.

Secondo Dorfles, soltanto nel momento in cui la società, soprattutto tramite le istituzioni scolastiche, saprà attribuire di nuovo all'arte l'importanza essenziale che le spetta, sarà possibile colmare la frattura esistente tra la società odierna e la sua arte.⁹

5. La ricerca

5.1 Scopi, metodo e soggetti

Lo scopo della ricerca svolta è di analizzare il rapporto esistente tra gli artisti locali e il pubblico per verificare se il progressivo distacco tra l'arte contemporanea e la società, descritto e lamentato da autorevoli personalità del mondo dell'arte quali Gillo Dorfles, Angela Vettese o Stefano Zecchi, sia riscontrato anche da parte degli artisti operanti in provincia di Udine.

La decisione di studiare questa relazione rivolgendomi direttamente agli artisti e non alle strutture atte all'esposizione o alla conservazione delle opere come gallerie e musei, dove di consueto avviene l'incontro tra arte e pubblico, nasce dalla volontà di analizzare in modo più approfondito il genere di persona che cerca un contatto, duraturo o meno, con l'artista e la sua attività.

Inoltre l'inchiesta permette di conoscere anche il tipo di rapporto che l'artista instaura e auspica di stabilire con le strutture intermedie che gli permettono di acquisire visibilità, in particolare con la stampa, gli enti pubblici e privati, gli istituti scolastici e le gallerie d'arte.

A questi principali obiettivi si aggiunge il mio personale desiderio di conoscere più a fondo la produzione artistica locale. Se l'arte riflette i valori della società in cui viviamo perché cresce in riferimento ad essi, il suo studio diventa di fondamentale importanza per comprendere l'ambiente sociale che ci circonda e plasma la nostra cultura.

L'inchiesta, realizzata tra l'ottobre del 2003 e il gennaio del 2004, ha coinvolto un campione di 34 artisti: Marino Fabro, Sonia Casari, Riccardo Giovanni Patriarca, Gianni Dell'Elmo, Enzo Pituello, Francesco Fattori, Remigio Giorgiutti, Marcello Di Tomaso, Odette Cuberli, Maria Grazia Collini, Morena Maresia, Toni Zanussi, Carlo Venturini, Renzo Codognotto, Giovanni Patat D'Artegna, Marisa Plos, Bruno Barborini, Pier Toffoletti, Valentino Vidotti, Bruno Aita, Gianni Borta, Gaetano Bodanza, Otto D'Angelo, Walter Bortolossi, Roberto Milan, Arrigo Poz, Carlo Ciussi, Aldo Colò, Giancarlo Caneva, Claudio Mario Feruglio, Carla Asquini, Marco Marra, Massimo Scifoni e Tonino Cagnolini. Nel grup-

⁹ G. DORFLES, *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino 1970.

po si possono distinguere 22 pittori, 4 scultori, 1 ceramista, 4 artisti che praticano l'incisione, l'acquerello, il pastello e/o il disegno, 3 artisti sperimentali. Molti, accanto alla pratica usuale e più idonea alla loro espressione, si cimentano in altre tecniche artistiche. Nel campione sono presenti 13 artisti di professione, 14 svolgono un'altra attività lavorativa e, tra questi, 7 sono impegnati in un campo completamente diverso da quello artistico, 7 sono pensionati. La selezione è stata fatta a partire dalla lista degli iscritti al Centro Friulano Arti Plastiche, da quella di una mostra collettiva e del sito www.friulicrea.it, arricchito a 'palla di neve' da ulteriori indicazioni degli artisti stessi.

Nel gruppo degli intervistati sono presenti artisti di varie visibilità ed età e diversificati intenti: da quelli più famosi in ambito locale a quelli più conosciuti al di fuori della regione, da quelli più giovani che tentano di inserirsi nel mercato internazionale a quelli che invece praticano l'arte per puro piacere personale. La ragione che ha portato alla definizione del campione è stata dettata dall'intenzione di coprire la più varia gamma di forme d'arte, in modo da raccogliere informazioni su una corrispondentemente varia gamma di pubblici.

Le interviste si sono svolte sulla traccia delle seguenti domande:

- Quanto tempo dedica alla sua attività artistica? Svolge qualche altro mestiere?
- Riceve visitatori nel suo studio? Se no, in quali altri contesti entra in contatto con loro?
- Queste persone come sono venute a conoscenza della sua attività artistica?
- Pratica qualche altra attività di diffusione pubblicitaria?
- Tra le persone che riceve o incontra, ci sono anche curiosi che si distinguono dai suoi clienti abituali?
- Riceve o ha contatti con le scuole, per esempio per far conoscere la sua arte ai giovanissimi?
- Che tipo di persone frequenta abitualmente il suo studio dal punto di vista sociale, culturale e professionale?
- Sono interessati a conoscere il modo pratico attraverso cui lavora?
- Quali sono le domande che le vengono rivolte più spesso?
- La ricerca del contatto diretto con l'artista, secondo Lei, da cosa è motivata?
- Tra i visitatori ci saranno degli acquirenti: quanti circa?
- Ha una clientela fissa?
- Che Lei sappia questa clientela frequenta anche altri artisti?
- Produce opere su commissione? Se sì, come si instaura questo rapporto?
- Secondo Lei, esiste un elemento che più di altri porta un acquirente a prediligere un'opera rispetto ad un'altra? Per esempio un maggiore impatto visivo ...
- La pratica di acquistare un'opera d'arte per regalarla è oggi diffusa: che ne pensa?
- Faccia una considerazione generale e personale sul pubblico dell'arte contemporanea.
- Qual è il suo rapporto con le istituzioni pubbliche, quali amministrazioni comunali o provinciali, e con gli enti privati?
- Come valuta il lavoro svolto attualmente dai critici e dalla stampa locale a proposito del mondo dell'arte contemporanea?
- Secondo Lei, le gallerie d'arte della provincia svolgono un'attività di promozione valida nei confronti degli artisti locali?
- Che cosa ne pensa dell'attuale stato dell'arte in Friuli, prendendo in considerazione sia artisti sia pubblico?
- Si può parlare di una gerarchia di artisti? Se sì, la condivide?
- Qual è l'artista che stima di più?

- Mi potrebbe parlare della sua esperienza personale? Com'è iniziata la passione per l'arte? Quali sono gli intenti della sua produzione artistica?

Ovviamente le interviste hanno poi assunto un andamento molto vario a seconda dei temperamenti e delle situazioni. Tuttavia si è sempre riscontrato un clima di cordiale collaborazione e di interesse alla ricerca. Non si sono riscontrate obiezioni alla registrazione magnetica.

5.2 Modi di diffusione pubblicitaria

Tutti gli artisti intervistati praticano una qualche attività pubblicitaria, tramite fondamentale per entrare in contatto con un pubblico più vasto rispetto alla cerchia limitata dei conoscenti. Come molti hanno affermato, impegnarsi a far conoscere la propria attività artistica è necessario non solo per aumentare le possibilità di vendita, ma soprattutto per condividere emozioni, pensieri e riflessioni con altre persone: solo così l'arte vive, senza rimanere una ricerca puramente personale.

Tra gli artisti interpellati, 28 sono disponibili ad accogliere visitatori nel loro studio o in spazi attigui adibiti a questo scopo, 3 non ricevono visite se non quelle di amici, conoscenti e altri artisti, e infine 3 preferiscono avere il primo approccio con il pubblico nell'ambito delle esposizioni e nelle gallerie a cui sono legati.

La partecipazione ad esposizioni collettive e a mostre personali è considerata la forma di pubblicità più comune. Possono essere proposte ed organizzate a livelli diversi in relazione al rapporto che l'artista intrattiene con le strutture propriamente artistiche e con la società. Sono frequenti le mostre allestite dalle gallerie d'arte; molte sono organizzate dalle amministrazioni dei comuni di residenza degli artisti; in diversi spazi dislocati sul territorio e adatti a manifestazioni culturali, esposizioni d'arte vengono promosse dall'Assessorato alla Cultura della Provincia di Udine; sono inoltre sempre più diffuse le rassegne d'arte nei luoghi pubblici, quali ristoranti e hotel.

Molti intervistati fanno parte di associazioni artistiche e culturali quali 'Arteinsieme' di Povoletto, 'Storie dai Longobars' di Artegna, AURA Associazione Artistico Culturale del Friuli Venezia Giulia, il Centro Friulano Arti Plastiche di Udine e altre ancora, anche di carattere nazionale come l'AIA-Associazione Italiana Acquerellisti. Essere associato ad uno o più di questi circoli permette all'artista di incrementare le possibilità di partecipazione a mostre e rassegne d'arte sia in Friuli sia fuori regione, aumentando così la propria visibilità.

Gli artisti che partecipano a simposi, mostre collettive e personali di vario tipo sono pubblicizzati da locandine, cataloghi e depliant i cui costi vengono generalmente sostenuti in parte dall'azienda o associazione che promuove l'evento, in parte dallo stesso artista, con gli eventuali contributi degli sponsor interessati.

Un'altra forma di pubblicità, rivolta agli ambiti prettamente artistici, è la partecipazione ai concorsi nazionali e internazionali. Questo tipo di attività non soltanto permette all'artista di valutare di tanto in tanto il proprio percorso rispetto alle coeve ricerche, ma anche di farsi conoscere dai componenti delle giurie, che sono prevalentemente costituite da critici d'arte.

Un altro modo per rendersi noti agli 'addetti ai lavori' o comunque ad un pubblico già interessato all'arte è quello di partecipare alle fiere, dove si possono esporre le opere affittando degli spazi direttamente oppure tramite una galleria. Inoltre, tre artisti intervistati hanno acquistato spazi pubblicitari su «Arte».

È importante notare che un numero considerevole di artisti ha prodotto opere per enti pubblici e privati. Sedici tra gli intervistati hanno realizzato in passato o continuano a realiz-

zare opere commissionate da amministrazioni pubbliche e aziende private: si tratta di monumenti, installazioni, decorazioni di edifici pubblici, incisioni, serigrafie e oggetti d'arte utilizzati poi come omaggi di rappresentanza. Tutte queste, accanto alle opere religiose, sono delle possibilità che permettono agli artisti di far conoscere alla collettività il proprio lavoro e allo stesso tempo costituiscono il riconoscimento che la società tributa loro.

Cinque artisti hanno realizzato un sito internet dedicato alla propria attività con un'esposizione virtuale di opere, rivolto ad un pubblico selezionato ma internazionale.

In generale si può constatare che esistono due principali modalità di promozione: da una parte l'artista può attuare operazioni pubblicitarie di ampio raggio e molto dispendiose dirette ad un pubblico vasto ma per lo più anonimo e spesso disinteressato; dall'altra può praticare un'azione più limitata atta a farsi conoscere da una cerchia selezionata di persone con cui intrattenere rapporti che vanno oltre alla curiosità e sono improntati alla stima e alla sintonia reciproche. Questo non significa che un artista debba necessariamente scegliere fra le due possibilità; al contrario, la sua capacità di farsi conoscere sta proprio nell'abilità di saper mediare fra le due, tramite la pubblicità giusta e mirata, proponendosi ad un pubblico ampio ma culturalmente selezionato e allo stesso tempo mantenendo un legame con quella nicchia di conoscenti più intimi che rappresenta un appoggio e una sicurezza durevoli.

5.3 *Il primo approccio*

Secondo la maggior parte degli intervistati, il primo effettivo contatto tra il pubblico e l'artista avviene nei luoghi dove vengono allestite le mostre d'arte. Qui, l'artista ha la possibilità, attraverso le sue opere e la sua persona, di presentare il proprio lavoro al giudizio dei visitatori, che possono già conoscere l'operato direttamente o indirettamente, oppure possono trovarsi di fronte ad esso per la prima volta. A quest'ultima categoria appartengono in genere anche delle persone che giungono ad una mostra perché, dopo aver letto un annuncio pubblicitario o una locandina, sono mosse dalla curiosità, e se questo superficiale interesse viene deluso al primo impatto, difficilmente cercheranno un ulteriore avvicinamento. Tra gli intervistati, 27 hanno infatti evidenziato che i curiosi, ossia persone che si distinguono dai frequentatori abituali di un artista, non si presentano quasi mai nello studio privato. In parte diverso è il caso degli altri 7 artisti, che, possedendo o gestendo dei locali siti nelle vie centrali di cittadine come Udine e Gemona del Friuli, sono maggiormente visibili e quindi attirano anche semplici curiosi.

Un gruppo consistente di artisti evidenzia che il pubblico anonimo e vario che si incontra abitualmente alle mostre e alle rassegne svolte in Friuli, presenta dei caratteri peculiari: in primo luogo sembra avere quasi timore di soffermarsi ad osservare e a chiedere qualche spiegazione; la maggioranza delle persone non conosce la storia dell'arte del Friuli né gli artisti più significativi dell'ultimo secolo; quando è attratto da qualche espressione artistica, questa è quasi sempre tradizionale, raffigurante un paesaggio o un elemento riconducibili all'ambiente e alla cultura friulana, bollando tutte le altre forme come incomprensibili. In genere, l'atteggiamento del grosso pubblico nei confronti di queste rappresentazioni non è comunque positivo, in quanto, secondo gli artisti, vengono preferite solo perché riproducono soggetti riconoscibili, attribuendo ad esse lo stesso valore di una cartolina o un poster.

Questo comportamento è riscontrato da tutti gli artisti interpellati e viene attribuito alla mentalità friulana, predominante fino a pochi anni fa, solitamente considerata chiusa, arretrata, contadina e dedita al lavoro concretamente produttivo. In una visione del mondo e

della vita così fatta, l'arte non trova spazio se non ai vertici della società e chi la pratica per mestiere è in genere reputato un perditempo.

Negli ultimi anni la situazione di chiusura si sta sbloccando. L'attenzione del pubblico nei confronti dell'arte contemporanea sta aumentando, in particolare per gli artisti locali verso cui si avverte un affetto legato alle origini comuni, tuttavia senza ancora giungere ad un apprezzamento e una partecipazione paragonabili a quelli che, nella percezione degli artisti friulani, si riscontrano nelle regioni e nei paesi vicini, come il Veneto e l'Austria. Infatti rimangono limitati coloro che poi prendono contatto con l'artista, e quando ciò avviene gli intenti non sempre sono dettati dal puro interessamento all'arte, ma piuttosto dagli aspetti decorativi dell'opera oppure dall'entità dell'investimento.

L'intero campione di intervistati ha inoltre segnalato l'insicurezza del grosso pubblico nei confronti delle proprie preferenze e dei propri gusti, anche semplicemente per esprimere un giudizio. Preferisce spesso affidarsi ad altri parametri come la notorietà dell'artista, il numero di mostre a cui ha partecipato e la quantità di critici che lo hanno elogiato.

5.4 I motivi della ricerca del contatto

Il motivo più frequente che spinge le persone a cercare il contatto con l'artista è di carattere commerciale. Infatti, poter entrare nello studio permette agli interessati di visionare l'intera produzione dell'artista e quindi avere la possibilità di scegliere tra un numero superiore di opere rispetto a quelle presentate in una mostra. Tuttavia l'acquisto difficilmente avviene durante l'incontro iniziale. Gli artisti intervistati hanno infatti sottolineato che il primo approccio, anche se motivato dall'intenzione commerciale, è sempre caratterizzato dalla volontà di approfondire i significati della produzione e di confrontare le proprie interpretazioni con quelle dell'artista, per verificare eventuali concordanze o disaccordi. L'instaurarsi di una sintonia anche a livello intellettuale, non solo materiale legata alla rappresentazione artistica, può rendere frequenti e amichevoli i contatti successivi.

Altre motivazioni che portano il pubblico ad avvicinarsi all'artista sono legate alla pratica di commissionare o regalare un'opera d'arte, di apprendere la tecnica usata e di assistere alla realizzazione di qualche opera in qualità di allievi e ancora di farsi consigliare su eventuali acquisti d'arte.

È comunque importante tenere presente che sussiste nella mentalità comune la concezione dell'artista come uomo capace di esprimere la propria interiorità attraverso canali diversi dagli abituali, di conseguenza lo si osserva come colui che è riuscito ad innalzarsi rispetto ad altri: entrare in contatto con una persona mitizzata in questo modo può divenire per molti un tramite per toccare con mano un sogno di libertà realizzato.

5.5 L'opera d'arte

Alcune delle domande proposte consentono di indagare in che modo il fruitore si rapporta all'opera, tenendo in considerazione sia gli aspetti materiali sia quelli interpretativi.

L'interesse per i procedimenti tecnici usati dall'artista nasce principalmente quando l'osservatore si trova di fronte a sculture, incisioni, acquerelli e in generale opere dove si evidenzia l'uso di materiali o trattamenti inconsueti.

Al di là delle reazioni soggettive, vincolate alle inclinazioni caratteriali di ciascuno, le opere che attirano maggiormente l'attenzione del pubblico sono quelle contrassegnate da un impatto visivo potente, come i giochi di luci e colori e i contrasti tra materiali diversi. Tuttavia,

le preferenze cambiano quando si tratta di scegliere un'opera da acquistare. Infatti, in prevalenza le scelte ricadono su rappresentazioni riconoscibili e leggibili.

5.6 I frequentatori abituali

Ogni studio d'artista è frequentato da un circolo di persone che possiamo definire consueto, formato solitamente dai conoscenti più stretti, da intellettuali, da esponenti del mondo dell'arte, da collezionisti e ammiratori. La caratteristica prevalente che accomuna i frequentatori abituali dei vari artisti è la sensibilità, l'inclinazione a lasciarsi guidare dalle emozioni che le opere riescono a trasmettere.

Dal punto di vista culturale, sono prevalentemente persone preparate, spesso anche nel settore artistico. Ne derivano una posizione sociale e professionale elevata e la disponibilità economica: si tratta di architetti, imprenditori, industriali, docenti universitari, scrittori, medici... Tuttavia non tutti gli artisti intervistati condividono queste indicazioni. Infatti, 13 artisti descrivono i loro frequentatori abituali come non necessariamente appartenenti ad un livello sociale elevato o con una preparazione vasta, ma come persone che amano l'arte, le sensazioni che essa sa dare e le riflessioni che induce.

Analizzando più a fondo questa situazione, si osserva che esiste una relazione tra il livello culturale e sociale dei fruitori e le forme di espressione artistiche alle quali si accostano: 10 fra 18 artisti che creano opere figurative affermano che la loro produzione attira persone di tutti i livelli sociali ma solo 3 tra 16 artisti astratti descrivono la stessa condizione. Ciò non implica che l'arte figurativa sia di grado inferiore rispetto all'arte astratta. Secondo numerosi artisti, la distinzione tra astratto e figurativo è legata esclusivamente alla personalità di chi si esprime: quando un'opera nasce da intenti profondi e autentici, è sempre spontanea, indipendentemente dalla sua manifestazione. Diventa così fondamentale il modo di avvicinarsi all'opera d'arte, scoprendo in essa proprio quelle emozioni che l'artista è in grado di infonderle. Per comprendere a fondo l'arte, è necessario superare gli aspetti puramente ottici o decorativi, altrimenti si rischia di attribuirle un valore esiguo, paragonabile a quello di una qualsiasi riproduzione meccanica.

I frequentatori di un artista sono in genere persone che seguono e condividono il suo percorso non solo artistico ma anche intellettuale. Le opere d'arte sono infatti frutto di intenti e sentimenti individuali, alle volte nascono da concezioni dell'uomo e visioni del mondo che gli artisti hanno elaborato nel corso della loro vita per mezzo di esperienze talvolta anche dolorose. Le espressioni artistiche diventano allora un modo per avvicinare le persone con l'intento di trasmettere ideali e teorie che potrebbero migliorare e dare un senso più profondo alla loro esistenza.

5.7 Gli acquirenti

La maggior parte degli artisti non quantifica precisamente le vendite, ma quasi tutti affermano che le persone che acquistano sono una minoranza. Coloro che hanno cercato di stimare la percentuale degli acquirenti in rapporto ai visitatori, la definiscono di circa il 10%. Unico caso in cui si raggiunge l'80% è costituito da un artista che lavora quasi esclusivamente su commissione. Bisogna inoltre evidenziare che le opere scultoree presentano una più elevata difficoltà rispetto alle pitture nell'inserimento negli ambienti abitativi perché necessitano di uno spazio ampio: si riscontra quindi un numero inferiore di vendite in questo settore.

Apparentemente il gruppo più consistente di acquirenti è formato da clienti abituali,

ossia persone che seguono l'artista continuativamente prestando attenzione ai rinnovamenti del suo linguaggio artistico. Un numero consistente di intervistati ha osservato che i clienti abituali sono per lo più pordenonesi, veneti e austriaci, raramente friulani. Dalle informazioni ottenute si constata inoltre che sono legati solo ad un artista e difficilmente ne frequentano altri.

Diverso è il caso dei collezionisti che seguono gli sviluppi dell'arte interessandosi a vari scultori o pittori.

Per tutti gli interpellati comunque è essenziale che l'acquisto sia effettuato da persone sinceramente interessate e non mosse da celati motivi commerciali.

Gran parte degli intervistati è molto legata alle opere prodotte, essendo queste l'esito della loro attività mentale e manuale. Per molti, in particolare per i più giovani, diventa problematico assegnare un prezzo e quantificare economicamente il proprio operato artistico, anche perché chi dipinge, chi plasma la materia, chi crea, soddisfa in primo luogo una propria esigenza intima. Solo in un secondo momento l'artista sente la necessità di comunicare all'esterno gli intenti del proprio lavoro. Alcuni di loro, specialmente chi svolge un'altra attività, si accontentano di trasmettere emozioni e sentimenti, di indurre i fruitori a delle riflessioni, senza cercare a tutti i costi la vendita, affinché la stessa produzione non venga macchiata da fini commerciali, in modo così di presentarsi sincera e disinteressata agli occhi dei fruitori.

5.8 Il rapporto con gli istituti scolastici

La situazione più comune è costituita dall'incontro tra l'artista e una scolaresca nell'ambito di una mostra o nello studio dell'artista. Queste circostanze costituiscono l'esempio di incontri saltuari, a volte inseriti in programmi scolastici prolungati, ma non tali da coinvolgere l'artista per un periodo continuativo.

La metà degli artisti ha sperimentato anche situazioni di carattere più durevole, insegnando nelle scuole: l'artista entra in contatto con gli studenti proponendosi in quanto insegnante, non necessariamente come artista. Tuttavia, coloro che svolgono tali attività, sottolineano che attraverso un rapporto duraturo, soprattutto con i bambini più piccoli, è possibile avvicinarli all'arte per gradi, partendo dall'apprendimento delle tecniche fino a prendere coscienza degli aspetti mentali del fare artistico: è importante che i bambini comprendano che l'arte non è soltanto copia della realtà, ma espressione dei propri sentimenti che trovano manifestazione nella materia.

La maggioranza degli artisti è consapevole dell'importanza che assumono i contatti di questo tipo perché incoraggiano ad accostarsi all'arte e a tutte le sue espressioni senza pregiudizi e timori. Tuttavia, tali iniziative non sono così frequenti e, quando vengono promosse, sono volute da singole persone come insegnanti, presidi o gruppi di genitori interessati all'arte. I fondi scolastici stanziati per le attività artistiche non ci sono o sono minimi e spesso le famiglie degli studenti e gli stessi artisti interessati a creare tali rapporti devono sostenere a loro carico tutte le spese.

5.9 Il rapporto con le gallerie d'arte

Nel momento in cui si esamina l'eventuale legame tra gallerie d'arte e artisti, l'insieme degli intervistati si suddivide in due gruppi: da una parte 21 artisti che non approvano il sistema delle gallerie e di conseguenza non si appoggiano a nessuna di queste; dall'altra coloro che

ritengono importante il loro ruolo e quindi intrattengono rapporti con tali strutture.

In generale si distinguono due diversi modi da parte delle gallerie di gestire il rapporto con l'artista e con il pubblico. La maggior parte delle gallerie d'arte friulane attua delle operazioni che, secondo gli artisti, possono essere definite passive, in quanto non promuovono in nessun modo l'artista e la sua produzione al di fuori dell'ambito locale.

Alcune gallerie, al contrario, esercitano un'attività dinamica che ha l'obiettivo di inserire l'artista, e quindi anche la struttura che lo appoggia, ai più alti livelli internazionali.

5.10 *La stampa locale e la critica*

Secondo il parere della maggioranza degli intervistati, le principali testate locali sono poco o per nulla attente alle manifestazioni artistiche che coinvolgono gli artisti attivi attualmente in Friuli.

Gli artisti che vantano una lunga carriera rilevano che specialmente durante gli ultimi anni l'informazione prettamente artistica è calata. Negli anni Cinquanta e Sessanta l'interesse della stampa e della critica nei confronti del mondo dell'arte locale era molto più elevato. Ogni avvenimento artistico era ampiamente pubblicizzato: tutti gli artisti vi partecipavano e il pubblico li frequentava assiduamente perché considerati dei momenti importanti di confronto e verifica. I critici, senza bisogno dell'invito, si presentavano e giudicavano, a volte anche pesantemente, senza distinzione, tanto che gli artisti stessi provavano un certo timore ad esporsi troppo per paura di giudizi negativi che avrebbero potuto costare la carriera.

Oggi tutto questo è cambiato. La stampa preferisce dare spazio ai fatti di cronaca, che attirano maggiormente l'attenzione del grosso pubblico, piuttosto che agli eventi artistici, destinati ad una cerchia più ristretta di persone e quando l'informazione c'è, generalmente questa viene inserita in una posizione poco visibile.

Sarebbe auspicabile la presenza regolare di una sezione esclusivamente artistica, caratterizzata dagli approfondimenti sui vari artisti e da un'agenda che segnali i diversi appuntamenti.

La maggior parte degli artisti intervistati non giudica positivamente la critica, anzi sostiene che attualmente stia attraversando un periodo di crisi da addebitare in particolare ad una schiera di critici che promuove qualsiasi artista, indipendentemente dalla sua validità. Giudizi nati con queste premesse sono spesso artificiosi, accondiscendenti e difficilmente mettono in evidenza le ragioni profonde delle espressioni artistiche esaminate.

In particolare due artisti sottolineano il fatto che le critiche d'oggi sono per lo più descrittive e mai costruttive: elogiare le opere e mettere in luce solo gli aspetti positivi di un artista facilita la sua promozione ma allo stesso tempo può sembrare un modo per prendersi minori responsabilità nei suoi confronti. Se invece attraverso la conoscenza diretta e approfondita della persona e attraverso la critica, se necessario anche negativa, delle sue opere, si tentasse di costruire un dialogo con l'artista, ciò potrebbe diventare motivo per lui di nuove riflessioni e maturazioni.

5.11 *Il rapporto con gli enti locali*

Il generale disinteresse del pubblico friulano nei confronti dell'arte è causato, oltre che dai motivi evidenziati nei paragrafi precedenti, dalla latitanza delle istituzioni nel settore culturale e specialmente in quello artistico: la metà degli artisti esprime un parere negativo sul suo rapporto con gli enti locali.

In alcune interviste sono emerse delle considerazioni riguardanti la legge del 29 luglio 1949, n. 717 modificata dalla legge del 3 marzo 1960, n. 237, che prevede che sul complessivo importo per la realizzazione di ogni edificio pubblico tranne quelli scolastici, il 2% sia destinato agli abbellimenti artistici. Nei decenni scorsi, l'applicazione di questa legge da parte di tutti gli enti pubblici portò al bando di numerosi concorsi nazionali che favorirono la vasta partecipazione degli artisti in attività pubbliche. Oggi questa disposizione legislativa non è osservata, riducendo al minimo gli interventi degli artisti e la loro possibilità non solo di farsi apprezzare ma anche di lasciare una traccia della propria esperienza artistica.

L'atteggiamento critico di cui sopra non è condiviso dalla maggioranza degli intervistati, che riscontrano negli ultimi tempi un maggiore interesse da parte di un numero crescente di amministrazioni comunali. Questi comuni sostengono le iniziative promosse dalle associazioni artistiche e culturali, promuovono l'allestimento di mostre e accettano le rassegne d'arte proposte dalla Provincia e dalla Regione, destinando una parte del bilancio alle attività artistiche.

Alcuni tra gli intervistati che evidenziano questa graduale apertura all'arte, disapprovano la mancanza di una distinzione tra gli artisti che propongono un'arte impegnata e i semplici appassionati che si dedicano alla pittura o a qualche altra tecnica artistica solo per hobby. Ciò permetterebbe al pubblico, già abbastanza disorientato, di riconoscere due categorie distinte per dedizione e passione.

Il ruolo delle istituzioni pubbliche è fondamentale nella promozione e nel sostegno dell'arte friulana perché, manifestando l'adeguata attenzione agli artisti, agevolano la partecipazione del pubblico, abituardolo ad avvicinarsi gradualmente all'arte e a comprendere tutte le sue innumerevoli espressioni. Non giova a nulla organizzare mostre di importanti e famosi artisti internazionali con l'unico obiettivo di attirare una gran massa di persone se poi manca l'impegno continuativo nei confronti dell'arte a noi più vicina. Non è utile alla nostra cultura far credere che solo ciò che è lontano nel tempo e nello spazio possa essere oggetto di ammirazione.

6. Conclusioni. L'arte riflette le condizioni sociali di una determinata epoca. La società in cui viviamo è estremamente complessa e lacerata da mille contraddizioni, percorsa da trionfi e da tragedie. L'artista deve confrontarsi con questo mondo, certamente in maniera più penetrante e attenta rispetto alla massa, vista la sua maggiore sensibilità, e reagisce, attraverso il suo personale operato, alle problematiche che incombono sull'uomo.

L'arte che ne scaturisce è alla stessa stregua variegata e apparentemente di difficile approccio perché per la maggior parte si è allontanata dai tradizionali supporti e materiali, lasciando spazio all'uso delle tecnologie più avanzate.

Ma nella società contemporanea la voce dell'artista viene ascoltata? Provocare attraverso immagini forti, spesso violente, serve ad attirare l'attenzione dell'opinione pubblica sui significati profondi che l'arte cerca di trasmettere? Apparentemente no. L'arte attuale, sia essa sperimentale o tradizionale, è spesso guardata unicamente come un gioco senza importanza, un passatempo.

Eppure l'artista ha qualcosa da dire. I suoi sentimenti si concretizzano in immagini certamente soggettive, ma scavando in esse il fruitore può trovare molto di più: ciò che l'artista propone nelle sue opere nasce da una sensibilità provata, turbata da ciò che nella quotidianità tutti noi siamo costretti a vivere e vedere. Chiudersi nei confronti dell'arte contemporanea, non darle credibilità se non in quanto divertimento, significa distogliere lo sguardo dalla nostra realtà e dalle sue problematiche.

Tutti gli artisti che ho avuto modo di conoscere, con le loro diverse creazioni, suggeriscono momenti di riflessione, propongono emozioni da condividere, con l'intento di far riemergere l'attenzione delle persone non solo per la propria spiritualità minacciata da uno stile di vita frenetico ma anche nei confronti del proprio rapporto con l'ambiente e la società in cui viviamo.

Ciascun artista valuta il rapporto instaurato con il pubblico in relazione alle proprie aspirazioni: gli artisti di professione necessariamente cercano di farsi conoscere ad un pubblico più vasto possibile attraverso l'inserimento nel mercato dell'arte; altri invece ritengono che non sia essenziale l'approvazione del grosso pubblico e quindi non aspirano al successo internazionale. Secondo il parere della totalità degli artisti intervistati, un altro aspetto risulta fondamentale, ossia che l'arte, indipendentemente dalla sua espressione, sia sincera, nasca dal profondo dell'anima e non sia assoggettata a fini commerciali. Il rischio è di trasformare la propria attività artistica in un impiego come altri dove la produzione diventa seriale e viene meno una delle principali caratteristiche dell'arte autentica, ovvero la continua maturazione dell'artista attraverso un percorso che tende a migliorarsi e mai ad accontentarsi dei risultati raggiunti.

L'indagine proposta ha messo in luce che in Friuli è diffuso un generale disinteresse per l'arte da parte del pubblico. Ciò sembra essere correlato alla mentalità e alla cultura radicate nel nostro territorio, che tendono a sminuire l'importanza dell'arte e dell'artista, attribuendo maggiore valore al lavoro più utilitario.

Alla base di questo atteggiamento è anche riscontrabile la mancanza di una dinamica politica culturale attuata dalle istituzioni, che non incoraggiano le persone a partecipare assiduamente agli eventi artistici.

Tuttavia negli ultimi anni questa situazione appare migliorata: il pubblico attento all'arte è aumentato e le iniziative promosse dagli enti locali sono moltiplicate. Probabilmente ci si rende conto che investire, non solo economicamente, sulla cultura è un beneficio a lungo termine a favore dell'intera collettività.

Queste graduali e lente aperture all'arte sicuramente sono positive e devono essere sostenute e amplificate in futuro, ma secondo il parere di molti artisti, le varie manifestazioni proposte dovrebbero attuare un programma di più ampio respiro, mirato a coinvolgere tutta la società, partendo in particolare dalle strutture scolastiche fino a sostenere gli stessi artisti locali.

Per quel che riguarda il pubblico, un obiettivo potrebbe essere di affinare l'attuale comprensione dell'arte, che spesso si sofferma ad una lettura superficiale dell'opera. Ciò dovrebbe avvenire già in tenera età, attraverso una preparazione scolastica anche pratica che faccia percepire come i sentimenti possano esprimersi nella materia.

L'altra problematica affiorata durante le conversazioni con i vari artisti, sulla quale è importante soffermarsi, è costituita dalla mancanza di contatti e confronti diretti tra gli artisti medesimi. Secondo il loro parere nell'ambito friulano è assente un punto di riferimento, una struttura ampia che permetta loro di incontrarsi e collaborare, che associ artisti impegnati e motivati e che comprenda un territorio ampio come quello della provincia udinese. Questa potrebbe poi collaborare con le istituzioni, indicando gli artisti più validi e proponendoli al pubblico.

Solamente simili iniziative, attuate col supporto delle istituzioni locali, possono abbassare le barriere che dividono l'arte e il pubblico. Sostenendo l'attività dei nostri artisti e allo stesso tempo abituando la società a scorgere nelle diverse espressioni artistiche un riflesso

della realtà e delle sue problematiche, è ancora possibile rendere utile l'arte e farla vivere nei cuori di tutti. Perché l'arte non muore, ma vive in coloro che dedicano la propria vita ad essa e cercano di svelare ad altri le verità che rivela.

Bibliografia

- D. BERTASIO, *Studi di sociologia dell'arte*, Franco Angeli, Milano 1996.
- D. BERTASIO, *Professione artista. Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Clueb, Bologna 1997.
- P. BOURDIEU, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 1983.
- P. BOURDIEU, A. DARBEL, *L'amore per l'arte. Le leggi della diffusione culturale. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi, Rimini 1973.
- J. CLAIR, *Critica della modernità*, Allemandi, Torino 1992.
- J. CLAIR, *La responsabilità dell'artista*, Allemandi, Torino 1998.
- L. DAMIANI, *Friuli Venezia Giulia. L'arte del Novecento*, Biblioteca dell'Immagine, Pordenone 2001.
- C. DE BENEDICTIS, *Per la storia del collezionismo italiano*, Ponte alle Grazie, Firenze 1991.
- G. DORFLES, *Le oscillazioni del gusto*, Einaudi, Torino 1970.
- G. DORFLES, *Il divenire delle arti*, Einaudi, Torino 1981.
- U. ECO, *La definizione dell'arte. Dall'estetica medievale alle avanguardie, dall'opera aperta alla morte dell'arte*, Garzanti, Milano 1978.
- L. FERRY, *Homo Aestheticus. L'invenzione del gusto nell'età della democrazia*, Costa & Nolan, Genova 1991.
- E. GOMBRICH, *Sentieri verso l'arte*, Leonardo Arte, Milano 1997.
- E. GOMBRICH, *L'uso delle immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva*, Leonardo Arte, Milano 1999.
- A. HAUSER, *Sociologia dell'arte*, Einaudi, Torino 1977.
- A. HAUSER, *Storia sociale dell'arte*, vol. III, *Rococò Neoclassicismo Romanticismo*, vol. IV, *Arte Moderna e Contemporanea*, Einaudi, Torino 1987.
- E. MUCCI, P.L. TAZZI (a cura di), *Il pubblico dell'arte*, Sansoni, Firenze 1982.
- A. NEGRI, *Pittori del Novecento in Friuli Venezia Giulia*, Magnus, Udine 2000.
- F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari 1999.
- G.P. PRANDSTRALLER, *Arte come professione*, Marsilio, Padova 1974.
- I. REALE, *Guida all'arte del Novecento in Friuli*, Gaspari, Udine 2000.
- R. STRASSOLDO, *Forma e funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- A. VETTESE, *Capire l'arte contemporanea dal 1945 ad oggi*, Allemandi, Torino 1996.
- A. VETTESE, *Artisti si diventa*, Carocci, Roma 1998.
- A. VETTESE, *A cosa serve l'arte contemporanea. Rammendi e bolle di sapone*, Allemandi, Torino 2001.
- R., M. WITTKOVER, *Nati sotto Saturno*, Einaudi, Torino 1967.
- S. ZECCHI, *L'artista armato. Contro i crimini della modernità*, Mondadori, Milano 1998.
- F. ZERI, *Dietro l'immagine. Conversazioni sull'arte di leggere l'arte*, Longanesi, Milano 1987.

Essere artista a Padova*

EUGENIA CERIO LI

1. Introduzione. La sociologia dell'arte, malgrado costituisca una sub-disciplina piuttosto marginale rispetto all'intera gamma delle specializzazioni sociologiche, si è finora occupata di una grande varietà di argomenti. Tra questi non figurano in modo eminente le ricerche empiriche sugli artisti visuali: pittori, scultori. Letteratura, musica, spettacolo prevalgono, nell'attenzione dei cultori della disciplina.¹ Il fatto non sembra casuale: l'arte contemporanea, quella che vive nelle gallerie pubbliche e private, nelle case d'asta, nei mercati e nei musei, nelle riviste e nei libri, non è un fenomeno sociale di grande rilievo. I suoi adepti sono una ristretta élite, culturale e socio-economica. Salvo che per un piccolo numero di nomi di grande richiamo (Van Gogh, Picasso, Dalì e pochi altri), le mostre di arte contemporanea non attirano le grandi folle che invece accorrono a quelle di arte 'classica' o dell'impressionismo. Le arti visuali in qualche modo tradizionali, che si concretizzano in opere fatte a mano, su tela, con pennello e colori (o simili strumenti e materie) soffrono da tempo la concorrenza di tutt'altri mezzi di produzione di immagini: la stampa, la fotografia, il cinema, la televisione, e ora la telematica. L'artista-artigiano è da tempo un personaggio in crisi, incerto sul suo ruolo e status sociale. Semmai i sociologi, più che dall'artista in sé, sono stati attratti dall'insieme dei personaggi, dei ruoli, delle relazioni, delle pratiche che costituiscono il mondo o sistema o mercato dell'arte. In questo mondo i personaggi cruciali appaiono ormai altri: i gestori del mercato (mercanti, galleristi, gestori di case d'asta, curatori di mostre, organizzatori di fiere, editori, grandi collezionisti, ecc.); i funzionari delle pubbliche istituzioni dedicate all'arte contemporanea (ministeri, enti, musei e gallerie); gli intellettuali che operano in questo mondo (critici e storici d'arte, estetologi, ecc.). Categorie queste che si distinguono qui solo per comodità espositiva, ma che nella realtà sono strettamente intrecciate e sovrapposte tra loro. Rispetto a questo mondo, l'artista rischia di apparire solo come il fornitore di materia prima, o di forza lavoro, che poi il sistema seleziona e rielabora secondo i propri meccanismi.²

Tra le poche ricerche empiriche, condotte con rigore di metodo sociologico, che hanno per oggetto gli artisti in Italia,³ figura quella di Danila Bertasio, *Professione artista*.

* Sintesi di *L'auto immagine dell'artista. Un'indagine sociologica a Padova*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004, pp. 226.

¹ Si veda ad esempio l'ultimo convegno di sociologia dell'arte nell'ambito dell'Associazione Europea di Sociologia, tenutosi a Rotterdam nel novembre 2004: solo il 18% delle relazioni riguardavano le arti visuali tradizionali.

² R. LUISE, E. MINARDI (a cura di), *Il lavoro artistico*, Franco Angeli, Milano 1986; R. STRASSOLDO, G.U. COSSI, *Il sistema dell'arte: settori e soggetti*, in L. BOVONE, E. MORA (a cura di), *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, Franco Angeli, Milano 2003.

³ G.P. PRANDSTRALLER, *Arte come professione*, Marsilio, Padova-Venezia 1974; L. ALTIERI, *Il lavoro artistico*, Franco Angeli, Milano 1986; E. IMARISIO, *Donna, poi artista*, Franco Angeli, Milano 1996.

Un'indagine sociologica sulla creatività in pittura (Clueb, Bologna, 1997), scritta con R. Calciati e G. Marchetti. La rilevazione è stata compiuta mediante questionario postale, su un campione di 238 artisti ('pittori e scultori') estratti dall'annuario della rivista «Flash Art». Il questionario comprendeva 44 domande, molte delle quali anche piuttosto articolate, raggruppabili in quattro tematiche principali: a) profilo 'anagrafico' del soggetto (età, sesso, livello d'istruzione, residenza, condizione professionale); b) opinioni e atteggiamenti rispetto a problemi fondamentali dell'arte, quali il concetto di bellezza, la creatività, le caratteristiche dell'artista, l'essenza dell'arte, i suoi rapporti con la comunicazione e con l'espressione, ecc.; c) i meccanismi che influenzano il successo nel mondo dell'arte (ruolo degli altri soggetti, delle riviste, della gallerie, dei mass media, ecc.); d) il ruolo sociale dell'artista nell'influenzare o anticipare i valori estetici, i gusti del pubblico, i fenomeni sociali.

2. Metodo. A tale indagine ci siamo ispirati per il nostro lavoro. Nella parte storico-teorica, che qui non riportiamo, abbiamo voluto anche indagare l'evoluzione del concetto d'artista negli ultimi secoli, e più dettagliatamente negli ultimi decenni: com'è cambiato il lavoro dell'artista? Come si è adeguato al continuo ed incessante progresso tecnologico? Il mito romantico che vuole l'artista come simbolo di 'genio e sregolatezza' è ancora attuale? Quali sono i meccanismi sociali ed economici che regolano la produzione artistica? Chi sono, se esistono, i nuovi interlocutori nel mondo dell'arte? Quali sono i delicati meccanismi di raccordo tra l'artista ed il pubblico?

Per quanto riguarda la ricerca sul campo, essa risulta ovviamente per molti versi più limitata di quella che abbiamo preso a modello. Intanto, dal punto di vista territoriale: mentre il campo d'indagine della Bertasio è l'intero territorio nazionale (anche se a rispondere sono stati soprattutto gli artisti del Nord, 53,6%, e del Centro, 28,6%), noi ci siamo limitati al comune di Padova. Meno ampio è anche il questionario, di sole 35 domande, e il livello di approfondimento di alcune tematiche, come quella del concetto di bello e della natura dell'arte. Si è rinunciato alle domande di carattere più psicologico e a quelle sull'orientamento politico; in compenso abbiamo aggiunto un tema non presente nello studio della Bertasio, e cioè i rapporti tra l'artista e la sua città. Comunque il nostro questionario risulta in gran parte coincidente con quello del modello.

La differenza fondamentale sta nella numerosità del campione, cui è collegata quella della tecnica dell'intervista. Invece che per un questionario postale, da autocompilare e rispedito, abbiamo optato per la tecnica dell'intervista faccia-a-faccia, nella residenza o studio del soggetto. Ogni tecnica ha i suoi pregi e i suoi difetti; quella postale permette di coprire aree molto vaste e campioni numerosi, ma a scapito dell'interazione personale tra ricercatore e intervistato, e quindi della possibilità di motivare il secondo, di favorire la concentrazione, la comprensione e l'approfondimento delle domande, al di là della loro formulazione. L'intervista faccia-a-faccia richiede invece un maggiore investimento organizzativo e psicofisico (contatto telefonico, fissazione dell'appuntamento, spostamento, colloquio ecc.) da parte del ricercatore, e quindi, a parità di risorse, riduce necessariamente il numero delle persone che si possono coinvolgere nell'indagine. Da questa differenza di tecnica di somministrazione può dipendere – ma in misura non determinabile a priori – anche la differenza nei risultati, come avremo modo di evidenziare di volta in volta.

Le 25 interviste sono state svolte tra gennaio e marzo del 2002. Gli intervistati sono stati selezionati da un elenco di 86 artisti costruito essenzialmente sulla base delle indicazioni del professor Giorgio Segato, il più noto esperto e critico d'arte della città. Inizialmente si era

tentato di raccogliere segnalazioni da parte delle principali gallerie d'arte della città (Bigai Flora, Bluart, Estro, Fioretto, Il Tempo, Dante Vecchiato, Perugi), ma con scarsi risultati. Non è risultata esserci a Padova una associazione o corporazione che raggruppi gli artisti della città, né il Comune di Padova, assessorato alla cultura, ha potuto esserci d'aiuto.

Dall'elenco generale sono stati selezionati 35 nominativi, in base al criterio di massima varietà di età, genere, ed orientamento professionale (medium, stile, ecc.) Abbiamo scelto di inserire nel nostro campione gli artisti coinvolti nelle 'arti maggiori' (pittura, scultura, arte multimediale), in modo che il campione fosse il più compatibile possibile con quello della Bertasio. Di questi, una decina ha rifiutato l'incontro per lo più motivando problemi di lavoro o scarso interesse per le finalità d'indagine proposta.

Sono stati inoltre fatti tre pre-test al fine di assicurarci dell'effettiva validità delle domande, che il tempo per la formulazione delle stesse non fosse eccessivo, che risultassero di facile comprensione per l'intervistato.

È doveroso sottolineare che tutti gli intervistati incontrati hanno manifestato nei confronti della ricercatrice estrema disponibilità al dialogo e cortesia. La maggior parte delle volte, il tempo impiegato per l'intervista è andato ben oltre il tempo preventivamente stimato (circa 30 minuti). La tipicità delle domande e l'ampiezza dei temi trattati diveniva spesso spunto di ampi dibattiti e dissertazioni che abbiamo raccolto con grande interesse.

Anche nel nostro lavoro, come nell'indagine di riferimento, si sono allegate (ma non riportate in questa sede) alcune pagine di riflessioni che la ricerca stessa ha stimolato in alcuni dei nostri intervistati.

3. Risultati

Età

La composizione per età è analoga a quello della ricerca-modello: la grande maggioranza degli intervistati (68%) ha oltre 45 anni; il 16% tra i 45 e i 35. Un campione quindi di artisti più che maturi. A quanto pare solo dopo i 35 anni un giovane riesce ad essere socialmente identificato come artista.

Sesso

Nel nostro campione abbiamo intenzionalmente cercato una rappresentanza femminile un po' più consistente (36%) che in quello della Bertasio (18,5%), in quanto intendevamo esaminare con qualche sistematicità le 'differenze di genere' nel mondo dell'arte; ma inevitabilmente anche nel nostro caso i maschi risultano di gran lunga più numerosi.

Titolo di studio

Simile a quella nella ricerca della Bertasio è la distribuzione per titolo di studio: quasi la metà dei soggetti (48%) ha compiuto studi artistici (istituti superiori o accademie); il dato era di 55% nel modello. Pressoché identica, nelle due ricerche, la percentuale dei laureati (circa 15%) Invece il diploma di maturità (non artistica) è quasi il doppio nel campione padovano che in quello nazionale, e di conseguenza è più limitato nel primo quello dei soggetti che hanno fatto solo la scuola dell'obbligo.

Campo di attività artistica

Circa la metà (48%) del nostro campione si identifica come pittore o scultore; gli altri lavo-

rano in ambedue i media, ma anche in una varietà di altri (decorazione, incisione, fotografia, nuove tecnologie). Non v'è un dato analogo per il campione nazionale.

Attività artistica esclusiva o a tempo parziale

Questa domanda è formulata in modo leggermente diverso nei due questionari, tanto da rendere problematico il confronto. La Bertasio chiedeva «La sua professione principale è legata al mondo dell'arte?»; la risposta è positiva nel 79,4% dei casi. Noi abbiamo chiesto «Oltre alla sua attività (artistica), è occupato in altri settori?». La risposta è no per il 64% dei casi. Se non si tiene conto della possibilità di fraintendimento, risulterebbe che nel campione padovano è più alta la quota degli artisti 'a tempo parziale'.

Preferenze per contenuti figurativi

Agli intervistati si è chiesto di esprimere le proprie preferenze per soggetti figurativi (a prescindere dalle proprie pratiche professionali). I risultati sono i seguenti:

	C. nazionale	C. padovano
– Ritratti	19,3%	12%
– Nudi	10,1%	4%
– Paesaggi	29,4%	16%
– Marine, nature morte, altro	21,8%	68%

La differenza tra le due serie è dovuta principalmente al fatto che gli intervistati padovani hanno insistito a esprimere più di una preferenza; inoltre, un certo numero (36%) ha rifiutato di esprimere qualsiasi preferenza per contenuti figurativi. Ciò detto rimane simile nei due campioni la preferenza, al primo posto, per i ritratti, al secondo per i paesaggi, al terzo per i nudi.

Concezione del bello

Come si è avvertito, questo delicato tema è affrontato nella nostra ricerca in modo assai più semplificato che nell'indagine-modello, dove è esplorato con una molteplicità di domande. Noi ci siamo limitati a tre. La prima è stata: «Nel corso della storia si sono presentate diverse concezioni del bello: una 'classica', basata sull'armonicità, la coerenza, la perfezione; una 'moderna' basata sulla trasgressione, la violenza, lo scandalo. In quale delle due si identifica?».

Ben pochi intervistati hanno accettato questa impostazione, optando per la prima (16%) o per la seconda (4%) alternativa. La grande maggioranza ha voluto sintetizzare la propria posizione in tutt'altri termini: per lo più (36%), di emozione, sentimento, sensibilità; altri in termini di armonia formale, geometria, o di aumento della conoscenza, di afflato panico, di comunicazione. In un caso, si rifiuta la stessa antinomia di bello e brutto ('non esistono più') e in un altro si insiste su una concezione complessa ('insieme di mille fattori ed elementi'). Altre risposte indicano l'originalità e gusto', 'il rapporto tra me e le cose', o si limitano a rifiutare la dicotomia. La Bertasio, con una domanda che privilegiava la concezione 'classica' ('bello' = 1. armonicità, 2. perfezione, 3. coerenza formale, 4. non saprei, 5. altro), comprensibilmente raccoglieva la quasi totalità delle indicazioni (85%) nelle prime tre opzioni. Un buon esempio del notissimo problema del condizionamento della formulazione delle domande sui risultati.

La seconda domanda era «Secondo la sua esperienza, in base a quale criterio di valutazione un'opera può essere definita bella?». Con essa si è cercato di sondare la posizione del-

l'intervistato rispetto alle principali teorie estetiche oggi correnti. Queste le frequenze alle risposte preformulate:

	C. nazionale	C. padovano
- Il giudizio 'bello' o 'brutto' in arte, specie se contemporanea, è assolutamente soggettivo.	42%	68%
- Il giudizio di 'bello' e 'brutto' è possibile solo se si confronta l'opera con la produzione complessiva dell'artista.	10,5%	-
- Il criterio di valutazione è determinato dall'importanza dell'autore e dalla richiesta di sue opere nel mercato dell'arte.	6,3%	4%
- Quando presenta spunti innovativi rispetto alla situazione artistica contemporanea incidendo in modo significativo sul contesto artistico attuale.	40,3%	24%

Come si vede, i due campioni concordano in larga misura nel rifiutare l'idea che esista una definizione oggettiva e assoluta di bello, e nel privilegiare invece l'originalità e l'impatto; anche se il campione padovano è molto più drastico sul primo punto, e meno sul secondo. Essi concordano anche nel minimizzare l'importanza degli altri due criteri.

Una terza domanda sul tema del bello riguardava le modalità di crescita e sviluppo della comprensione del bello. Questi i risultati:

	C. nazionale	C. padovano
- Attraverso un'opportuna educazione all'analisi, al confronto, alla valutazione.	67,6%	32%
- Mediante la varietà e molteplicità di stimoli visivi diffusi (architetture, arte, design).	24,4%	48%
- Dalla pratica di qualche tipo di arte.	6,7%	-
- Altro.	-	20%

Anche in questo caso, la comparabilità è inficiata dalla diversità dell'ultima opzione. Tuttavia rimane la forte differenza nella scelta tra le prime due: il campione nazionale evidenzia soprattutto l'importanza dei processi educativi, quello padovano il ruolo degli stimoli ambientali diffusi.

Fattori rilevanti nel processo creativo

Anche in questo caso si è cercato di comprimere in una breve domanda una problematica estremamente complessa e delicata. Nel caso della Bertasio, l'intervistato doveva scegliere fra cinque opzioni; noi le abbiamo ridotte a tre: fattore culturale (che raccoglie l'8% delle indicazioni) il fattore psicologico emozionale (44%) e quello razionale (8%). Il resto dà indicazioni miste. Il confronto con i dati della ricerca-modello è reso difficile dalla presenza di due ulteriori modalità ('fattore tecnico' e 'fattore concettuale'), che insieme raccolgono il 22,2% delle scelte. Comunque si può evidenziare che anche in quel caso prevale, col 42%, il fattore psicologico-emozionale, mentre il razionale riceve il minimo di indicazioni.

Creatività nell'arte e in altri campi

Anche il tema della creatività è oggetto, nella ricerca Bertasio, di numerose domande, mentre noi ci siamo limitati ad una sola: «Secondo lei, la creatività artistica differisce da altri tipi

di creatività (scientifica, imprenditoriale, politica)?». Le risposte sono abbastanza equilibrate: 60% sì, 40% no. Nel modello, la domanda più simile è quella che tra le possibili risposte, ha (l'artista) «è un creativo la cui creatività artistica differisce da altre forme di creatività». Questa modalità raccoglie il 63% delle indicazioni; una percentuale, come si vede quasi eguale alla nostra. Ma la coincidenza non deve ingannare: la domanda e lo schema di risposte possibili erano del tutto diversi.

Condizioni del successo nel mondo dell'arte

Un caso di buona comparabilità si ha invece nella domanda «Quali di questi elementi extraestetici decreta il successo di un artista?».

	C. nazionale	C. padovano
- La critica favorevole	16,8%	-
- Il gallerista	17,2%	28%
- L'attenzione della stampa specializzata	17,2%	8%
- Una monografia ben curata	2,1%	0
- L'appoggio di org. politiche e culturali	24,4%	16%
- Altro	21,4%	48%

In ambedue le ricerche, come si vede, la promozione del gallerista e l'appoggio di forze politico-culturali sono considerati i due principali fattori di successo, con l'attenzione della stampa specializzata (riviste) al terzo posto; mentre la monografia raccoglie pochissime indicazioni. Nel nostro set di possibili risposte mancava l'opzione 'favore della critica', che si considerava compresa nell'attenzione della stampa specializzata, e ciò rende meno precisa la comparabilità. In ogni caso nel campione padovano l'attenzione della critica e il favore della stampa specializzata, insieme, ottengono una quota molta più bassa che in quello nazionale; il che può essere interpretato come una conseguenza della mancanza, nello specifico orizzonte padovano, di una rilevante presenza di critici e di riviste specializzate. Per quanto riguarda le 'altre' risposte alla nostra domanda, oltre a quelle miste (gallerista-critica-stampatutti), si registra il pubblico, la volontà dell'artista, la fortuna e un cinico 'tutto, fuorché il talento'.

Il centro del sistema mondiale dell'arte

Una domanda non presente nell'indagine precedente, e che ha un suo significato in un'indagine svolta in una città di provincia, è quella relativa alla 'capitale mondiale dell'arte'. Quasi la metà (48%) degli intervistati indica New York. Berlino raccoglie due indicazioni; Londra una e mezza. Un certo numero di altre città, tra cui Parigi, sono indicate ciascuna da un solo intervistato. Non sembrano esserci dubbi quindi sull'assoluta dominanza di New York in questo campo.

Modalità di scalata dal mercato locale a quello nazionale

Le opzioni di risposta alla domanda su questo tema erano quattro nella ricerca Bertasio; noi le abbiamo ridotte a tre, in quanto l'ultima ci sembrava troppo generica.

	C. nazionale	C. padovano
- L'investimento finanziario da parte del pittore, il quale partecipa a diverse manifestazioni nazionali, e presenta costantemente le sue opere a mostre e manifestazioni.	14,7%	16

- La galleria riconosce la qualità dell'autore e si impegna a immetterlo sul mercato.	43,7%	72%
- Se l'opera ottiene ampi consensi di pubblico a livello locale il passaggio al nazionale è facilitato perché risponde a precise richieste di mercato.	8%	8%
- Un ambiente socio-culturale favorevole.	32%	-

Come si vede, a parte l'interferenza della quarta modalità, i risultati sono molto simili: il meccanismo decisivo è l'impegno della galleria. Molto poco può l'impegno personale dell'artista.

L'impegno del gallerista e del critico

Il tema è approfondito con la domanda successiva: «È possibile per un autore inserirsi nel mercato nazionale senza l'appoggio concreto di un critico o un gallerista?». I risultati sono i seguenti:

	C. nazionale	C. padovano
- È possibile esclusivamente se l'autore è veramente dotato di talento.	19,7%	16%
- Non è possibile, solo il gallerista è in grado di assicurare all'artista un mercato.	7,1%	20%
- Non è possibile, solo il supporto di un critico d'arte è garanzia di qualità.	1,3%	-
- Sì, ma solamente se le opere sono di facile interpretazione e conformi alle tendenze di moda.	5,9%	-
- È indispensabile sia il contributo del critico che quello del gallerista.	65,5%	64%

Anche in questo caso si osserva una coincidenza quasi perfetta tra i risultati delle due indagini: ben pochi credono che l'artista possa emergere da solo, grazie al suo talento; la grande maggioranza vede indispensabile l'intervento sia del gallerista che del critico.

Influenza delle riviste d'arte

Sul ruolo delle riviste d'arte le risposte dei due campioni risultano diversificate, ma probabilmente solo per una differente interpretazione delle opzioni predisposte. Il campione nazionale si concentra sulla modalità 'dipende dall'autorevolezza della rivista' (59,2%), e dà minori adesioni alle altre due modalità positive (in complesso, 28,2%), mentre il campione padovano si concentra sulle queste ultime (76%) e dà meno importanza alla premessa 'dipende dall'autorevolezza'. In ambedue i casi comunque solo una piccola minoranza (rispettivamente dell'11,3% e dell'8%) nega l'importanza delle riviste 'in quanto seguite da un numero limitato di persone'.

Fattori che determinano il giudizio estetico

Questa domanda mirava a sondare l'opinione degli artisti sulla prevalenza del 'capitale culturale' accumulato e posseduto dall'osservatore, o viceversa delle sue naturali doti di sensibilità, nel determinare il giudizio estetico su un'opera d'arte. Il campione nazionale si è distribuito abbastanza equamente tra le due modalità, con una prevalenza sulla 'propria cultura' (51,3%) rispetto alla naturale sensibilità (41,6%). Il campione padovano si allinea con il primo nell'indicare la sensibilità (44%), ma assai meno indica la cultura da sola (28%). In

maggior misura (28%) indica combinazioni di cultura e sensibilità, o altri fattori, mentre nel campione nazionale solo il 5,9% sceglie questa opzione. Questa differenza potrebbe essere indice di una reale maggior enfasi sulla naturale sensibilità nel campione padovano, o un effetto della diversità di tecnica di somministrazione (nell'intervista faccia a faccia era più facile evitare la scelta dicotomica, e imporre invece una maggiore complessità).

Molto simile è la domanda «Secondo lei, per comprendere e valutare correttamente un'opera d'arte, quale di queste doti è indispensabile?».

	C. nazionale	C. padovano
- Buona cultura generale (elemento educativo)	17,2%	32%
- Solida conoscenza di storia dell'arte	26,9%	12%
- Spiccato 'senso estetico'	11,3%	-
- Forte sensibilità	43,3%	28%
- Altro	-	28%

Nell'indagine padovana si è aggiunta la modalità 'altro', per permettere le indicazioni plurime. Questo ha alterato la confrontabilità puntuale dei dati, ma somiglianze e differenze emergono comunque. Nel campione nazionale la dote di gran lunga principale è la naturale sensibilità, mentre nel campione padovano prevale la cultura/educazione. Tuttavia se si aggregano le due doti, oggettivamente convergenti, di cultura generale e di specifiche conoscenze di storia dell'arte, le differenze su questo fattore si azzerano (44,1% e 44%). Anche le differenze sul fattore sensibilità si attenuano, se al dato indicato si aggiungono quelli nell'opzione 'altro' che la contengono (ca. 10%).

Fattori determinanti l'acquisto di un'opera d'arte contemporanea

Anche in questo caso la comparabilità dei risultati è inficiata dal fatto che, nella nostra indagine, abbiamo dato agli intervistati di indicare anche risposte 'altre' e multiple rispetto a quelle preformulate.

	C. nazionale	C. padovano
- 'Novelty and facility'	8%	4%
- Fama dell'artista	45%	16%
- La critica favorevole	6,3%	-
- Il consiglio del gallerista	10,1%	8%
- La certezza dell'investimento	21,8%	32%
- L'armonizzazione con l'ambiente	7,1%	4%
- Altro	-	36%

Nell'«altro» compare con una certa frequenza il tema della facile comprensibilità, ma anche quello della certezza dell'investimento; meno quello del consiglio del gallerista e della fama dell'artista. Pare comunque inevitabile constatare che per il campione nazionale la fama dell'artista è un criterio molto più importante che nel campione padovano, per il quale invece sta di gran lunga al primo posto il fattore economico- speculativo ('certezza dell'investimento'). Per ambedue i campioni il consiglio del gallerista e il favore della critica, avulsi dai primi due, sono criteri molto secondari.

Forze condizionanti il senso del bello nella nostra società

Un fenomeno analogo si riscontra anche nella domanda seguente. In essa si presentava una serie di fattori sociali (televisione, cinema, design-moda, stampa, principi morali o religiosi,

ideologie politiche, incontro tra culture diverse) che, in ipotesi, condizionano il senso del bello tra la gente. Nella ricerca Bertasio era possibile segnare solo una delle forze, e ne risulta che di gran lunga la principale è l'incontro tra culture diverse (45,4%), seguito dalla televisione (21%) e dalla moda/design (15,1%); molto inferiori o nulle le influenze degli altri fattori. Nella nostra indagine gli intervistati si sono ribellati, in gran parte, alla costrizione di indicare un solo fattore; nel 44% dei casi hanno indicato la televisione insieme a uno degli altri, e nel 32% la sola televisione. L'incontro tra culture diverse viene solo al terzo posto (20%). In ambedue le ricerche quindi, malgrado l'alterazione dei risultati, la televisione è indicata come un fattore essenziale nel modellamento dei gusti estetici. Rimane invece una differenza notevole sul ruolo dell'incontro tra culture diverse, che a Padova è molto meno sentito che a livello nazionale. Questo potrebbe, ma solo come ipotesi ancora da verificare, essere sintomo di maggiore omogeneità della cultura locale, ovvero di minore esperienza/possibilità di confronti interculturali.

L'influenza dell'arte sul gusto collettivo

Simmetrica alla precedente è la domanda che mira a sondare l'opinione degli artisti a proposito dell'influenza dell'arte (in generale; non solo contemporanea) sul gusto collettivo. Le risposte sono come segue:

	C. nazionale	C. padovano
- Molto	33,1%	28%
- Abbastanza	39%	8%
- Poco	13%	12%
- Per niente	12,5%	32%

Come si vede, il campione padovano è notevolmente più pessimista sul tema in oggetto.

Capacità dell'artista di anticipare gusti e tendenze

Le risposte a questa domanda si distribuiscono come segue:

	C. nazionale	C. padovano
- Per niente	6,2%	36%
- Poco	7,8%	16%
- Abbastanza	25,3%	28%
- Molto	57,1%	20%

In questo caso la differenza tra i due campioni è molto marcata; quello padovano è molto meno ottimista del nazionale sulla capacità degli artisti di anticipare gusti e tendenze. Questo può essere una conseguenza del senso di isolamento ed emarginazione che caratterizza gli artisti di una città di provincia. Il maggior pessimismo può essere anche dovuto al riferimento alla propria situazione personale, mentre quando si parla di arte in senso impersonale e generale ci può essere un maggiore ottimismo.

Ruolo della committenza

I due campioni hanno opinioni diverse sulla rilevanza della committenza: quello nazionale pensa che esista nella misura del 58,4%, quello padovano solo nella misura del 36%. Per la metà del primo (49,2%), la committenza può essere positiva se si limita 'a suggerire il soggetto, senza condizionare lo stile', mentre il campione padovano ne apprezza soprattutto (20%) la tranquillità economica che essa assicura.

Ragioni della ripetitività nella produzione artistica

In questa domanda si voleva indagare il noto fenomeno secondo cui gli artisti tendono ad avere dei periodi, più o meno lunghi, in cui producono opere molto simili tra loro. La distribuzione delle risposte è come segue:

	C. nazionale	C. padovano
- Ricerca della perfezione.	23%	4%
- Favore del mercato.	29%	40%
- Acquisizione di una buona tecnica.	6,3	24%
- Impossibilità di replicare totalmente nella rappresentazione artistica la propria rappresentazione mentale.	19,3%	-
- Mancanza di creatività.	20,7%	4%

Anche in questo caso le differenze tra i due campioni sono forti. Quello padovano è schierato quasi totalmente sui fattori di efficienza tecnico-economica, mentre quello nazionale attribuisce notevole importanza anche a quelli più psicologici (ricerca di perfezione espressiva, o, in negativo, mancanza di creatività). In questo caso le differenze sembrano attribuibili, più che alla diversità di tecniche di rilevazione, ad un effettivo maggior 'materialismo' o 'disincanto' del campione padovano.

Distanza tra arte contemporanea e gusti del pubblico

Questo punto cruciale è stato affrontato con la seguente domanda: «È opinione comune che esista una certa distanza tra i gusti del pubblico e quello dell'artista. A suo avviso quali delle seguenti condizioni può esserne la causa?». Diamo qui di seguito i risultati.

	C. nazionale	C. padovano
- L'artista crea linguaggi formali dando luogo a nuove tendenze, prima ancora che esse siano avvertite e individuate dal pubblico.	54%	4%
- Sussistono entro la stessa epoca degli indirizzi artistici contrastanti e troppo distanti tra loro.	35,3%	32%
- Altro.	8,6%	64%

L'apparente enorme differenza tra i risultati si riduce di molto se si considera che nell'indagine padovana gran parte degli intervistati ha voluto formulare la propria risposta al di fuori dello schema prestabilito, in cui le cause erano attribuite al mondo dell'arte. Invece il principale imputato, per gli artisti padovani, è la mancanza di educazione, informazione, cultura, preparazione, interesse, attenzione, comprensione, o simili, da parte del pubblico; e di strutture informative da parte delle istituzioni. Ma emergono anche, sporadicamente, menzioni di altri fattori: 'questa distanza c'è sempre stata'; 'ogni categoria sociale è programmata ai propri modelli di consumo' 'paura della libertà' 'eccesso di volontà di stupire, sorprendere', da parte degli artisti.

Ragioni della preminenza maschile nelle arti

Questa domanda è stata fatta al solo campione padovano. Le risposte sono: vocazione materna delle donne (le loro tendenze creative si esprimono primariamente nella maternità), 36%; difficoltà d'inserimento (i maschi fanno barriera all'accesso delle donne nel mondo dell'arte), 12%; minore competitività (le donne sono, per carattere, meno competitive e aggressive,

meno tese al successo dei maschi) 12%; altro, 40%. In quest'ultima opzione troviamo alcune indicazioni plurime, ma anche l'affermazione che il genio è per natura maschio, e che in arte v'è un alta percentuale di maschi omosessuali.

L'artista padovano e la sua città

Anche questo tema, ovviamente, è stato esplorato solo nella nostra indagine. Quasi la metà del campione è nato in un luogo diverso da Padova, ma vi risiede da più di 10 anni. Il 60% pensa di continuare a vivere e lavorare a Padova, mentre il 24% ha intenzione di spostarsi (di cui la metà all'estero). Tra gli immigrati, la causa del trasferimento a Padova più indicata sono i legami famigliari (28%); seguiti dalle amicizie (8%); alla pari tutti gli altri (studio, lavoro, casualità, ecc.) Solo il 20% si sente perfettamente integrato; al 24% Padova piace, ma se ne allontana anche volentieri; un altro 24% non si sente inserito come vorrebbe, al 28% Padova non piace proprio. Un livello di appartenenza quindi piuttosto basso, come ribadito anche dalla domanda sulla partecipazione alle iniziative culturali della città: il 64% non partecipa. Anche riguardo al Veneto il grado di integrazione è piuttosto basso: solo il 32% si identifica come veneto, il 48% no, un altro 16% è dubbioso. Riguardo ai legami con galleristi padovani, quasi la metà (44%) afferma di non averne, e un altro 4% di affidarsi ai media; il 20% si affida a galleristi di altre città; solo il 16% si affida unicamente a galleristi padovani. Il 12% dichiara di affidarsi 'a chiunque, purché competente'. Per quanto riguarda l'apprezzamento delle sue opere in città, la grande maggioranza (64%) si dichiara abbastanza soddisfatto; e un 12% molto soddisfatto; solo frange marginali si dichiarano poco soddisfatto (12%) e per nulla soddisfatto (8%).

4. Conclusioni. In sintesi, ciò che emerge con maggior chiarezza dal confronto dei nostri dati con quelli della Bertasio sono le seguenti risultanze.

4.1 La visione romantica dell'artista padovano

Nel nostro campione, termini come sensibilità, emozione, interiorità, emergono di continuo. La maggioranza degli intervistati ritiene che questo tipo di sentimenti sia peculiare nel loro processo creativo, come nella valutazione di un'opera d'arte. La conoscenza della storia dell'arte, la razionalità sembrano costituire più un ostacolo che un aiuto alla potenza generatrice del genio. Allo stesso modo, ritengono che anche il fruitore, più che una solida conoscenza artistica, debba possedere quel grado di sensibilità che lo metta in diretto contatto con l'opera. Alla domanda su quali fattori abbiano maggior rilievo nel processo creativo, undici intervistati scelgono il carattere psicologico-emozionale; dieci vedono congiunti a questi elementi quello culturale e razionale; due reputano fondamentale solo l'aspetto culturale, due quello razionale. Nel rispondere a questo quesito i sottocampioni rivelano dati sostanzialmente omogenei. La dimensione irrazionale dell'atto creativo sembra dunque essere preminente nelle risposte rilevate: l'aspetto psicologico-emozionale, per sua natura insondabile e privato, sembra confermare quel sentimento di appartenenza ad una sfera che ha una propria collocazione a latere di altre attività umane, come esperienza sociale esclusiva. La pratica artistica è considerata come un lavoro, meglio come il lavoro che, diversamente da altre attività professionali, ha 'in più' i caratteri della libertà, della creatività, del divertimento. Pur non facendo politica, non applicandosi alla scienza od altro, parimenti l'artista con il suo lavoro crea nuovi codici di analisi della realtà.

4.2 *Passione esclusiva per l'arte*

Alla domanda se l'intervistato fosse occupato o meno in un secondo lavoro più della metà ha dichiarato di vivere unicamente dei proventi della propria attività artistica. Diversamente ha risposto la maggioranza del campione di confronto. Si deve considerare il fatto che a riguardo gli intervistati hanno dimostrato tutti una certa riluttanza all'idea di impiegarsi in una seconda attività al fine di incrementare i propri introiti. È come se vedessero in essa celata una sorta di sconfitta, come se la validità del loro operato, del loro essere artista, potesse essere compromessa da un secondo impiego. Il dato più sintomatico in riferimento al sottocampione indagato per età, si registra nella fascia tra i 36 ed i 45 anni, che pur essendo tradizionalmente la più attiva, nella nostra inchiesta dichiara la propria dedizione a quest'unico settore.

Dando un'occhiata agli incroci per sesso e per età si evince che il problema della seconda occupazione si manifesta particolarmente nei giovani e nelle donne.

I giovani emergenti, a meno che non possano contare sul supporto economico familiare, ed essendo la loro carriera improntata ancora sulla promozione delle opere, si vedono costretti ad intraprendere un altro lavoro lontano dalle proprie velleità artistiche, che li mette in condizione di autofinanziarsi e pubblicizzarsi.

Dall'altro lato le donne subiscono con buona probabilità una visione 'maschile' dell'arte, improntata ad una certa diffidenza nei loro confronti, sia da parte del mercato che da parte del pubblico.

4.3 *Il potere dell'arte come fenomeno culturale e sociale*

I nostri intervistati hanno dimostrato di possedere un alto grado di positività circa la capacità dell'arte di influenzare i gusti e di anticipare gli indirizzi estetici. Sebbene riconoscano nella televisione il mezzo più efficace di condizionamento culturale della gente, non negano all'arte, e anzi auspicano, una certa funzione 'catartica'. In qualche modo, le viene delegato il compito non solo di distrarre e di divertire, ma anche quello – in una società secolarizzata – di elevare, sollevare il fruitore dalle fatiche quotidiane.

4.4 *Rapporto artista-gallerista: tra necessità lavorative e desiderio di indipendenza*

La maggioranza del nostro campione ha confermato le nostre aspettative: un solido e continuativo rapporto con il gallerista è un elemento imprescindibile al fine dell'inserimento nel mercato da parte dell'artista.

Alcuni degli intervistati hanno dichiarato la precisa volontà di autonomia professionale rispetto alla galleria. C'è da sottolineare comunque, che si trattava per lo più della fascia più giovane del campione, forse ancora poco avvezza ai meccanismi economici ed eccessivamente ottimista circa la propria capacità imprenditoriale.

Un dato significativo emerso circa le capacità imprenditoriali ed autopromozionali degli intervistati riguarda la pubblicizzazione nonché la vendita delle opere in locali di ristorazione e negozi dei generi più vari. Una politica che vede concordemente vincenti molti giovani artisti e che premia la loro intraprendenza e lungimiranza da un lato, ma che indubbiamente nasconde un forte disagio di fronte ai meccanismi di mercato delle gallerie che tendono a considerare o a premiare i più conosciuti ed ad evitare il rischio dei nuovi emergenti.

4.5 *Arte al femminile: difficoltà di inserimento nel mondo artistico*

Se Danila Bertasio con il suo campione di donne (18,5%) non ha ritenuto importante analizzare il fenomeno, diversamente in questo studio ci si è spinti oltre, tentandone una delucida-

zione. La minor presenza femminile in campo artistico viene spiegata parzialmente adducendo la difficoltà d'inserimento (tre risposte), la minor competitività (tre risposte), ma soprattutto indicando la vocazione alla maternità come ostacolo alla professione.

Nel sottocampione che ha scelto la vocazione alla maternità s'individuano due voci, femminili, che argomentano questa scelta, non come limite, ma come ricchezza, in quanto la donna nella maternità troverebbe l'espressione massima della propria creatività, e dunque, diversamente dall'uomo, sarebbe in grado di lasciare testimonianza di sé in modo totale e indiscutibile. All'interno del sottocampione che ha optato per una risposta aperta tre donne sostengono che ostacolo al loro lavoro di artiste sia la diffidenza e discriminazione messa in atto nei loro confronti dagli uomini stessi che operano nel settore, siano essi colleghi o esperti. Confermano quest'affermazione le risposte degli artisti uomini: tre intervistati, infatti, hanno argomentato che «il genio è maschio... mentre la donna ha una visione dispersiva»; che «le donne sono incapaci di affrontare questo mestiere perché sono di natura aggressiva»; che «l'uomo ci tiene che sia così», ovvero che rimanga immutata la propria schiacciante presenza nel settore.⁴

Per continuare a riflettere e chiudere sul concetto di 'creatività', ci siamo chiesti se questo fattore avesse un riflesso sulla maggiore o minore presenza femminile nel campo dell'arte. Complessivamente il 60% di chi si dichiara artista concepisce se stesso come «un creativo, la cui creatività artistica differisce da altre forme di creatività». Se distinguiamo le risposte in base al sesso vediamo invece come vi sia un netto capovolgimento del rapporto tra risposte negative e affermative: a fronte di una risicata minoranza maschile, ben i 2/3 delle donne si pronuncia in favore del 'no'. Curiosamente si nota che le donne ritengono in prevalenza rispetto agli uomini che la creatività artistica non differisca da altri tipi di creatività. In qualche modo viene a capovolgersi l'immagine stereotipata che vuole la donna ancorata ad una visione romantica dell'arte come della vita.

4.6 L'artista e la città

Più della metà del campione nazionale risiede in centri urbani superiori a 250.000 abitanti. È plausibile immaginare che il luogo nel quale l'artista vive e produce possa in qualche modo

⁴ L'interrogativo del perché la donna in arte crea meno dell'uomo sembra destinata a rimanere aperta. È però innegabile ravvisare in alcune delle risposte rilevate, che la posizione di Cesare Lombroso sembra tornare come un'eco nel pensiero di alcuni artisti. Questa 'inferiorità' dell'intelligenza femminile rispetto alla maschile si adduce ancora (come sosteneva Lombroso) alla deficienza della potenza creatrice, la quale è dovuta alla mancanza di geni, o a motivi di fondo biologici, o a quell'assenza di costanza, risolutezza, tipici dell'uomo. Più di un secolo separa il pensiero di Lombroso dal contesto artistico contemporaneo: la donna esercita adesso la professione di artista in libertà; la diffusione dell'arte prodotta dalla donna non conosce ostacoli palesi attribuibili al suo sesso. Il mondo attuale dell'arte è quanto mai composito; è mutato il criterio di valutazione artistica di un'opera e la nozione stessa di artista. Ciò nonostante le donne in arte restano poche, così come si può constatare sfogliando gli annuari, forse ancora come conseguenza di quel difficile cammino che l'ha vista misconosciuta nella sua dignità, travisata nelle sue prerogative, non di rado emarginata. Ecco allora che potremmo parlare di mancato rispetto della persona tra persone (al di là dei singoli attributi sessuali) che persiste ancora nel vivere collettivo (si veda E. IMARISIO, *Donna...* cit.). In questo libro peraltro è citato anche un passo del Michelet, che mezzo secolo prima di Lombroso aveva indicato tutt'altra spiegazione: «Voi domandate con una certa fierezza perché la donna, fermata anzitempo nel suo sviluppo, non abbia creato nulla di veramente grande nell'arte. Ma ciò è avvenuto semplicemente perché ha dovuto concentrare tutto lo sforzo dei suoi anni migliori nella pratica di un'arte assolutamente superiore, quella di cerare l'uomo, di iniziare in voi lo sviluppo dello spirito e di quelle potenti facoltà che, poi, vi fanno tanto inorgoglire, ingrati che siete!».

influenzare le relazioni sociali ed economiche e anche la visione stessa di arte ed artisticità. L'incontro con diverse culture è stata l'indicazione della metà del campione della Bertasio, come possibilità di condizionamento del senso del bello. Diversamente, gli artisti padovani hanno disatteso questa risposta, privilegiando elementi più generici come la moda o la televisione. Pensiamo che Padova, una città di media dimensione, dia ancora un modesto contributo nei confronti dello scambio ed interazione multietnica.

Allo stesso modo, l'amministrazione cittadina non è percepita come una buona promotrice di commissioni di opere a livello locale, relegando gli artisti padovani ad un ruolo subalterno rispetto ai loro colleghi metropolitani.

La città di Padova sembra da sempre soffrire della mancanza di un museo di arte moderna e contemporanea: i luoghi deputati ad ospitare eventi artistici, come Palazzo Moroni, il Museo al Santo, la Galleria Civica Cavour, si attivano principalmente ad ospitare avvenimenti di grande portata e comunque occasionalmente. La mancanza di aree adeguate per l'arte contemporanea non è solo un vuoto di luoghi e spazi fisici, ma anche mentali: viene meno per il circolo degli artisti patavini quella possibilità di scambio, relazione e confronto con altre entità culturali, con linguaggi diversi che non possono sottrarsi all'essere interpretati, trasformati e rivitalizzati in nuova materia per la creatività di ogni artista.⁵

Si ha in generale l'impressione che nel contesto del nord-est, un'auspicabile crescita culturale collettiva non sia stata assolutamente al passo del forte sviluppo economico che l'ha caratterizzata negli ultimi decenni.

A nostro avviso gli artisti padovani risultano fortemente condizionati nelle scelte lavorative, nel *modus operandi*, nella visione globale dell'arte, dalla città nella quale vivono e producono. Gli eventi artistici rilevanti nel campo italiano tendono, generalmente, ad aver luogo nelle grandi metropoli, centri d'incontro, scambio, e relazioni produttive.

Con grande sorpresa abbiamo potuto constatare come la maggior parte degli intervistati non si conoscesse tra loro, nonostante i nominativi ci fossero stati dati da una sola persona, polo accentratore di quasi tutte le iniziative culturali patavine. Un dato significativo che tende a sottolineare da un lato, la mancata coesione artistica cittadina, privata di spazi per eventi culturali adeguati, dall'altro di come siano ormai lontani gli anni '60 e '70 nei quali (come ci hanno raccontato gli stessi intervistati) l'arte era sinonimo di condivisione, incontri, scontri,

⁵ Se la città nella prima metà del secolo scorso aveva vissuto l'epoca dei grandi fermenti che si addice alle grandi città – per esempio basterà citare l'atrio del Liviano interamente affrescato da Massimo Campigli nel 1939 – è con la fine del periodo bellico che si delinea il risorgere della fortuna per le arti figurative, una fioritura che, con gli occhi di oggi, appare singolare e splendida. Negli anni Cinquanta la ripresa della vita sociale e culturale va di pari passo con lo sviluppo urbano, la crescita dell'Università, dell'economia, della cultura e dell'arte. Questi sono stati per l'arte padovana anni formidabili favoriti dalla ripresa della Biennale d'Arte Trieneta, dalla nascita della Biennale del Bronzetto, dallo sviluppo delle prime gallerie, dal susseguirsi dei concorsi. Così prosegue per tutti gli anni Sessanta e Settanta, anni in cui si registra quella 'collaborazione' ed 'integrazione' tra istituzioni pubbliche e privati cittadini che con l'apertura di nuove gallerie o il riammodernamento di vecchie strutture regalano alla città e agli artisti, giovani o già affermati, spazi espositivi in cui vengono allestite rassegne personali e collettive, mostre a tema libero o ad argomento specifico, estemporanee, antologiche, retrospettive, esposizioni tutte che hanno il merito di far scoprire o di approfondire l'importanza e la bellezza del linguaggio dell'arte. Le dispute si attuano all'interno di mostre e manifestazioni diverse dove convergono gruppi in concorrenza costruttiva, ognuno a sostenere la propria poetica artistica, sia essa a favore dell'astrattismo, del figurativo, o dell'informale: puntualmente la stampa cittadina concede ampi spazi alla cronaca d'arte, aiutando così gli artisti fin dalle prime apparizioni in pubblico.

fermenti, dibattiti. Oggi gli artisti padovani (soprattutto i più giovani) sembrano non conoscere questa modalità del collettivo; si muovono entro una dimensione micro-cosmica che al contempo sembra divenire la principale causa del limite della loro produzione, impoverita dalla mancanza di scambi e di confronti.

Per quanto riguarda gli artisti già affermati da anni, l'unica prospettiva di lavoro e di guadagno sembra sempre più risiedere nel mercato nazionale ed internazionale. La città, negli ultimi anni, ha dimostrato di preferire la promozione di mostre ed iniziative culturali legate ad artisti del passato, una certezza in termini di accettazione da parte del pubblico, ma un enorme svantaggio per chi nutre la speranza di un inserimento produttivo nel mercato padovano.

L'arte contemporanea, soprattutto quella che generalmente definiamo astratta, risente maggiormente della diffidenza del pubblico, confermando le indagini già svolte sulla fruizione.⁶ Gli artisti dal canto loro, si rivelano imprigionati entro la volontà di libera espressione artistica e la richiesta di una produzione di facile lettura e comprensione.

Il risultato è una città ancora impreparata ad accogliere le nuove ricerche artistiche, che spinge gli artisti da un lato ad una faticosa auto-promozione, e dall'altro a speculazioni che risultano più vicine a riletture dell'avanguardia novecentesca che a reali sperimentazioni innovative.

Bibliografia

- D. BERTASIO (a cura di), *Professione artista. Indagine sociologica sulla creatività in pittura*, Clueb, Bologna 1997.
- A. BOIME, *Artisti e imprenditori*, Bollati Boringhieri, Torino 1990.
- J. GIMPEL, *Contro l'arte e gli artisti*, Bompiani, Milano 1970.
- A. HAUSER, *Sociologia dell'arte e della letteratura*, Einaudi, Torino 1977 (1955).
- E. IMARISIO, *Donna, poi artista*, Franco Angeli, Milano 1996.
- R. LUISE, E. MINARDI (a cura di), *Il lavoro artistico*, Franco Angeli, Milano 1986.
- R. MOULIN, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, Paris 1992.
- F. POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Roma 1999.
- G.P. PRANDSTRALLER, *Arte come professione*, Marsilio, Padova-Venezia 1974.
- B. ROSENBLUM, *Artists, alienation and the market*, in R. MOULIN (a cura di), *Sociologie des arts*, La Documentation Française, Paris 1986.
- W. SANTAGATA, *Simbolo e merce*, Il Mulino, Bologna 1998.
- R. STRASSOLDO, G.U. COSSI, *Il sistema dell'arte: settori e soggetti*, in L. BOVONE, E. MORA (a cura di), *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, Franco Angeli, Milano 2003.
- A. VETTESE, *Artisti si diventa*, Carocci, Roma 1998.
- A. VILLANI, *Arte, potere, mercato*, Franco Angeli, Milano 1986.
- T. WOLFE, *Come ottenere successo in arte*, Allemandi, Torino 2000.

⁶ C. RENZULLI, *Quel che pende dalle pareti. Quadri ed altre cose nelle case friulane*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse demotiche. Ricerche di sociologia dell'arte*, Forum, Udine 2001.

IV. Varie

I paesi dipinti

Il caso di Bordano, 'paese delle farfalle'*

S A B R I N A M A R T I N E L L I

1. Introduzione. In questo lavoro si illustra il caso di Bordano, un paesino friulano di 800 abitanti in cui dal 1996 al 2000 ha avuto corso un'iniziativa, per molti versi interessante, di decorazione pittorica delle facciate. L'origine di questo fenomeno è da individuarsi nell'aspirazione, da parte dei rappresentanti della comunità, di ricostituire segni materiali di identità, in un paese totalmente distrutto dal terremoto del 1976 e ricostruito sì 'com'era e dov'era', ma in strutture edilizie completamente nuove e con tipologie formali piuttosto uniformi. Fu quindi organizzato un concorso per la migliore decorazione pittorica di facciata, e indicato il tema delle farfalle. L'idea veniva dal fatto che, circa mezzo secolo prima, alcuni esperti austriaci avevano segnalato questa zona – allo sbocco in pianura della valle del Tagliamento – come una delle regioni d'Europa a maggior densità di specie di farfalle, perché qui la regione climatica mediterranea si incontra con quella centro-europea. Il concorso fu considerato un successo, attirò una certa attenzione pubblica anche all'esterno della comunità, e attivò qualche flusso di visitatori incuriositi. Esso fu quindi continuato, organizzativamente ampliato e efficacemente pubblicizzato negli anni successivi, facendo di Bordano un'attrattiva turistica a livello anche sovra-regionale. Alla motivazione originale si aggiunse quindi quella turistico-economica, con la mobilitazione di crescenti investimenti pubblici; nel 2003 è stata inaugurata una 'casa delle farfalle' del costo di oltre un milione di euro.

Ormai quasi tutte le facciate di Bordano recano 'quadri' di farfalle, e quindi il paese è entrato a far parte della categoria dei 'paesi dipinti'. Vi sono in Italia un centinaio di 'paesi dipinti', tra cui esiste anche un'associazione. Alcuni sono molto noti, come Orgosolo, altri meno. Le loro storie sono diverse. In quasi tutti i casi si tratta di 'tradizioni inventate' di recente. In alcuni casi la spinta iniziale viene da motivazioni propriamente estetico-artistiche; in altri prevalgono motivazioni politiche e ideologiche; in altri ancora, finalità turistico-economiche.

Sulla qualità artistica delle opere che ornano le facciate di questi paesi non sta a noi pronunciarsi, in quanto la nostra è una prospettiva sociologica e non di critica estetica. Probabilmente non si tratta di opere che passeranno alla storia della grande arte universale, né tali da eccitare l'interesse dei gestori del sistema mondiale dell'arte. Noi possiamo solo rilevare che all'evento di Bordano hanno partecipato per lo più dilettanti di buon livello tecnico, persone che per lo più hanno frequentato istituti d'arte, e semi-professionisti, cioè persone occupate professionalmente in settori vicini all'arte (grafica, insegnamento di materie artistiche) e che i risultati sono mediamente molto piacevoli all'occhio di media cultura; che a Bordano hanno concorso anche persone provenienti da fuori regione, e anche dall'estero; che

* Sintesi di *I paesi dipinti in Italia: il caso di Bordano tra arte e natura*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 274.

la popolazione è mediamente molto soddisfatta e orgogliosa dell'abbellimento delle case; che anche i pittori partecipanti sono contenti; e che l'iniziativa ha riscosso un grande successo di pubblico, trasformando profondamente la vita del paese e le sue prospettive di sviluppo. A questo punto, l'opinione degli esperti e *gatekeepers* sulla qualità artistica di queste opere sono sociologicamente meno rilevanti.

Lo studio del caso di Bordano è doverosamente preceduto da cenni alla storia della pittura 'artistica' delle facciate esterne, da un accenno alle due principali tradizioni 'muraliste' del Novecento – quella messicana e quella fascista –, e da una rassegna di alcuni altri casi di 'paesi dipinti' in Italia.

2. La pittura sulle facciate: cenni storici. L'usanza di decorare con figure dipinte le pareti degli edifici è abbastanza diffusa, nel tempo e nello spazio. In un certo senso possiamo farla risalire agli albori dell'umanità, se con una certa libertà consideriamo edificio anche le caverne di Lascaux, Altamira e dell'Ardèche sulle cui pareti gli uomini di Cro-Magnon hanno dipinto, a partire da 30.000 anni or sono, le loro stupefacenti scene di cacce e animali. Possiamo ritrovarla tra i popoli tribali, dove, sulle facciate esterne delle capanne di legno, frasse e fango, talvolta si inseriscono segni decorativi o rituali colorati. Si possono poi trovare esempi molto elaborati e di grandi dimensioni in culture extra-europee, come nelle 'città di terra' delle coste peruviane (cultura Moche), nel Sahel (Timbuctù) e nell'Aden (Saana). Nelle antiche civiltà mediorientali e mediterranee, gli edifici del culto religioso e civile erano di norma decorati sia all'interno che all'esterno con motivi colorati: come è noto, di solito statue, fregi, bassorilievi e così via erano vivacemente dipinti, anche se di quei colori, negli elementi lapidei giunti fino a noi, sono rimaste solo debolissime tracce. Nelle civiltà mesopotamiche si inventarono tecniche decorative più resistenti agli agenti atmosferici, come le piastrelle di ceramica, in cui i pigmenti minerali sono fissati indelebilmente mediante cottura. In età ellenistica si inventò la tecnica del mosaico, a minute tessere di materiali lapidei naturalmente colorati, o di materiali vetrosi colorati in struttura. Ma è da ricordare che quasi tutte le statue e gli elementi decorativi architettonici dell'antichità greco-romana erano dipinti; non diversamente da come possiamo ancor oggi vedere in altre culture, ad esempio quelle dell'area indica e sinica. Il candore della plastica classica che noi ammiriamo nei nostri musei è opera del tempo. In origine quelle statue erano dipinte come i santi di gesso nelle nostre chiese. Ma anche nell'antichità si faceva largo uso di pitture murali esterne, quasi totalmente scomparse. Nel Medioevo, chiese e cattedrali erano spesso dipinte dentro e fuori; e dobbiamo fare un certo sforzo per immaginare i vivaci colori che ricoprivano gli elementi lapidei decorativi delle facciate esterne della cattedrali gotiche, abituati come siamo a vederle grigie. Qualche traccia può essere ancora osservata, ad esempio, nella facciata romanica, conservata dietro la più recente facciata barocca, della cattedrale di Santiago di Compostela; e qualche esempio di come dovevano essere le cattedrali gotiche si può ammirare in alcune architetture 'minori'. A Norimberga, ad esempio, sulla piazza del mercato si erge una fontana alta 19 metri, a forma di elaboratissima guglia gotico-fiorita, in cui ogni colonnina, capitello, archetto, fregio, nicchia, statua è mantenuta vivacemente colorata, come era in origine. In certe regioni d'Europa è stato normale, per secoli, 'istoriare' le pareti esterne delle chiese, conventi e santuari con scene tratte dall'antico e dal nuovo testamento, dalle storie dei santi, dalla letteratura teologica e dalle tradizioni locali, in modo che i fedeli, anche se poveri e analfabeti, potessero assorbire visivamente il patrimonio religioso ancor prima di entrare in chiesa (le *Biblia pauperum*). Ne rimangono esempi famosi nell'area ortodossa dell'Europa sud-orienta-

le (Serbia, Bulgaria, Romania, Moldavia). Nel Basso Medioevo, dal XIII secolo in poi, e nel Rinascimento, era comune in tutta Europa l'abitudine di decorare con pitture anche le facciate esterne degli edifici civili: case, palazzi, castelli. Talvolta si trattava di semplici elementi decorativi geometrici (scacchi, rombi, losanghe, righe verticali o orizzontali, intrecci ecc), o finti elementi architettonici (archi, colonne, pilastri, lesene, 'quadrature', porte e finestre, logge ecc.); ma a volte si inserivano elementi più complessi, come girali, volute, festoni, e anche figure e scene complesse, a carattere religioso, mitologico, allegorico, araldico, storico e così via. In alcune città d'Europa la famiglie patrizie facevano a gara per realizzare le più belle facciate dipinte; ne sono risultate le *urbes pictae*, città le cui vie e piazze centrali erano chiuse da teorie continue di facciate sfarzosamente e fantasiosamente affrescate; così nel Nordest d'Italia, Feltre, Treviso, Udine e Trento, per non citare che le maggiori; che ancora recano, nei loro centri storici, qualche pallida e sparsa traccia dell'antico splendore cromatico. A Udine si prestarono a dipingere facciate anche pittori importanti, come il Pordenone, l'Amalteo e il Grassi. Ma non solo le città: anche i palazzi nobiliari e i castelli sparsi nel territorio erano spesso decorati e colorati all'esterno. Questa tradizione si mantenne fino a tutto il Seicento, e venne definitivamente meno solo con l'ascetico neoclassicismo. Qualcosa è sopravvissuto quasi fino ai nostri giorni nei paesi, nel quadro delle manifestazioni di 'Pietà tradizionale', con le scene religiose dipinte su lembi di facciate o sottoportici delle case contadine.¹

In ambito urbano la tradizione riprese a fine Ottocento, con quella nuova esplosione di sensualità decorativistica che fu il liberty (o come altro si vuol chiamare quella rivoluzione architettonica: art nouveau, floreale, Sezession, modernismo, ecc.), che tornò a rallegrare le facciate con ogni sorta di giochi plastici e cromatici, realizzati con i materiali più diversi, tra cui anche la ceramica e la pittura.

Con l'avvento del razionalismo/funzionalismo architettonico, o 'stile internazionale', a partire dagli anni venti, la decorazione esterna divenne di nuovo 'delitto', come affermò Adolf Loos; e per un buon mezzo secolo la bellezza architettonica fu affidata solo alla qualità del disegno e dei materiali. Ma è anche vero che il bisogno di fantasie colorate nelle città, cacciato dalla porta, rientrò dalla finestra. Le vie e le piazze si riempiono di segni multicolori: i manifesti pubblicitari, le scritte al neon, le insegne dei negozi, che talvolta assunsero dimensioni enormi e forme e colori clamorosi. Con lo stile post-moderno, ogni tipo di decorazione fu di nuovo riammessa in architettura, ma in generale si deve dire che la pittura non ne profitò molto; i giochi cromatici furono piuttosto affidati ai materiali (rivestimenti lapidei, ma anche ceramica, vetro, metallo, e soprattutto plastica).

Due sono i tipi di pittura sulle facciate urbane che hanno avuto qualche diffusione negli ultimi decenni. Il primo è il 'graffitismo' o *writing*, nato nei ghetti metropolitani degli USA sul finire degli anni '60, quale espressione di marginalità, disagio e protesta sociale, e operante per gran parte in condizioni di illegalità. La storia e la sociologia di questo fenomeno sono già stati oggetto di trattazione in questa serie di pubblicazioni e a quella rimandiamo.² Qui ci

¹ G. STOCCO, *Icone votive. Itinerari turistico-culturali*, Progetto Integrato Cultura, Codroipo 2002. Cfr. anche C. GAROFOLI, *Religiosità popolare ed oggetti devozionali nel comune di Nimis (UD)*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002.

² E. DI SARIO, *La nuova urbs picta. Esperienze di Writing a Conegliano*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse demotiche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 1, Forum, Udine 2001, pp. 265-282.

limitiamo a rimarcare che, grazie al graffitismo e al *writing*, per certi aspetti le città contemporanee sono tornate a essere *urbes pictae*, anche se illegalmente e con esiti estetici generalmente discutibili.

Il secondo filone è la decorazione con figurazioni colorate di superfici murarie in luoghi altrimenti degradati, allo scopo di renderli più gradevoli: facciate di edifici anonimi, residenziali o commerciali o industriali; pareti laterali cieche prospicienti aree vuote; edifici destinati alla demolizione; muri di recinzione o contenimento; e così via. Questi interventi sono caratterizzati spesso dalla grande vivacità cromatica, allo scopo di compensare lo squallore dell'ambiente; spesso, dalle grandi dimensioni; e, di norma, dall'adozione di stili 'popolari', 'naïf', 'folk', 'infantili', ma anche iperrealistici e illusionistici (*trompe-l'oeil*), per renderli più comprensibili alle abitudini percettive e ai gusti figurativi dei residenti, normalmente di modesta cultura. Inoltre, questi lavori – come i 'graffiti' – non ambiscono alla lunga durata; hanno l'aria allegra e precaria del gioco e della festa. A differenza dei graffiti, però, sono il frutto di iniziative comunitarie, spontanee o istituzionali (comitati di quartiere, autorità locali ecc.) e sono opera di artisti professionisti.

Il problema della durata è proprio di ogni tipo di pittura esterna. L'esposizione agli agenti atmosferici (sole e pioggia) tende a cancellare ogni segno pittorico, e questo è senza dubbio uno dei fattori limitanti la diffusione di questa pratica, e di ricerca di modi più permanenti di realizzare effetti cromatici (uso di marmi colorati, ceramiche, vetri, mosaici, coloriture in pasta delle malte, graffiti in senso tradizionale, ecc.). Se non ci si vuole rassegnare alla temporaneità dell'opera, ci si deve rassegnare al suo periodico 'ripasso' e/o ridipintura, con le inevitabili alterazioni e probabile perdita di qualità. Un altro modo è quello di proteggere le pitture esterne dal sole e dalla pioggia mediante sbalzi, tetti, logge, portici, ecc: con ciò la pittura parietale viene a trovarsi in una condizione intermedia tra l'esterno e l'interno.

3. Il muralismo di regime del '900: i casi messicano-comunista e italiano-fascista. L'uso della pittura allo scopo di diffondere nella popolazione le idee e i valori dominanti in una società (educazione, costruzione del consenso, propaganda, ecc.) è evidentemente antica quanto la grande pittura 'pubblica' stessa, sia all'interno che all'esterno di templi e palazzi. Nel corso dell'800 la pittura pubblica, celebrativa del nuovo ordine borghese e laico, si ritirò quasi completamente all'interno dei palazzi dove avevano sede le istituzioni: parlamenti, ministeri, tribunali, teatri, musei, università e così via. A questa pittura si dedicavano professionisti formati nelle Accademie. Intanto però la storia della pittura si era sviluppata su altre strade, e si identificava prevalentemente con la 'pittura da cavalletto', tesa a produrre opere di piccolo formato, mobili e commerciabili, destinate al mercato privato, alto-borghese, e alla decorazione domestica.

Contro questa privatizzazione e 'imborghesimento' della pittura si sollevarono nel Novecento, tra le due guerre, due scuole 'muraliste', quella messicana e quella italiana. Entrambe hanno radici in eventi politici che si proclamano rivoluzionari, anche se dal carattere molto diverso. In Messico le differenze abissali di condizioni di vita tra l'élite latifondista e le masse popolari, il contrasto tra l'elemento ispanico e il sostrato indio, e tra le correnti laiciste-borghesi urbane e una chiesa cattolica fortemente radicata sia nell'aristocrazia che nelle masse popolari rurali, e infine l'influsso ideologico del marxismo-leninismo europeo, portano alla sanguinosissima guerra civile iniziata nel 1910 e che in dieci anni di convulsioni provocò un milione di morti. Nel 1920 il grosso del massacro si esaurì (anche se continuarono ancora per alcuni lustri le persecuzioni dei cattolici, i *cristeros*, con ca. altri 200.000 morti),

ma rimasero vivissime le passioni che lo avevano alimentato. Anche il mondo artistico messicano ne era stato pienamente coinvolto, e appena stabilizzatosi, il potere rivoluzionario affidò, tramite il ministro della Pubblica Istruzione José Vasconcelos, ai pittori il compito di propagandare con grandi pitture pubbliche la nuova ideologia: un misto di nazionalismo, populismo, marxismo/leninismo, e nativismo indio; e soprattutto con una forte carica anti-borghese e anticlericale (e, più latamente, antireligiosa). Ai pittori furono messi a disposizione i palazzi pubblici a Città del Messico e in altre città del paese. Protagonisti di questa stagione, iniziata nel 1921, furono tre ferventi militanti comunisti: José Clemente Orozco (1883-1949), Diego Rivera (1886-1957) e David Alvaro Siqueiros (1896-1974). I loro lavori sono caratterizzati da grandi e talvolta immense dimensioni, come è nella natura dell'arte pubblica, dall'uso di colori sgargianti, dalle figure realistiche e fortemente segnate, spesso 'caricate' in modo grottesco e mostruoso, per massimizzare l'espressività e la comprensibilità da parte del popolo; e dalla fortissima carica emotiva, dove sull'amore per il popolo sembra prevalere l'odio contro i suoi nemici. I soggetti ricorrenti sono le condizioni di vita e le lotte contadine, l'esaltazione del passato pre-colombiano, gli orrori della conquista spagnola, gli eroi della rivoluzione in Russia e in Messico, la malvagità delle forze controrivoluzionarie (il padronato capitalista, la chiesa, i militari), e il progresso dell'umanità verso un mondo più giusto, sotto la guida dei suoi profeti: Marx, Engels, Lenin, Trotzky. Dal punto di vista tecnico, si ricorre ai più recenti ritrovati nel campo dei pigmenti e vernici industriali e delle macchine per stenderli sulle superfici; e si impiegano squadre di assistenti, entusiasti e sottopagati. Nella maggior parte dei casi, il muralismo messicano è ospitato all'interno dei palazzi pubblici; ma vi sono anche alcuni casi di esterni. La fase genuinamente creativa del fenomeno si esaurisce in pochi anni; emergono inevitabilmente contrasti e differenziazioni sul piano ideologico (ad esempio nel giudizio sul valore del mondo precolombiano e quindi sul significato storico della conquista spagnola) e personale; ma, di fronte alla normalizzazione della gestione del potere, si stemperano anche gli entusiasmi rivoluzionari. In particolare, il governo chiese agli artisti di moderare il loro attivismo comunista, e non tutti si conformarono.

Intanto però il muralismo messicano, promosso anche dalla macchina propagandistica del movimento comunista internazionale guidato da Stalin, aveva riscosso grande attenzione e successo in tutto il mondo. Anche negli USA, dove negli anni '30 una parte significativa della gioventù intellettuale era stata affascinata dal verbo rivoluzionario (marxista/leninista e trozkista, più che stalinista: si ricordi che Trotzky in quegli anni era esule in Messico, e molto omaggiato dai muralisti). Alcuni di essi vennero invitati a lavorare negli USA, e tra le molte iniziative del *New Deal* rooseveltiano per incentivare l'occupazione, trovarono spazio anche commesse a giovani pittori per decorare con murales i palazzi pubblici (la Federal Arts Projects della Work Progress Administration di Stuart Davis, 1933). Anche i Rockfeller vollero avere, per il loro nuovo splendido Centro a Manhattan, un mural di Orozco, e Siqueiros lavorò a Los Angeles.

Il muralismo messicano non è senza influenza sul caso italiano. Anche il fascismo si vantava di essere nato da una rivoluzione (pur se infinitamente meno cruenta di quella messicana) in cui si intrecciavano filoni socialisti e nazionalisti, populistici e anti-borghesi (e anche repubblicani e anticlericali, seppur presto messi a tacere). A differenza della rivoluzione messicana, però, quella italiana si contrapponeva frontalmente al bolscevismo; ma, come è noto, nelle guerre si impara sempre qualcosa dai nemici.

La politica artistica del regime era influenzata, da un lato, dal movimento futurista, che aveva costituito una delle componenti fondanti del fascismo; e dall'altro, dall'iniziativa di

‘ritorno all’ordine’ e ai ‘valori plastici’, promossa in particolare dall’amica personale del Duce, Margherita Sarfatti, sotto l’etichetta di ‘Novecento’ (1923). Ma il fascismo, almeno fino al 1938, lasciò ampia libertà di espressione al mondo degli artisti; grazie soprattutto a Giuseppe Bottai, contrarissimo all’idea di un’arte di regime.

Quella che più si avvicina all’idea dell’arte di regime è appunto il muralismo. Nel 1933 Mario Sironi, sincero fascista, pubblica con Carrà, Campigli e Funi il *Manifesto della pittura murale*. Egli proclama la pittura murale la più autentica espressione dello ‘stile fascista’, in quanto rivolta alle masse popolari. In essa deve prevalere l’elemento stilistico su quello emozionale: lo stile della pittura fascista deve essere antico e ad un tempo nuovissimo; deve predominare l’ordine e il rigore della composizione. Le questioni del ‘soggetto’ sono di troppo facile soluzione per essere essenziali; le figure devono essere di tipo classico-arcaico, monumentali; le quinte architettoniche devono proporre la continuità tra gli archi romani e le ciminiere, il glorioso passato imperiale e i radiosi destini della moderna civiltà del lavoro.

Il manifesto non cadde inascoltato, e nella vigorosa politica di opere pubbliche e di rinnovo urbano (gli ‘sventramenti’) del fascismo i pittori di murales furono ampiamente coinvolti. Da una prima serie di ricerche risulta che le pitture murali documentabili in Italia dall’inizio degli anni ’20 allo scoppio della seconda guerra mondiale sono circa 180; di queste poco più di un centinaio risultano ancora esistenti, per una superficie complessiva di 4800 mq; delle restanti una sessantina sono andate distrutte (2880 mq circa), e le altre sono state progettate ma non realizzate (960 mq circa). I poli di maggiore concentrazione sono Roma e Milano dove, più che altrove, si svolgevano le manifestazioni e risiedevano gli apparati di rappresentanza del regime; ma una folta schiera di artisti ha operato in tutta Italia decorando le pareti di edifici pubblici e di ambienti privati: municipi, accademie, stazioni, palazzi di giustizia, banche, università, cliniche, musei, chiese, sedi GIL (Gioventù Italiana Littoria), sedi ONB (Opera Nazionale Balilla).³

Certamente, i murales fascisti si presentano molto diversi da quelli messicani anche dal punto di vista formale, con schemi compositivi più semplici ed equilibrati, con uso dei colori più tenui, con l’inserimento di stilemi mutuati dal cubismo e dal futurismo. Il richiamo alla classicità si esprime nella riproduzione di quella ‘nobile semplicità e serena grandezza’ che il Winckelmann vi aveva ravvisato come suo carattere genetico; con risultati di monumentalità statica e atemporale e di moderazione emotiva, o addirittura di assenza di emozioni.

L’esperimento pittorico risulta interessantissimo sotto il profilo storico, ideologico e artistico: esso rappresenta per due decenni un’occasione di convergenza delle principali tendenze artistiche del momento, molte delle quali erano state protagoniste delle avanguardie europee del primo Novecento e che ora, pur nella reciproca irriducibile differenziazione, condividono la speranza di poter coniugare l’energia rivoluzionaria del Fascismo in ascesa con la loro volontà di inserimento nella contemporanea ricerca europea. Così si spiega anche la febbrile attività teorica di molti artisti impegnati a favore della pittura murale.

Dopo il 1936, questa diffusa speranza di rinnovamento verrà inesorabilmente negata dalla involuzione del regime verso una retorica imperiale e guerrafondaia, e dall’attrazione verso la Germania hitleriana.

Malgrado la grande rilevanza di questo patrimonio, sia sotto il profilo quantitativo (sono circa mezzo ettaro i murales ancora esistenti) sia sotto quello qualitativo (ne sono autori molti

³ <http://www.berchet.enet.it/netday0.../fascismo.htm>, 28.06.2002, ore 10.45.

dei più importanti artisti italiani dell'epoca), questo periodo dell'arte italiana è stato finora pochissimo documentato a livello di studi critici, di documentazione visiva e di conoscenza del materiale teorico-programmatico; subito dopo la caduta del Fascismo, infatti, la maggior parte delle realizzazioni di regime sono state investite da una generalizzata operazione di *damnatio memoriae* storica e, quindi, fatte oggetto di occultamenti, censure e vandalismi.

4. I paesi dipinti. Abbiamo accennato al caso delle *urbes pictae*. Qui è da avvertire che anche in ambiente rurale si trovano casi di edifici dipinti. Nelle Alpi centro-orientali austriache e bavaresi, ad esempio, è comune la vista di elementi pittorici sulle case: falsi riquadri di porte e finestre, in *trompe-l'oeil*; e poi immagini sacre, richiami al folklore locale, bozzetti di vita rurale, figure allegoriche, paesaggi. Questa pratica sembra una sopravvivenza, nelle aree rurali e montane notoriamente conservative, della più antica tradizione signorile rinascimentale e barocca; molti stilemi e motivi sembrano infatti risalire a quei secoli.

In Italia non pare esistano regioni in cui si riscontri questa modalità sparsa di decorazione di esterni, né una continuità di tradizione. Esistono invece numerosi singoli paesi in cui questa tradizione si è instaurata in modo concentrato e in epoca contemporanea. L'ASSIPAD, Associazione Italiana Paesi Dipinti, ne segnala 85: 18 in Lombardia, 10 in Sardegna, 8 in Toscana, 7 in Campania, 7 in Piemonte, 5 in Sicilia, 5 in Lazio, 4 in Trentino-Alto Adige, 4 in Emilia-Romagna, e un numero minore in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Puglia, Umbria e Veneto. L'associazione è nata nel 1994 per iniziativa di Raffaele Montagna, e tra i paesi fondatori erano rappresentati Furore, Lauro, Arcumeggia, Boarezzo, Valganna, Vietri sul Mare, Marchirolo, San Sperate, Orgosolo, Villamar, Calvi. Le finalità associative sono, oltre lo scambio di esperienze tra le comunità impegnate nella valorizzazione, conservazione e miglioramento di questo patrimonio pittorico, la fruizione turistico-culturale, la pubblicizzazione, l'allestimento di itinerari a tema, e così via. L'Associazione è riconosciuta dal Ministero dei Beni Culturali, da cui riceve anche un piccolo sostegno.

Nella maggior parte dei casi, la pittura su esterni in ambiente rurale è una tradizione recente, e si può far discendere, in generale, dalla volontà dei piccoli centri, emarginati dalle grandi correnti dello sviluppo economico e dell'attenzione da parte della cultura ufficiale, incentrata sulle grandi città, di trovare un motivo di identità, di orgoglio, di notorietà; ma anche di trovare una ragione di sopravvivenza e crescita socio-economica nel settore del turismo culturale. Nella maggior parte dei casi l'idea germina spontaneamente nella comunità, in altri è promossa dalle autorità, in altre ancora è importata dall'esterno, ad esempio da artisti che casualmente si innamorano di una località e vogliono contribuire al suo abbellimento.

In alcuni dei paesi dipinti più famosi, come ad Orgosolo, San Sperate e Villamar i soggetti hanno carattere fortemente politico; in altri si rivolgono alla tradizione religiosa (il Natale e i presepi a Calvi d'Umbria). Ad Arcumeggia (VA) il tema dominante è quello dell'emigrazione, a Furore (SA), Meta (NA) e Diamante (CS) il rapporto tra l'uomo e il mare, a Marchialo (VA) il contrabbando, a Valganna (VA), Cibiana di Cadore (BL) e Valmasino (SO) i vecchi mestieri, a Vernate (CN) le avventure di Pinocchio, a Lauro (AV) i paesi naif, a Cervara (RM) e Vietri (SA) le ceramiche.

4.1. Il muralismo politico in Sardegna

Il caso di muralismo forse più noto in Italia è quello sardo, caratterizzato da un forte impegno politico di sinistra; in questo, ben più che per antiche comuni radici iberiche, è collegabile a quello messicano. Il fenomeno nasce a San Sperate, nel 1968, ad opera di un giovane

locale, Giuseppe (Pinuccio) Sciola, che aveva studiato arte, e si era infiammato all'empito 'rivoluzionario' del momento. In occasione della festa del Corpus Domini di quell'anno Sciola trascinò alcuni giovani del paese a decorare con pitture di vari soggetti le abitazioni e le botteghe, con scene ispirate alle tradizioni e ai costumi locali, alla vita quotidiana, e anche alle sofferenze dell'emigrazione e alle lotte degli oppressi. L'effetto decorativo di queste pitture incontrò l'ampio favore della popolazione, e molti si unirono all'impresa. Sciola chiamò a collaborare colleghi artisti di diverse parti della Sardegna, e anche dall'estero; compresi alcuni messicani allievi di Siqueiros.

Nel 1974, in occasione dell'inclusione di San Sperate nell'elenco dell'Unesco del Patrimonio culturale dell'umanità, l'amministrazione comunale tentò di porre un freno alla diffusione 'selvaggia' dei murales, ma dovette retrocedere di fronte alle proteste della popolazione. A San Sperate cominciarono ad affluire anche turisti e intellettuali. Nel corso degli anni, attorno a questa esperienza sono cresciute attività culturali e didattiche varie, stage, convegni e mostre; e le relative correnti turistiche. L'attività muralista continua, anche se a funzione più decorativa che politica.

L'esperienza di Orgosolo inizia l'anno dopo quella di San Sperate, nel 1969, ad opera del gruppo teatrale anarchico Dioniso di Milano, qui attirato dalla presenza di un circolo giovanile di estrema sinistra. Dipinto in pieno Corso Repubblica, esso rappresenta lo stato di incuria in cui versa la Sardegna, scomparsa addirittura dalla carta geografica della Penisola.⁴ Nel 1975 un insegnante senese di educazione artistica, Francesco Del Casino, trasferitosi a Orgosolo anche per motivi ideali, oltre che occupazionali, coinvolse i propri allievi della locale scuola media in una proposta educativa e politica allo stesso tempo. In occasione del trentennale della Liberazione dell'Italia dal nazifascismo fu elaborato un progetto didattico che prevedeva un lavoro di ricerca sui partigiani orgosolesi che avevano preso parte alla lotta: gli allievi dipinsero dei manifestini, accompagnati da didascalie, che servirono da bozzetti per i primi murales, realizzati appunto dai ragazzi sotto la guida dell'insegnante. I temi trattati e i problemi denunciati sono sia specifici della Sardegna, come il dramma dell'emigrazione, la volontà di un diverso ruolo della donna nella società barbaricina, le lotte popolari (ieri contro il giogo sabauda, oggi per condizioni di vita più dignitose e per il lavoro, contro le basi militari italiane e americane, e la chiusura delle miniere), sia di carattere nazionale e internazionale (l'imperialismo americano, le lotte di liberazione dei popoli oppressi, ecc.). I murales narrano le fatiche, le denunce e le conquiste di una piccola comunità, colorati racconti di storia quotidiana che si intrecciano alla raffigurazione di eventi e di lotte politiche di respiro mondiale. Il loro linguaggio è semplice, fortemente espressivo. Quando l'immagine non basta alla comunicazione, il muralista ricorre alla didascalia, alla citazione letteraria o politica, alla frase memorabile. Lo stile adottato è conforme al messaggio che i murales intendono trasmettere. Le loro vivaci forme artistiche sono anche una testimonianza storica.⁵ Da trent'anni ormai le mura del municipio e della biblioteca, dell'ambulatorio e dei bar si prestano alla creatività di artisti che hanno affidato e affidano ai murales le immagini e le voci non solo di una comunità ma di un'isola intera. Nel 1989, in occasione del bicentenario della rivoluzione francese, Del Casino realizzò un mural celebrativo in cui si denunciava contemporaneamente anche il massacro di studenti sulla piazza Tienanmen ad opera del governo cinese, avve-

⁴ P. RUBANU, G. FISTRALÉ, *Murales politici della Sardegna*, Massari Editore, Bolsena 1998, p. 9.

⁵ *Ivi*, p. 17.

nuto lo stesso anno. Altri murales furono dipinti nel 1991 contro la prima guerra del Golfo; un altro contro la conquista spagnola delle Americhe, su versi di Pablo Neruda. E la pratica continua: ogni avvenimento di politica interna e internazionale che desti scandalo (soprattutto se imputabile alla destra reazionaria e agli USA imperialisti e sopraffattori) trova pronta denuncia sui muri di Orgosolo. Tuttavia si trovano anche serene rappresentazioni di vita quotidiana: uomini a cavallo, madri con bimbi, pastori al lavoro, e così via.

All'inizio, i murales erano stati accolti con indifferenza da parte dell'amministrazione comunale e con qualche fastidio da parte di quella metà della cittadinanza che non condivideva l'ideologia proposta. Successivamente il loro positivo influsso sul turismo, qui attirato anche dalla notorietà dei murales, attenuò le opposizioni, e Del Casino teme che l'esperienza muralista sia in parte fagocitata dal consumismo. I murales, dipinti con colori acrilici, vengono regolarmente restaurati e rinfrescati.⁶

4.2. Altri paesi dipinti in Italia

Da lontano, Valloria sembra un paesino di collina come gli altri in Liguria: un borgo medievale su una collina della Val Prino, circondato dagli ulivi. Molte case sono vuote, solo poche persone anziane vivono lì tutto l'anno. I giovani si sono trasferiti ad Imperia, Torino, Genova, Milano.

A caratterizzare questo paesino ci sono le sue porte dipinte; e in questo si distingue anche dagli altri paesi dipinti, dove in linea generale a essere dipinti sono i muri. Qui ogni porta è un'opera d'arte; l'intero paese è un museo a cielo aperto. L'iniziativa è cominciata nel 1994, grazie a un personaggio locale, Angelo Balestra e ai suoi amici del circolo 'Tre Fontane', decisi a invertire il processo di abbandono promuovendo piccoli lavori di riatto, allo scopo di rendere possibile lo svolgimento di manifestazioni a carattere culturale e ricreativo. Gli 'amici di Valloria' riuscirono così a portare lassù migliaia di persone. La decorazione delle porte, ad opera di pittori liguri di fama, si inquadra in questo più ampio insieme di iniziative di rilancio del borgo. Il primo anno parteciparono 18 artisti, e la manifestazione assunse i caratteri di un happening, ripreso dalle videocamere del regista tedesco Werner Stains. Oggi vi sono circa sessanta porte dipinte. Titoli come 'la leggerezza dell'essere' 'la porta delle lucciole' 'sole e luna' adornano le entrate. Per ogni porta c'è una storia, storie sui dintorni. La natura, gli uomini e i paesi dipinti della Liguria si alternano con rappresentazioni astratte ed illusioni ottiche. Dietro ogni angolo, sorprende una nuova visione: colorate nature morte accanto ad oggetti surreali, forme morbide e romantiche trovano spazio in viuzze, dietro vasi di fiori, davanti a muri appena dipinti nei colori della terra, o come unico punto di luce in mezzo ad intonaci cadenti. L'iniziativa ha avuto un concreto effetto benefico sulla vita del paese: molte case sono state ristrutturate come seconda abitazione, anche da parte di persone che vengono da lontano (intellettuali tedeschi). Comincia a porsi il problema della manutenzione delle opere; per il momento si stende ogni tre-quattro anni una mano di vernice protettiva.⁷

Arcumeggia è un piccolo borgo montano, arroccato sulle colline della Valcuvia, in provincia di Varese. La storia di Arcumeggia come 'paese dipinto' nasce all'inizio degli anni '50, quando vi si svolsero alcune manifestazioni di pittura ex tempore per 'pittori in vacanza', che

⁶ R. MANNIRONI, *Arte murale in Sardegna*, Edizioni Incaspisano, Cagliari 1994; s.n., *Murales, fantasie e colori sulla pareti di fango*, in «L'Unione sarda», Cagliari, 20.12.1998.

⁷ Associazione Amici di Valloria Le Tre Fontane, *Valloria e le sue porte dipinte*, Catalogo, Imperia 2002.

in una giornata dovevano documentare sulla tela aspetti del paese e dei dintorni. Nel 1956 si pensò di ambientare una serie di affreschi sulle pareti esterne delle case del paese. Agli artisti invitati veniva offerto vitto e alloggio e una ricompensa di centomila lire per ogni opera da realizzarsi in una settimana di tempo. All'invito risposero artisti del calibro di Remo Brindisi, Giuseppe Migneco, Sante Monachesi, Aligi Sassu, Aldo Carpi, Achille Funi ed altri. Una delle finalità dell'iniziativa era di richiamare l'attenzione del mondo culturale sulle tecniche dell'affresco, che in quella zona aveva dato in passato frutti notevoli, ora in necessità di restauro e valorizzazione.

Le pitture corrispondono ad un ciclo temporale abbastanza breve, e le esperienze, i gusti, le inclinazioni, le scelte variano con la diversa personalità di ogni artista. L'armonia dei dipinti compone un racconto, una leggenda, la vita stessa scandita da antichi gesti e antichi riti. Vengono rappresentate scene di emigrazione, di vita agreste, di tradizioni, di sport, di natura e mitologia. Altri temi raffigurati sono: l'attesa, il lavoro degli uomini, i giochi dei bambini, la maternità, la vittoria.

Anche se Arcumeggia è il paese dipinto più conosciuto del Varesotto, non bisogna dimenticare che in tutta questa provincia esistono molti altri luoghi che ripropongono nei murali i temi delle antiche tradizioni, del lavoro e della vita della loro gente.⁸

5. Il caso di Bordano, 'paese delle farfalle'. Il Comune di Bordano, in provincia di Udine, è situato tra la piana del Tagliamento e le pendici del monte San Simeone, a un'altitudine di 214 metri sul livello del mare, e con un'unica frazione, Interneppe. Stretto tra il monte e il letto del fiume, pressoché privo di risorse agricole, è vissuto per secoli come punto di appoggio della fluitazione e poi come luogo di emigrazione stagionale. Totalmente sgomberato durante la ritirata di Caporetto nel 1917, fu bruciato per rappresaglia dai tedeschi nel 1944 e occupato dai cosacchi. Superati gli anni durissimi del dopoguerra stava appena conoscendo qualche pallido riflesso di benessere grazie allo sviluppo industriale della zona gemonese-osovana quando venne di nuovo raso al suolo dal terremoto del 1976. Questo sembrava aver dato il colpo di grazia ad una comunità già dissanguata; invece Bordano, grazie anche alla capacità di esprimere una leadership politico-amministrativa di particolare energia, fu integralmente ricostruito e tornò a vivere come paese di pendolari.

Negli anni '90 questa situazione sembrava destinata a condurre alla disgregazione del tessuto comunitario, alla perdita di solidarietà e identità. Si poneva ai leader della comunità la necessità di trovare motivi di orgoglio e appartenenza. Qualcuno ricordò che al I Convegno friulano di Scienze Naturali, svoltosi a Udine nel 1955, alcuni entomologi austriaci avevano riferito di loro ricerche, iniziate già nel 1928, che avevano permesso di rilevare in questa zona, e in particolare sul Monte San Simeone, una straordinaria quantità di specie di farfalle, e che da allora la zona era nota nel ristretto mondo degli studiosi e dei collezionisti come un 'paradiso delle farfalle'. Qui sono presenti almeno 500 specie di *pavees* (farfalle in lingua friulana), tra notturne e diurne. L'amministrazione comunale incaricò due esperti, Giuliano Mainardi e Federico Sgobino, di aggiornare le vecchie indagini austriache. Il risultato degli studi fu messo alla portata di tutti grazie alla pubblicazione del libro *Pavees, farfalle ed altri insetti del Monte S. Simeone* (Comune di Bordano, 1996). La pubblicazione di quel libro portò ad un incremento del turismo naturalistico; ma anche all'idea di 'mettere al sicuro' le farfalle, eter-

⁸ www.cremonaonline.it/contenuti/art026710.html.

mandole sui muri del paese. «L'attenzione si spostò dai prati e boschi ai muri di alcuni edifici pubblici, dove dapprima timidamente e poi con sempre maggior soddisfazione e appoggio da parte della popolazione, cominciarono a fiorire – grazie inizialmente all'impegno e alla disponibilità di eccellenti artisti locali – murales variopinti che narravano la vita delle farfalle».⁹ Dalla sinergia tra il sindaco, Enore Picco, e i suoi amici pittori Floreano Franzil e Giuseppe Brombin nacque l'idea di valorizzare questa specificità con un concorso di pittura murale. Franzil, Jan per gli amici, come tutti friulani della zona (è di Alesso di Trasaghis, un paesino a pochi chilometri di distanza da Bordano), era partito giovanissimo dal suo paese, dirigendosi verso la Francia, dove per mantenersi lavorava come manovale edile, ma la sera coltivava una passione per la pittura contemporanea, e specie l'impressionismo e il cubismo. Poi si trasferì in Germania, dove 'fece i soldi' (parole sue) come ritrattista. Tornato al paese, continuava a dipingere da amatore. Brombin invece, veneziano, era diplomato all'Accademia di Belle Arti di Venezia e da vent'anni dipingeva, esponeva ed era attivo nell'ambiente artistico veneto.

Il consiglio comunale approvò il progetto alla condizione che non gravasse in alcun modo sulle casse comunali. Il sindaco raccolse la sfida e reperì finanziamenti presso l'Azienda provinciale turistica, l'Amministrazione provinciale di Udine, e sponsor privati; tra cui una ditta di prodotti per la pittura murale (Edicolor, di Milano). Per gestire l'iniziativa promosse la costituzione di una cooperativa, a nome 'Pavees'.

L'annuncio del concorso, ampiamente pubblicizzato nel maggio 1996, sollevò molte riserve nel piccolo establishment artistico udinese, ad esempio da parte del Centro friulano di Arti Plastiche, che riteneva il comitato organizzatore e la giuria non all'altezza del compito. Sul quotidiano udinese apparve anche una nota in cui si definiva devastante l'iniziativa («città distrutte»). Nessuno degli artisti friulani più noti partecipò; secondo l'acido commento del sindaco, per «ragioni di tornaconto». Invece la risposta al bando di concorso fu molto buona da parte degli artisti 'minori': in due mesi pervennero circa 150 bozzetti; tra questi la giuria ne selezionò 70 come di sufficiente qualità. Il tema era unico: le farfalle, da qualsiasi prospettiva stilistica o narrativa. I bozzetti furono poi sottoposti ai proprietari che avevano aderito all'iniziativa, e qui vi fu comprensibilmente qualche difficoltà nel distribuirli in modo che accontentassero i gusti di ognuno.

Pur senza esborsi diretti di denaro proprio, il Comune di Bordano fu parte attiva nell'iniziativa; non solo come titolare del bando e del regolamento della manifestazione, ma anche come fornitore di servizi. Si impegnava nella fornitura delle attrezzature (impalcature), della superficie preparata (biancone), dei colori, e procurando condizioni di favore per gli artisti negli alberghi e trattorie della zona. In alcuni casi provvedeva anche all'ospitalità (per due giorni) verso artisti bisognosi, e così via. A ogni artista erano concesse due settimane di tempo, in periodi scaglionati tra il 15 maggio e il 30 luglio, in modo da evitare il sovraffollamento e mutuo intralcio.

Il concorso prevedeva due premi da tre milioni di lire: il primo assegnato da una giuria di esperti (appunto Franzil, Brombin e un esperto esterno) e il secondo da una giuria popolare, composta da una varietà di soggetti: i paesani, i pittori stessi, i turisti. Il premio venne assegnato in occasione della sagra di ferragosto.

Alla prima edizione hanno partecipato quasi esclusivamente artisti provenienti dal

⁹ L. PICCO, *Il paese delle farfalle. Bordano e la sua scommessa*, in «Le Tre Venezie - Il Gemonese», 4 (2004), pp. 49-54.

Nordest; nelle seguenti, il successo della prima ha stimolato l'arrivo di artisti anche dal resto d'Italia e perfino dall'estero (Ucraina, Russia, Vietnam).

Bordano è così diventato 'il paese delle farfalle': percorso in tutte le stagioni – ovviamente con alcuni picchi e altri periodi di stanca – da gruppetti di visitatori, ormai provenienti da un bacino sempre più ampio; con effetti evidenti sull'economia dei pubblici esercizi. Le pitture di Bordano sono state pubblicizzate in alcuni libri riccamente illustrati. Dal concorso di pittura sono gemmate altre iniziative, sempre imperniate sul tema delle farfalle. Una è un concorso internazionale di fiabe e illustrazioni su questo tema. L'altra, molto impegnativa da ogni verso, è la 'casa delle farfalle', un edificio di 2500 mq, suddiviso in 3 serre in cui si sono realizzati artificialmente ambienti simili a quelli originari (Africa, Amazzonia, Asia-Australia). Vi vivono mediamente 500 farfalle, di specie anche rare. Data la brevità del ciclo di vita di questi lepidotteri, ogni settimana devono schiudersi 5-600 crisalidi, acquistate presso fornitori specializzati, al costo annuo di ca. € 50.000. Nella casa delle farfalle lavorano due persone laureate in scienze naturali e con mansioni anche di guide turistiche; due commesse e una decina di persone a turno, organizzate in cooperativa di gestione dell'intera Casa. Da marzo ad ottobre 2004 si sono contate ca. 50.000 presenze. Il pubblico ha a disposizione anche un laboratorio didattico, una sala video e postazioni multimediali. Si organizzano anche mostre temporanee, come quella sul mimetismo (fig. 110).

Infine è da dire che Bordano è divenuto un modello per altri paesi della regione. Così ad esempio Aiello del Friuli ha scelto il tema delle meridiane, e sono ormai molte decine quelle che decorano le facciate delle sue case e le sue piazze.

6. La ricerca. La ricerca sul caso Bordano ha comportato l'esame della documentazione messa a disposizione dal Comune e dalla Cooperativa, tre interviste con i promotori dell'iniziativa (il sindaco Enore Picco e i pittori Floreano 'Jan' Anzil e Giuseppe Brombin), 50 interviste su questionario ad altrettanti artisti partecipanti, e 45 interviste, ancora su questionario, a residenti del paese, sia proprietari di case dipinte che non dipinte. Nel lavoro di tesi, le interviste ai tre protagonisti sono riportate per intero. Quella al sindaco Picco è estremamente fattuale e *tranchant*, in armonia con il suo carattere pragmatico e diretto. Ai due artisti si sono invece anche chieste opinioni su una varietà di temi: sulla qualità artistica dei dipinti di Bordano, sui loro rapporti con il muralismo vero e proprio (non ce ne sono: quelli di Bordano sono 'quadri su muro', a scopi puramente decorativi; nulla a che fare con la tecnica e lo spirito del muralismo politico), sui rapporti tra l'esperienza di Bordano e quella degli altri paesi dipinti in Italia (anche qui, le situazioni sono molto diverse; non ci sono rapporti ufficiali con gli altri paesi dipinti d'Italia, anche se molti sono noti agli organizzatori; l'esperienza di Bordano pare distinguersi per serietà, sistematicità e coerenza), sulle prospettive di sviluppo dell'esperienza di Bordano e dell'arte in generale.

La ricerca sugli artisti partecipanti rivela che ai vari concorsi hanno partecipato artisti di ogni età: dalla più giovane, nata nel 1978, al più anziano nato nel 1927. Senza contare che ci sono stati dei murali di gruppo, realizzati da scolaresche e da gruppi di giovanissimi. La maggior parte degli artisti, comunque, ha un'età media tra i 25 e i 50 anni. Maschi e femmine sono rappresentati in egual numero.

Come si è già accennato, per quanto riguarda la provenienza, nel primo anno prevalgono nettamente i locali (friulani); in seguito si è rafforzata la componente del vicino Veneto. Ma si trovano anche romani, milanesi, bergamaschi, ravennati, arezzini, e sporadicamente, artisti provenienti da paesi stranieri, ma già in Italia per altri motivi.

Per quanto concerne la preparazione artistica dei partecipanti, si possono rilevare diversi livelli di cultura. C'è chi possiede solo il diploma di scuola elementare e media e chi, invece, è in possesso di una laurea o di un attestato dell'Accademia delle Belle Arti.

Anche le attuali occupazioni dei partecipanti sono varie e numerose: dallo studente alla casalinga, dal professore all'operaio, fino al pittore vero e proprio. Tutti hanno partecipato solo spinti dalla passione per la pittura. La maggior parte dei partecipanti è venuta a conoscenza del concorso grazie alla pubblicità su quotidiani locali, riviste, annunci radiofonici e manifesti pubblicitari.

In generale, il tempo di realizzazione di ciascun murale varia dai tre ai quattro giorni, anche se ci sono state opere che hanno richiesto molto più tempo. Tutto dipende da vari aspetti: dalla meticolosità dell'artista, dalla sua ispirazione, dal tema raffigurato. Molti hanno confidato che il tempo di ideazione e quello di realizzazione sono molto diversi; il primo richiede più tempo. Alcuni hanno impiegato anche due settimane solo per mettere a punto il bozzetto.

La maggior parte degli artisti dichiara di aver incontrato qualche problema puramente tecnico, dovuto all'inesperienza con la pittura murale; a cominciare con il dover lavorare su un'impalcatura, con la sua ristrettezza di spazi operativi, e i problemi di equilibrio (fig. 94). Altri ancora hanno rilevato problemi legati a corrette proporzioni, agli effetti di trasparenza dei colori, alla realizzazione della struttura prospettica del dipinto (linee e punti di fuga) infine alla trasposizione dal bozzetto alle dimensioni finali.

Quasi tutti i pittori hanno dichiarato che il risultato ottenuto ha reso perfettamente l'idea iniziale. Anzi, qualcuno afferma che il proprio murale ha guadagnato in forza espressiva e che sul muro il risultato è stato più felice che sulla carta.

Per quanto riguarda il condizionamento del tempo atmosferico, tenendo presente i cinque anni di concorso e le diverse fasi di realizzazione, l'anno migliore risulta il 1996. Negli anni che seguirono, infatti, ci furono diverse giornate di pioggia e altre di troppo caldo che influirono negativamente sul lavoro. Alcune parti furono ridipinte a causa della pioggia e questo implicò un ulteriore spreco di tempo. Molti lamentano il poco tempo messo a disposizione per la realizzazione delle opere.

La maggior parte degli artisti si è valsa dei soli pennelli e dei colori acrilici messi a disposizione dal Comune (fig. 95). Alcuni affermano di aver utilizzato anche carboncini e aerografi. Un artista ha realizzato gran parte dell'opera nel suo studio utilizzando juta e tela. Un altro ha utilizzato plastica e fili, tubi di gomma.

L'accoglienza della popolazione è stata per la maggior parte ottima. La comunità è risultata piacevolmente sorpresa dalla novità. È stata disponibile, curiosa e ospitale. Molti artisti, infatti, hanno definito la popolazione gentile e simpatica. In parecchi hanno ricevuto apprezzamenti durante l'operato e scambiato quattro chiacchiere con i proprietari del muro su cui stavano lavorando. Si intrattenevano in simpatiche discussioni bevendo un caffè o una bibita ghiacciata. Solo in due casi, la conoscenza con i proprietari si è dimostrata limitata e molto difficile. Anzi, un'artista la definisce «piuttosto superficiale e sufficientemente cordiale».

Per quel che riguarda il tema e lo stile molti sono stati gli spunti emersi nelle interviste. Le farfalle sono per la maggior parte degli artisti un pretesto per comunicare qualcosa di ben definito. Varie le tematiche: il lavoro del pittore, il terremoto, ospitalità della gente, tradizioni, emigrazione, percorsi metafisici, pregi e difetti dell'uomo, amore per la vita espressa attraverso il colore, osservazione dell'ambiente circostante.

Lo spunto narrativo è stato variamente ispirato da fumetti e illustrazioni per infanzia, da

racconti delle persone anziane, dal sogno di volare, da libri, dalla ricerca dell'intimo umano, da ricerca cromatica e compositiva, dal Vangelo, da poesie di Neruda, da leggende africane, ecc.

Per quel che riguarda lo stile anche qui le risposte sono molteplici, anche se prevale chi dichiara di usare uno stile proprio, nato da 'diversi padri'. Questo stile molto personale viene affiancato da utilizzo di stili come il liberty, il 'classico', e ancora surrealista-metafisico, grafica alla Escher, murales e grafica della scuola americana, iconografia tradizionale dell'arte a soggetto popolare, illustrazioni per le favole, ecc. (fig. 96-109).

Alla domanda «È soddisfatto della collocazione del proprio murale?», la maggior parte degli artisti ha risposto affermativamente. Cinque pittori, il 7%, hanno ritenuto abbastanza soddisfacente la posizione assegnata, quattro per niente adeguata dato che i luoghi risultano un po' discosti e appartati, lontani dalle vie principali del paese.

Un artista afferma che «la collocazione non incide sulla validità dell'opera ma il murale stesso deve integrarsi con l'ambiente che va a colorare».

Per quanto riguarda il giudizio sulle due giurie i pareri non concordano. Pochi ritengono accettabile e positivo il lavoro svolto dalle due giurie. Alcuni hanno nutrito molte perplessità sulla giuria popolare definendo il loro giudizio alquanto incomprensibile. Un artista ha addirittura affermato che, secondo lui, nella giuria di artisti non ce n'era neanche uno. Ad alcuni non interessava molto il giudizio della giuria degli artisti ma era molto interessato e gratificato dall'opinione popolare.

Per quanto riguarda la domanda della partecipazione come trampolino di lancio, molti hanno preferito definire la loro 'una partecipazione fine a se stessa'. Due o tre persone hanno ammesso di averne ricevuto vantaggi, come pubblicità per il proprio operato. Gli artisti più 'scontrosi' hanno negato il loro bisogno di un trampolino, hanno elogiato la loro lunga esperienza in questo ambito e hanno ribadito il loro credo in un lavoro serio e in solitudine. I più credono in un lungo e paziente lavoro di sedimentazione delle esperienze.

Quasi tutti si ritengono abbastanza soddisfatti del loro lavoro anche se ammettono che le critiche costruttive sono sempre presenti e ben accette. Molti dichiarano che un artista non può dirsi mai soddisfatto completamente, altrimenti «la sua arte non evolverebbe e peccherebbe di presunzione».

Alla domanda «Che messaggio ha voluto trasmettere con la sua opera?» si sono date molte e svariate risposte come: «mondo pulito, dove gli animali vivono in sintonia con gli uomini», «sensibilità profonda di un popolo», «vita e bellezza non radicate a ciò che si ha ma a come siamo e diventiamo in una continua mutazione che è il nostro essere», «spaccato di tradizioni di un tempo», «fiducia nell'opera della natura», «solidità delle tradizioni friulane», «confronto tra passato e futuro», ecc.

La maggior parte degli artisti ha avuto precedenti esperienze simili, in mostre ed altri concorsi. Molti hanno presentato mostre personali e molti altri hanno avuto modo di recarsi anche all'estero, in Francia e Germania. Pochi, in realtà, hanno avuto esperienze di vero e proprio muralismo e questo lo si evince anche dalle difficoltà pratiche elencate sopra.

Quasi tutti riviverebbero l'esperienza di Bordano avendola giudicata ottima e molto stimolante.

Quasi tutti dipingono per hobby avendo altre occupazioni preminenti. La definizione superficiale o meglio generica di 'hobby' non rispecchia il vero amore e la passione che questi artisti hanno per la pittura. Pochi dipingono esclusivamente per lavoro. In realtà, hobby e occupazione redditizia coincidono per questi soggetti.

Alcuni non hanno mai partecipato a manifestazioni simili a quella di Bordano. Due o tre artisti hanno affermato che non rivivrebbero più l'esperienza perché tutto è sembrato organizzato in modo sommario e in molti si sono lamentati del poco tempo a loro disposizione. Ma secondo la grande maggioranza l'iniziativa di Bordano è vincente. Ha fatto conoscere il paese e la zona, ha dato la possibilità d'incontrare gente proveniente da diverse parti d'Europa, ha fatto trascorrere 'vacanze alternative' agli artisti e ai loro amici o familiari.

Per molti l'esperienza dei murales di Bordano è stata sicuramente positiva e gratificante, non solo per la pittura in sé stessa ma soprattutto 'per un discorso umano', poiché continuamente le persone del posto si fermavano a chiacchierare con gli artisti. Esprimevano le loro opinioni e davano dei consigli, interagendo così con il loro lavoro.

Per quanto riguarda le interviste ai residenti di case non dipinte, si riscontra una maggioranza di favorevoli all'iniziativa e soddisfatti delle opere. Emerge solo qualche rara perplessità, ma soprattutto la preoccupazione per la durata delle opere, e il destino delle facciate quando le opere non fossero più conservabili. Qualcuno ha delle riserve sull'affluenza dei turisti, che provocano un minimo di disturbo ai proprietari delle case dipinte.

Secondo la minoranza di perplessi, la 'storia delle farfalle' rischia di diminuire la credibilità e serietà del paese stesso; qualcuno afferma che è un'idea sentita da pochi (solo dal sindaco e suoi stretti collaboratori); manca una reale partecipazione della comunità; la qualità delle pitture è modesta; l'iniziativa ha un'impronta di auto-promozione politica.

Le risposte dei proprietari di muri dipinti si sono rivelate complessivamente molto più uniformi o coerenti. Ho raccolto 19 questionari compilati in modo preciso e molto pertinente. Quasi tutti sono stati subito favorevoli al 'Progetto Pavees'. Pochissimi hanno rivelato perplessità e dubbi sulla riuscita del concorso, vista la sua novità. Per quanto riguarda il tipo di rapporto tenuto con l'artista, praticamente tutti hanno affermato di aver avuto buoni o addirittura ottimi rapporti. Tutti gli artisti si sono dimostrati persone alla mano, socievoli e lontane dallo stereotipo dell'artista 'estroso'.

7. Conclusioni. Studiando le case dipinte di Bordano non ho trovato capolavori da manuale di storia dell'arte, ma in alcuni dipinti ho potuto scorgere tanto spirito, amore, propensione per la vera arte, quella che sa comunicare, che riesce ad interagire con l'osservatore. Inoltre girare per Bordano provoca sicuramente sensazioni piacevoli e rasserenanti per la possibilità di stare a contatto con la natura e con la gente del luogo, semplice e cordiale.

Gli abitanti di questo paese sono consapevoli di non possedere un Picasso o un Cézanne sulla facciata della propria casa, ma sono ugualmente orgogliosi di aver fatto parte dell'iniziativa e di dividerne, in un certo senso, tutti i meriti e i vantaggi.

Bordano e gli altri paesi dipinti esaminati in questo studio non sono certamente e non diventeranno mai le nuove Roma, Firenze, Venezia. Rimarranno piccoli episodi sparsi, talvolta del tutto appartati, talvolta circondati da un po' di fama grazie a sforzi di promozione e di pubblicità nei giusti circuiti del turismo culturale.

Qui, in queste comunità, l'espressione artistica coinvolge un po' tutti: amministratori comunali, popolazione, turisti di passaggio e artisti.

Non si trova qui l'arte per una ristretta di élite di esperti, capaci di individuare profondi e sorprendenti significati da ogni segno. È invece un'arte collettiva, non perché eseguita da più mani ma perché pensata e realizzata in sintonia e con un fine comune: abbellire il paese di vivaci colori e nuove immagini, lasciare ai posteri un ricordo vivo e concreto del passato, dei mestieri, dei sentimenti; nel caso di Bordano collegati tutti da un unico soggetto: la far-

falla, simbolo di leggerezza e di armonia con la natura ma anche di fragilità, come sono pure le cose umane.

Bibliografia

ASSIPAD, rassegne stampa.

Associazione Amici di Valloria Le Tre Fontane, *Valloria e le sue porte dipinte*, Catalogo, Imperia 2002.

Cataloghi dei concorsi di murales a Bordano, Arti Grafiche Friulane, Udine 1996, 1997.

Cataloghi dei concorsi di murales a Bordano, Ed. Pavees, Bordano 1998, 1999, 2000.

G. ERICANI, *Feltre città dipinta*, Editrice Canova, Treviso 2001.

AA.VV., *La conservazione dei beni storico-artistici dopo il terremoto del Friuli (1982-1985)*, Editoriale Libreria, Trieste 1986.

R. MANNIRONI, *Arte murale in Sardegna*, Edizioni Incaspisano, Cagliari 1994.

G. ROTONDI TERMINIELLO, F. SIMONETTI (a cura di), *Facciate dipinte, conservazione e restauro*, Sagep Editrice, Genova 1984.

P. RUBANU, G. FISTRALÉ, *Murales politici della Sardegna*, Massari Editore, Bolsena 1998.

UNIVERSITÀ NAZIONALE AUTONOMA, *Il nuovo muralismo messicano*, Messico, novembre 1966.

Sitografia

<http://www.berchet.enet.it/netday0.../fascismo.htm>.

<http://www.mi.../aerte%20graffito-murales.htm>.

Tattoo

L'arte di decorare la pelle*

ELENA SCIACCA

1. Introduzione. Decorare la superficie corporea con segni di vario tipo – disegni colorati in superficie o in profondità, bruciature, incisioni, scarificazioni, oggetti infilati e così via – è un costume diffuso in quasi tutte le culture che un tempo si chiamavano primitive (e che oggi non si sa più come chiamare in modo ‘politicamente corretto’). Secondo qualche studioso questa è anche la forma più antica, primordiale, di arte pittorica: prima che pareti, vasi o altri oggetti esterni, l'uomo ha cominciato a dipingere se stesso. A questa universalità facevano eccezione, fino a pochi decenni fa, la principali grandi civiltà: l'occidentale, l'indica, e la sinica.

Per quanto riguarda la prima, da quasi tremila anni vi si ammettevano solo gli interventi di superficie e temporanei sul volto – la cosmesi – e la foratura dei lobi delle orecchie per appendervi gli orecchini. Dipingersi la pelle a scopi non puramente cosmetico-seduttivi era considerata usanza barbarica, e la modifica permanente della sua superficie, con tatuaggi e cicatrici, considerata segno di devianza e marginalità. Come e perché questo sia avvenuto non è noto con certezza. Per quanto riguarda la radice giudaica della nostra civiltà, la proibizione sembra connessa con l'idea che il corpo umano è stato plasmato da Dio a sua immagine e somiglianza, e quindi partecipa della sua sacralità; l'uomo non può modificare ciò che Dio gli ha fatto e dato. Un'altra ragione può essere la pura e semplice volontà di distinguersi nettamente dagli altri popoli, dove tatuaggi e incisioni erano invece comuni. Il tatuaggio è espressamente condannato dalla Bibbia (*Levitico* 19, 28 e 21, 5) in questi termini. Qualcosa di simile, ma forse con risvolti più estetizzanti, può essere maturato nella concezione greca, con la sua idolatria del corpo umano. O il razionalismo greco può essere stato colpito dall'irrazionalità di imprimere sul corpo segni permanenti sull'onda di emozioni contingenti. Sta di fatto che sia nell'antichità greco-romana che in tutta la civiltà occidentale cristiana tatuaggi, cicatrici da taglio o bruciatura e altri interventi sulla superficie corporea erano condannati dalla morale e di solito anche vietati dalla legge; e praticati solo come punizione, e segno permanente di infamia e riconoscimento, su schiavi fuggitivi e su criminali. Negli ultimi due secoli la pratica del tatuaggio aveva però fatto la sua apparizione in alcune fasce marginali di popolazione – tipicamente, marinai, criminali, prostitute e carcerati – introdotta dai primi, che l'avevano appresa dalle culture tribali dell'Oceania, durante i viaggi settecenteschi di esplorazione.

L'irrompere di questa pratica nella 'subcultura giovanile' e nelle 'tribù metropolitane' dell'Occidente più avanzato, a partire dagli anni '60, e poi la sua diffusione anche in altri ambienti, più o meno legati al giovanilismo, è certo un fenomeno sociologicamente molto interessante da molti punti di vista. Scopo distintivo di questo lavoro è di mettere in luce i suoi rapporti con la sfera artistica; ma è sembrato comunque necessario ripercorrere la sua

* Sintesi di *Tattoo. Ricerca sociologica sull'uso e significato delle decorazioni corporee*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002, pp. 204.

storia, i suoi significati culturali, e accennare alle principali teorie psicologiche, antropologiche e sociologiche che hanno cercato di spiegarlo, spesso in modo critico, nel recente passato. Nell'ultima parte si riporteranno i risultati di una piccola ricerca sul campo, tra tatuatori e tatuati. Nelle conclusioni si darà libera espressione alle opinioni e sentimenti degli apologeti contemporanei del tatuaggio, in cui l'autrice si riconosce.

2. Cenni storici. L'impressione di segni permanenti sulla pelle si compie con due principali modalità. Nel tatuaggio si fa penetrare per puntura nello spessore della pelle sostanze coloranti; nella scarificazione o incisione si modifica, con tagli, buchi e bruciature, ed eventualmente l'inoculazione di particolari reagenti, la struttura superficiale della pelle, costringendola a sollevarsi in rilievo (cheloidi) o ad avallarsi. Questa seconda modalità è tipica delle popolazioni con pelle scura, dove la semplice coloritura non risulterebbe abbastanza evidente.

Mentre la coloritura superficiale e temporanea della pelle ha una funzione prettamente rituale, per marcare i momenti importanti della vita sociale – i riti, la festa, la guerra – i segni permanenti hanno essenzialmente la funzione di marcare l'identità individuale e l'identificazione sociale. Dai segni sul viso e sul corpo un individuo poteva essere facilmente identificato come appartenente ad una precisa tribù, clan e villaggio, o ad un certo gruppo biosociale all'interno di essi. La cerimonia del tatuaggio faceva di solito parte di riti d'iniziazione e di passaggio. Le variazioni individuali potevano avere ragioni meramente estetiche o contingenti, o potevano indicare i caratteri personali. Tra i più importanti erano quelli legati alla sfera delle virtù maschili: il coraggio, la capacità di sopportare il dolore. L'operazione di tatuaggio, infatti, comportando tagli, bruciature o bucature con punte e martelli, era piuttosto dolorosa. Non a caso tra i guerrieri maori, dai costumi particolarmente aggressivi, l'arte del tatuaggio raggiunse vette insuperate.

Talvolta si incontra una seconda funzione del tatuaggio: quella terapeutica. Qui si mescolano, come sempre nella medicina primitiva, effetti farmacologici, psicosomatici e simbolico-magici. L'iniezione di farmaci e l'inserzione di erbe medicamentose sotto la pelle può essere stata una delle origini del tatuaggio, e per estensione i segni risultanti potevano essere considerati salutari. Un esempio di straordinaria antichità è quello di 'Otzi, la mummia di Similaun', risalente al 5.300 a.C. e scoperta nel 1991. I piccoli segni presenti sulla pelle (gruppi di linee parallele sulla caviglia destra e sulla schiena, una croce dietro il ginocchio sinistro) sarebbero il risultato di una pratica medica finalizzata a combattere l'artrosi nelle parti più sottoposte agli sforzi fisici.

Mummie tatuate sono state trovate anche in Egitto, ma qui pare che le funzioni dei segni siano di carattere magico-simbolico. Secondo gli studiosi questi disegni simboleggiano la fertilità e il ringiovanimento; in altri casi erano legate al culto dei morti e della vita ultraterrena. Una mummia interamente tatuata con figure di animali, in ottimo stato di conservazione, di un capo Pazyrik, risalente all'Età del ferro, fu trovata nel 1948 in Asia Centrale.

Erodoto e altri scrittori dell'antichità accennano all'uso dei tatuaggi presso gli Egizi, ma soprattutto presso i popoli barbari. La parola usata era *stigma*, che nella cultura antica assunse il significato spregiativo che ancora conserva. Come si è accennato, gli stigmi a colore o a fuoco erano usati per marchiare i mercenari, i traditori, i sacrileghi, gli schiavi fuggiaschi, gli ergastolani, i gladiatori. Tuttavia qualche diffusione della pratica anche in altri ambienti sociali vi doveva essere, se Costantino, nell'editto di riconoscimento del cristianesimo come religione ufficiale dell'impero, dovette vietare i tatuaggi, salvo che sulle categorie umane sopra menzionate. Essa dovette persistere marginalmente anche nel medioevo, perché la Chiesa

dovette più volte condannare la pratica del tatuaggio e ribadirne la natura pagana, idolatrica e diabolica.

Vi sono state delle eccezioni. Talvolta i crociati, per essere sicuri di essere riconosciuti come cristiani se caduti in battaglia, e i pellegrini in viaggio verso la Terrasanta, si facevano tatuare o incidere una croce. Ci sono poi i casi isolati di trasgressione, ai vertici della società. Talvolta i sovrani e l'alta aristocrazia si sono considerati superiori anche alle proibizioni ecclesiastiche, e hanno cercato nella trasgressione un motivo di squisito piacere. Enrico III di Francia, notoriamente piuttosto viziato e vizioso, portava tatuate sulla schiena scene di caccia alla volpe; e molti altri sovrani dei secoli successivi erano tatuati con segni araldici o mistici. Esiste quindi anche un piccolo filone aristocratico del tatuaggio, tuttora vivo; ad esempio in casa Savoia.

Il primo incontro ufficiale tra la civiltà europea, dove il tatuaggio era praticamente sconosciuto e ufficialmente condannato, e le culture del tatuaggio fu per mezzo del 'principe Jeoly', o il 'principe dipinto', personaggio interamente tatuato, delle cui precise origini geografiche e sociali non si sa molto, condotto in Europa dall'avventuriero William Dampier all'inizio del Settecento, ed esibito al pubblico a pagamento. Un altro 'principe tatuato' fu Omai, collaboratore di James Cook nelle sue esplorazioni nelle isole dei Mari del Sud, e poi portato in Europa ed esposto nelle corti. La pratica di esibire persone tatuate come fenomeni da baraccone e da circo continuò per tutto l'Ottocento, con un climax negli ultimi decenni.

Il primo resoconto scientifico sulla pratica del tatuaggio in quelle lontane isole fu redatto da Joseph Banks (1743-1820), grande naturalista che accompagnò Cook in alcuni dei suoi viaggi e riuscì a familiarizzarsi con le culture polinesiane. I viaggi di Cook fecero scoprire agli inglesi un mondo per certi aspetti paradisiaco, e molti ufficiali e marinai si fecero tatuare come gli isolani, per 'riportare a casa un po' di quella felicità'. Fu allora che la parola *tattoo* entrò ufficialmente nel vocabolario inglese ed europeo (la parola viene dal tahitiano *tau-tau*, che è l'onomatopea del battere del martello sulla punta che buca la pelle). Cook e Banks sbarcarono anche in Nuova Zelanda, dove si scontrarono con i fieri Maori. Anche delle loro pratiche di tatuaggio Banks redasse un'accurata descrizione, in testo e immagini.

Nel clima illuministico di quegli anni, curioso e aperto alle culture extraeuropee, e libero dai precetti religiosi, il tatuaggio venne in un primo momento ben accettato, e divenne comune tra i marinai, reduci o meno dai viaggi in terre esotiche; da loro passò ai galeotti e ai militari, e a categorie sociali professionalmente contigue, come le prostitute e i malviventi. Così nel corso dell'Ottocento assunse di nuovo significati negativi, non più per motivi religiosi ma squisitamente sociali; e associato alla marginalità, alla devianza e alla delinquenza.

I segni usati erano molto vari. Accanto a quelli di derivazione esotica, 'tahitiana' ricorrevano anche quelli della tradizione religiosa cristiana (croci, volti di Cristo e della Madonna, ecc.), quelli legati alla professione (navi, ancore, armi, ecc.) quelli legati alla storia sentimentale personale (simboli d'amore e di fedeltà, nomi, cuori, ecc.); nonché segni erotici e osceni.

Nelle categorie marginali, il tatuaggio veniva effettuato con mezzi di fortuna. Ma verso la fine dell'Ottocento la domanda doveva essere abbastanza consistente, se il tatuatore americano Samuel O'Reilly si impegnò a mettere a punto nel 1891 una efficiente macchinetta elettrica per eseguire tatuaggi.

3. Interpretazioni criminologiche e psicopatologiche. Tra i più noti e precoci tentativi di spiegare la pratica del tatuaggio in termini formalmente scientifici si deve annoverare quello di Cesare Lombroso, nel quadro dei suoi studi di antropologia criminale pubblicati in *L'uomo*

delinquente (1896). Egli sostiene che il tatuaggio è un sintomo di tare ataviche, e che può manifestare la vera natura di un delinquente. Secondo Lombroso è possibile conoscere la vera natura di un uomo (o donna) tramite i segni sul suo corpo, mettendoli in stretta relazione con i comportamenti e i pensieri. I tatuati presi in analisi mostravano personalità violente, vendicative, portate all'aspeperazione e alle azioni estreme; i disegni raffiguravano pugnali, spade incrociate, pistole, frasi molto esplicite. Tra i criminali, secondo Lombroso, esisterebbe una sorta di scrittura geroglifica, non condizionata da regole fisse ma derivata da avvenimenti giornalieri e dal gergo.

Un altro filone scientifico (o pseudoscientifico, secondo molti) che si è occupato di questo costume è la psicologia del profondo (psicanalisi). Albert Parry, il più famoso tra coloro che studiarono il fenomeno del tatuaggio in termini freudiani, nel suo libro *Tattoo* (1933) sostenne che molto raramente il tatuato è conscio del vero motivo che lo spinge al gesto. Parry suggerì che nel procedimento tecnico del tatuaggio può essere visto un atto sessuale: è presente un liquido (il colore) che penetra la pelle punta; ci sono due persone coinvolte, una attiva (il tatuatore) e una passiva (il tatuato); esiste un curioso intreccio di piacere e dolore. La linea di confine tra le due sensazioni è talmente sottile che l'uno si confonde nell'altro, creando impressioni uniche e irripetibili. In questo senso il tatuaggio può essere visto come un dono che l'individuo fa a se stesso, è una liberazione dei suoi 'sogni inconsci'. Parry vede nel tatuaggio una sorta di marchio d'infamia che relega l'individuo in un ghetto isolato dal quale non può (e non potrà mai) uscire. È un'esigenza che talvolta non è chiara nemmeno alla persona tatuata, ma è l'unica valvola di sfogo per le proprie sensazioni. Parry basava le sue interpretazioni su alcuni studi in profondità di tatuati e sostenne che tra le prostitute i tatuaggi erano in genere espressione di esibizionismo e di auto-punizione masochista; tra gli omosessuali, alcuni generi di tatuaggi (ad es. di donne nude) erano interpretabili come tentativo di negazione, o al contrario, di identificazione; mentre altri alludevano più meno esplicitamente alle proprie preferenze (ad es. frecce rivolte verso l'ano, con adeguate indicazioni scritte).

Anche Walter Bromberg (1934) studiò la pratica del tatuaggio alla luce delle teorie freudiane, evidenziando i diversi motivi patologici che la caratterizzerebbero. Egli sostenne che la decisione di farsi tatuare nasce da una combinazione di pulsioni: il piacere di trasgredire un tabù sociale, quello masochistico di procurarsi dolore e violare l'integrità della propria pelle, l'esibizione della propria virilità o la negazione del proprio senso di inferiorità. Quest'ultimo meccanismo sembrava più diffuso tra coloro che si facevano tatuare in età adolescenziale, e che poi di solito se ne pentivano. Bromberg analizzò i disegni più ricorrenti e naturalmente scoprì che essi erano espressione simbolica di fantasie sadiche, masochistiche o sadomasochiste. Concluse che ogni tatuaggio può essere visto come 'un campanello d'allarme' che consente allo psichiatra di cercare e trovare le condizioni psicologiche sottintese: impulsività, poca stima di se stessi, mancanza di autocontrollo, orientamenti omosessuali e sadomasochisti, feticismo, personalità antisociale e disturbata.

In generale, dunque, nella letteratura psichiatrica e criminologica della prima metà del Novecento il tatuaggio è considerato un sintomo di psicopatologia, segno di perdizione, sia fisica che morale; in ciò riflettendo la plurimillennaria avversione occidentale per tale pratica. Non si pensava al tatuaggio come ad una espressione umana, vera ed interiore, capace di affermare la creatività di coloro che sono stati emarginati. Tutto il mondo del tatuaggio rimaneva relegato nel reparto psichiatrico, nella cella del penitenziario, nella stiva della nave, e considerato solamente come marchio infamante di relitti umani dai quali il 'buon cittadino' doveva stare lontano. Gli studiosi di psichiatria guardano con sospetto coloro che fanno sfre-

giare il proprio corpo con dei tatuaggi; descrivono le persone tatuate quanto meno come sciocche, immature, ostili, aggressive, non affidabili... Ma non tutti gli autori sono d'accordo, e le voci più simpatetiche si infittiscono a partire dagli anni '60. Ad esempio Gittleson (1969), dopo aver studiato i malati ricoverati in un ospedale, non riuscì a trovare dei collegamenti tra i disegni tatuati sui malati e i loro problemi psicologici diagnosticati. Invece egli riteneva che molti fattori personali influenzassero l'individuo nella scelta del disegno e del contenuto del tatuaggio. In uno degli ultimi articoli sui tatuaggi di Grumet (1983) si afferma che il tatuaggio può rappresentare un sostegno psichico che rimedia all'immagine non più integra di sé stessi, ispira speranza, mantiene lontane le emozioni negative. Come nei sogni, nel tatuaggio si condensano le energie psichiche conferendo al disegno un'immagine significativa.

Altri sottolineano che il tatuaggio è esorcizzante e catartico, come i riti sacrificali: cioè esso è uno strumento per superare la paura della morte, mediante la messa in scena di un rituale che, attraverso il dolore fisico, simula il passaggio dalla vita alla morte e alla rinascita come soggetto nuovo. Altri ancora sottolineano la sua efficacia psicoterapeutica: il tatuaggio, come l'agopuntura, avrebbe il potere di incanalare l'energia curativa nel corpo. Ovvie sono le funzioni comunicative (attraverso i segni sul corpo, un individuo racconta qualcosa di se stesso, i propri sentimenti, le proprie scelte) e quella estetica.

4. Interpretazioni psico-sociologiche. I sociologi che conducono indagini nelle carceri hanno di solito idee molto diverse da quelle degli psichiatri. I loro studi confermano che un'alta percentuale di prigionieri sono tatuati, e ritengono che questo sia un effetto della carcerazione, una reazione alla sofferenza. Erving Goffman sostiene che ognuno di noi, oltre a tendere a personalizzare l'ambiente di vita 'fisso', proiettandovi la propria identità, si munisce di un *identity kit* portatile, formato dall'insieme delle proprietà personali, che rende l'individuo particolare: modo di vestire, taglio di capelli, fotografie nel portafogli. La persona costretta a vivere in prigione trova forti limiti nella personalizzazione dell'ambiente di vita; inoltre i regolamenti carcerari, come quelli dei collegi, delle caserme, degli ospedali e delle altre 'istituzioni totali', sono intenzionalmente finalizzati, in buona parte, alla cancellazione dell'identità personale, in quanto è più facile controllare una massa indistinta di individui tutti uguali che gruppi di persone individualmente differenziate. Affrontando il fenomeno da questo punto di vista, il tatuaggio carcerario è un modo con cui i detenuti recuperano un minimo di identità personale. Il tatuaggio è una proprietà personale che non può essere portata via da nessuno, e il fatto che nelle carceri sia proibito lo rende ancora più attraente. Il tatuaggio è il palese rifiuto di obbedienza all'autorità.

La diffusione del tatuaggio tra fasce sociali ben diverse da quelle tradizionali, a partire dalla gioventù 'alternativa' degli anni Sessanta, può essere spiegata in diversi modi, non incompatibili ma aggiuntivi a quanto elaborato precedentemente. Uno è la diffusione del mero gusto della trasgressione, che dalle fasce marginali tradizionali si è allargato a quote importanti delle generazioni giovanili. Il fare qualcosa che fa infuriare papà, fa piangere la mamma, scandalizza i borghesi che passano e mette in sospetto i poliziotti è, per molti giovani, una bella soddisfazione. Questa sembra la spiegazione più adeguata a spiegare la 'body art' estrema, comprensiva di tatuaggio e piercing ma estesa a molti altri segni di scandalo, delle tribù 'punk' degli anni '70.

Un'altra spiegazione è il 'disagio della civiltà'. La civiltà occidentale, come si è evoluta nei millenni, certamente impone regole, repressioni e alienazioni, e nell'ultimo secolo ha generato fenomeni mostruosi. La critica, fino al rifiuto, della civiltà occidentale porta, logicamente,

all'interesse e alla simpatia per le altre civiltà, le culture esotiche e tribali, i popoli 'selvaggi' e 'primitivi': la loro cucina, la loro musica, la loro religione, il loro abbigliamento, le loro acconciature. La moda del tatuaggio è una delle tante manifestazioni dell'esotismo e del 'terzomondismo'. Tuttavia si può anche ricordare che l'apertura a culture diverse dalla propria è anche uno dei caratteri tradizionali della civiltà occidentale (ecumenismo cristiano, mito del 'nobile selvaggio', tolleranza illuministica, pluriculturalismo liberale, ecc.). La moda del tatuaggio può quindi essere considerata uno dei tanti correlati della globalizzazione.

In terzo luogo il tatuaggio è uno dei segni di identificazione delle 'tribù metropolitane' giovanili. Per molte cause che non è il caso di approfondire qui, nella società contemporanea i tradizionali meccanismi di costruzione dell'identità personale e sociale nell'età dello sviluppo sono andati in crisi, e si sono quindi aperti gli spazi a nuove modalità. Una è la costituzione di 'gruppi di pari', cui il giovane si riferisce, con cui si identifica, con cui si sente in comunità. Questi gruppi possono essere localizzati – le bande giovanili, le 'tribù metropolitane' – o a-spaziali, simbolici, virtuali, globali. L'appartenenza o il riferimento ad un gruppo si esprime in vario modo – stile di vita e di consumo, linguaggio e, di nuovo, preferenze musicali, stili vestimentari e decorazione del corpo.

In quarto luogo, il tatuaggio è una manifestazione della 'cultura del narcisismo', dell'edonismo, dell'esibizionismo, dell'erotismo, dell'estetismo, della corporeità, caratteristiche della nostra epoca. Il tatuaggio (come tutti gli altri segni corporei, gioielli inclusi) attira lo sguardo sulla parte del corpo che lo reca; è fatto per far guardare il corpo. Spesso è impresso su parti del corpo che hanno qualche valenza erotica: le mammelle, le natiche, e per i maschi, il deltoide e il bicipite, che sono i più tipicamente virili dei muscoli. Nella nostra epoca, l'irradiazione di segnali sessuali mediante il corpo e le sue decorazioni è sempre più esplicita, intensa e normale (si pensi solo all'esibizione dell'ombelico ingioiellato, quella piccola seconda vagina a pochi centimetri dalla grande, come osserva Desmond Morris;¹ o ai piercing labiali o linguali, di cui è chiara la funzione simbolica e forse fattuale di aumentare il piacere nell'uso erotico di quelle parti). Quando è segnato su parti normalmente non esibite in pubblico, come le mammelle femminili e le zone genitali e anali, i suoi caratteri esibizionisti diventano esplicitamente erotici e anche autoerotici: guardare quella parte del corpo, attraente in sè e in più decorata dal tatuaggio (qualunque ne sia la forma e il significato simbolico) procura comunque piacere in chi guarda, sia il titolare del corpo stesso che il partner. Non occorre sottolineare che il piercing negli organi genitali, oltre ad avvicinarsi al masochismo durante l'applicazione, dovrebbe servire anche ad aumentare il piacere durante l'uso. Quando invece è impresso su zone corporee normalmente esibite, il tatuaggio può avere una valenza puramente estetica; e qui entra in gioco la sua appartenenza al mondo dell'arte.

Queste ipotesi esplicative sono, chiaramente, tutte complementari e non alternative. Esse riguardano soprattutto il mondo giovanile degli anni '60 e '70, quando tatuarsi era una chiara presa di posizione ideologica, un atto politico-culturale. Col tempo esso ha investito anche altri gruppi (anche per il naturale invecchiamento delle coorti giovanili). Si può ricordare la sua diffusione negli ambienti sociali caratterizzati dal perdurare di comportamenti o valori giovanilistici, dove si desidera prolungare nel tempo un aspetto seduttivo e un'intensa vita sessuale. Un altro gruppo molto amante dei tatuaggi è quello dei 'bikers', una tribù metropolitana di giovani spesso stagionati, in cui si concentrano motivi di ribellione e trasgressio-

¹ D. MORRIS, *Manwatching*, Johnathan Cape, London 1977.

ne sociale, esibizione di virilità violenta ('machismo'), regressione a stili di vita neoprimitivi e selvaggi (si ricordi l'archetipo di Marlon Brando nell'omonimo film), e semplice voglia infantile di gioco; dove gioco è anche recitazione, *role playing*, cioè invenzione e personificazione temporanea di figure sociali di fantasia.

Nell'ultimo ventennio invece il tatuaggio, come il piercing e gli altri segni corporei, sembra avere assunto piuttosto il carattere della semplice moda, a fini puramente estetizzanti; del tutto ignara delle origini storico-culturali e dei significati etico-politico-ideologici d'un tempo.

Il tatuaggio quindi si iscrive molto bene in aspetti importanti e ben noti della società contemporanea. Ma c'è un suo carattere che invece sembra discostarsene totalmente: la permanenza. Per definizione il tatuaggio è un segno permanente, indelebile. D'altra parte, uno degli aspetti più evidenti della società postmoderna è la sua mutevolezza, mobilità, compressione temporale, precarietà; ogni cosa vale in quanto nuova, e solo nel presente. I flussi di comunicazione che la compongono sono magmatici e liquidi, in continua frenetica trasformazione. Come si può conciliare questo carattere fondamentale della cultura contemporanea con l'indelebilità del tatuaggio? Una risposta può essere che il tatuaggio sia una 'formazione di reazione', che esprima appunto un'esigenza profonda di permanenza, di stabilità; un'inconscia invocazione di eternità (almeno, nell'arco temporale della vita individuale). Ma la crescente frequenza con cui si ricorre al chirurgo estetico per costose, dolorose e imperfette operazioni di rimozione dei segni che non soddisfano più pare indicare che il tatuaggio sia anche il frutto di mode passeggere, che in questo caso vengono adottate avventatamente, senza sufficiente coscienza delle loro implicazioni.

5. Prospettive psico-culturali. Da una prospettiva più soggettiva ci si può chiedere: perché tatuarsi? Probabilmente per avere qualcosa di unico e di stabile sulla propria pelle; un qualcosa che sappia esprimere una parte del nostro essere. Sono varie le motivazioni che spingono un individuo a portare per sempre una immagine impressa sul proprio corpo. La causa più semplice ed immediata può essere il puro piacere estetico, amare le cose belle. Un'altra motivazione, più simbolica, è quella di tatuarsi per sottolineare un momento particolare della propria vita, un ricordo, una volontà di differenziarsi. Il tatuaggio vuol descrivere noi stessi, la nostra anima. Ogni simbolo è legato, nella sua interezza, in uno stretto rapporto con tutti gli elementi costitutivi della personalità. In ogni uomo sono presenti diversi lati oscuri a lui stesso; dare significato al simbolo tatuato infonde maggior consapevolezza della propria personalità, della propria identità.

In ogni epoca ed in ogni luogo l'uomo sente la necessità di fermare con una immagine il suo pensiero, le sue emozioni, la sua storia. Ai giorni nostri – riuscendo a dare un significato simbolico ai tatuaggi scelti – si è consapevoli di appartenere al 'villaggio globale', senza più barriere di culture e di razze. I simboli impressi sulla pelle diventano i sommozzatori dell'inconscio di cui si vuole scandagliare le varie parti, per portare in superficie molti aspetti nascosti nel nostro io profondo. Quando il tatuaggio è un simbolo complesso fa emergere ciò che è nascosto nell'individuo, ossia la sua vera natura.

Le reazioni suscitate dal tatuaggio negli astanti possono variare dall'ammirazione alla curiosità, all'interesse, al divertimento, al disprezzo, fino alla pena e al disgusto. Tali reazioni meriterebbero appositi studi psicologici. Esse dipendono anche dal livello di comprensione e di conoscenza dei significati simbolici dei segni impressi sulla pelle. Il tatuaggio può essere solo decorativo, o rappresentare solo un marchio di distinzione; ma spesso appartiene ad un

universo simbolico complesso, con profonde radici storiche e spirituali in diversi popoli ed epoche. Merita rispetto perché, anche se oggi è influenzato dalle mode, oltre a rappresentare il proprio io, evidenziando ogni più piccola parte della nostra anima, è anche il prodotto dell'ambiente in cui si vive ed è, in qualche caso, l'anello di congiunzione tra noi e il resto della società. Altre volte esso esprime la voglia di urlare al resto della società la propria sofferenza, il proprio disagio; allora è un grido d'aiuto.

6. Il tatuaggio come arte. Trattare del tatuaggio come arte implicherebbe, preliminarmente, stabilire cosa si intende per arte. Notoriamente questo è uno dei concetti più controversi della cultura occidentale, si è molto evoluto nei tempi, e oggi si possono contare un'infinità di definizioni, nessuna delle quali prevale sulle altre.

Ne è risultato, in molti ambienti, un progressivo abbandono di questo concetto a favore di altri, meno impegnativi; come 'cultura materiale' o 'bene culturale'. Questa dizione permette di risolvere il problema, divenuto bruciante nel XX secolo, di come definire i prodotti 'artistici' delle culture 'primitive', dove spesso non esiste nulla di equivalente ai concetti occidentali di arte. Da questo punto di vista non c'è dubbio che il tatuaggio sia un bene culturale, una componente importante della cultura materiale di molte società.

Un'altra soluzione corrente è di adottare una definizione puramente 'istituzionale', o sociologica, che rinuncia all'ambizione di definire in modo categorico, a priori ed essentialista o ontologico l'arte, e si limita a prendere atto di ciò che empiricamente è accettato e trattato come tale nelle istituzioni cui la società ha riconosciuto/delegato autorevolezza in questo campo: gli istituti di studio e insegnamento dell'arte, le riviste e i libri d'arte, i musei d'arte, il mercato dell'arte, e così via. Da questo punto di vista il tatuaggio non pare essere ancora pienamente considerato come arte nella nostra società, per comprensibili motivi: ad esempio, difficilmente può essere oggetto di mercato.

Un terzo concetto di arte, più tradizionale e di senso comune, è quello che la identifica come una combinazione di perizia tecnica, di creatività e di piacere estetico, cioè di bellezza. Inevitabilmente, ciò comporta una notevole variabilità individuale di giudizio: il bello è ciò che piace, e *de gustibus non est disputandum*. Tuttavia possono emergere anche aree di consenso.

Da quest'ultimo punto di vista pare di poter dire che la palma della bellezza tra i tatuaggi spetta a quelli giapponesi, per ampiezza (talvolta estesi integralmente a tutto il corpo, *full body*) fantasia, ricchezza di colori e sfumature, pregnanza simbolica, accuratezza di esecuzione.

L'uso giapponese di tatuarsi era considerato come tipicamente barbaro da parte della cultura madre, quella cinese, dove il tatuaggio non ha mai avuto cittadinanza. Tuttavia si deve dire che, in linea generale, anche in Giappone il tatuaggio era guardato con diffidenza e disprezzo da parte della cultura ufficiale, e più volte oggetto di condanna da parte delle autorità. Come in Occidente, esso era usato come marchio d'infamia per i devianti, e di inferiorità per i gruppi sociali 'impuri'. Ma ad esso – in figura di insegne di famiglia, clan o reparto o con versetti rituali – ricorrevano anche i samurai per assicurare il riconoscimento del proprio cadavere. In certi momenti fu adottato più ampiamente da alcuni gruppi professionali di basso rango, come scudieri o facchini. Con l'avvio dell'occidentalizzazione del Giappone, verso il 1870, il tatuaggio fu severamente proibito, in quanto segno di inferiorità e arretratezza. Ironicamente, ai maestri tatuatori fu concesso di continuare a operare, ma solo sugli stranieri. Da allora il tatuaggio divenne prerogativa dei gruppi illegali e criminali (la *yakuza*), con

scopi e funzioni tipici: prova di coraggio, identificazione con il gruppo, pegno di fedeltà permanente, ecc. Nel secondo dopoguerra, con l'avvento delle libertà democratiche, anche il tatuaggio fu liberalizzato, e si è ampiamente diffuso anche in molti altri ambienti.

Il tatuaggio giapponese comprende un'enorme varietà di figurazioni: soggetti mitologici (demoni, eroi, guerrieri storici, divinità), floreali (peonie, crisantemi, fiori di ciliegio) e animali (carpe, tigri, leoni, draghi), e si avvale di tecniche raffinatissime. Esiste anche il 'tatuaggio nascosto' (*kakoushibori*), ottenuto con speciali sostanze che lo rendono visibile solo in particolari stati fisiologici, come il bagno caldo, l'eccitazione alcolica e/o quella sessuale. È praticato soprattutto sulle donne.

Le figurazioni da riprodurre sulla pelle circolavano su tavole e stampe, eseguite da veri e propri artisti, chiamati *ukiyoe* ('disegnatori di un mondo fantastico'); forse il più importante è stato Utakawa Kuniyoshi (1789-1861). Oggi il più famoso è Horiohshi III, discendente da una dinastia di tatuatori.

Dopo quella giapponese, la tradizione di tatuaggio più raffinata e popolare è quella maori. Molto minor diffusione, in Occidente, hanno avuto i modelli africani di incisione e scarificazione; forse a causa della particolare dolorosità dell'esecuzione, o dell'eccessiva evidenza della modifica dell'integrità cutanea, o per motivi igienici.

In generale, non sembra che nella società occidentale contemporanea il tatuaggio abbia raggiunto livelli artistici paragonabili a quelli giapponesi, polinesiani o maori. I più famosi casi di persone tatuate in Occidente, come Lyle Tuttle, in genere si ispirano più o meno strettamente ai modelli giapponesi. Gli infiniti 'studi di tatuaggio' fioriti in questi decenni in tutto il mondo di solito riproducono figure da cataloghi standardizzati. Il drago sembra anche in Occidente la figura più amata. I maschi scelgono spesso anche aquile, guerrieri, pugnali, e segni di grandi dimensioni, in zone pubbliche. Le femmine più spesso segni floreali, di piccola dimensione, e collocati in zone intime. L'esecuzione avviene secondo tecniche avanzate, anch'esse sempre più standardizzate e regolamentate, a difesa della salute dei pazienti. Questi studi non sembrano in genere avere un contenuto artistico maggiore di quello che si può trovare nelle botteghe di parrucchieri o calzolai, pardon, di stilisti di capelli o calzature.

Vi sono però anche studi di tatuaggio di alte ambizioni artistiche, e personaggi, come Betty Marenko, che decidono di fare del proprio corpo un'opera d'arte, nel filone della *body art* d'avanguardia. Marenko ha assunto la zebra – animale ricchissimo d'implicazioni simboliche – come proprio totem, e si è fatta tatuare tutta la schiena a strisce nere.

7. La ricerca sul campo. Dalle interviste a 3 titolari di studi di tatuaggio e a 7 persone tatuate, effettuate a Udine nell'inverno del 2002, si è tratta una varietà di informazioni sulle motivazioni, atteggiamenti e sentimenti personali di chi opera in questo campo o si è avvicinato ad essa. Il testo completo delle interviste è riportato nel lavoro di tesi. Generalizzando, si può affermare che la maggior parte delle persone si fa tatuare per seguire la corrente della moda, ma cercando di dare un valore più profondo al proprio gesto. Ricordi legati a momenti particolari della propria vita e manifestazione della propria anima, o modo di essere, sono le motivazioni più frequenti. Sicuramente è anche una forma di narcisismo: si cerca di apparire più belli per il gusto di sentirsi osservati; o magari può essere la ricerca di più sicurezza. Un tatuaggio può conferire una certa maggior 'aggressività' se si è convinti che il disegno comunichi questa caratteristica. I tatuati si dichiarano soddisfatti della propria scelta e del risultato. Il tatuaggio, segno distintivo da indossare o 'gioiello' da ammirare, non deve però essere esagerato. Quasi tutti gli intervistati hanno tatuaggi piccoli o in posti poco visibili, almeno in

alcuni contesti sociali. Meglio non esibirlo sul posto di lavoro, ad esempio. Si preferisce tenerlo per sé, come un segreto prezioso; il suo vero significato è conosciuto, e reso importante, solo dall'individuo. Anche da parte degli esperti (i tatuatori) c'è la convinzione che il tatuaggio, oggi, sia un fenomeno dettato soprattutto dalla moda, ma nella loro anima d'aspiranti artisti alberga la speranza che il loro lavoro non si riduca ad una giustificazione puramente estetica 'perché è bello, perché mi piace'. Sarebbe riduttivo e avvilente. Sperano che questa magnifica arte possa essere riscoperta, valorizzata, apprezzata, e portata alla conoscenza di tutti. A questo scopo si sforzano di migliorare le proprie conoscenze e affinare le proprie capacità. E lo sguardo 'fiero' di un cliente che ammira il suo tatuaggio è una grande conquista, '...un nuovo fratello è nato nella comunità dei tatuati'.

8. Conclusioni. La pelle è come una tela o una lavagna a disposizione di tutti; vi si possono incidere segni per comunicare grandi valori od oscenità, senza pensare se ciò possa costituire qualcosa di approssimativo, e senza prendere in considerazione l'eventuale surplus artistico che può connotare un segno. Pratiche decorative del corpo, siano esse permanenti o temporanee, sono una costante dell'essere umano, una necessità da sempre avvertita come primaria, e in quanto tale caratterizzante la storia dell'uomo. Al tatuaggio vengono riconosciuti i valori di marchio di identificazione sociale, di linguaggio articolato e di segno che completa il corpo 'dato'. Esso costituisce una specie di curriculum vitae parlante: il luogo di nascita, gli amori appassionati, le compagnie militari, i soggiorni in prigione. Ogni tatuaggio, anche il più piccolo, può svelare un mistero. È personale come un'impronta digitale, ed esprime in superficie ciò che è profondamente nascosto in noi. Il corpo appare l'ultima frontiera del rapporto con se stessi e con gli altri, la ricerca di un'identità. Un corpo abusato, usato, un corpo dipinto, scolpito, ornato e violentato. Un corpo da usare come messaggio e provocazione. In questo contesto il tatuaggio, ricettacolo di messaggi e mezzo per esprimerli, ritrova un suo spazio. Non più una questione di moda o un fenomeno di costume, il tatuaggio ha preso la via della quotidianità, frutto di scelte ponderate e condivise da moltissime persone. Se un tempo esibire un tatuaggio poteva creare disagio, oggi fa parte della gestualità di ogni giorno. Le persone tatuate appartengono ad un mondo particolare, ma non certo peggiore di quello dei non tatuati. Il tatuaggio non equivale a delinquenza, spesso è solo una scelta edonistica, una forma di cosmesi. Le persone che scelgono di farsi tatuare e scelgono quel determinato disegno lo fanno per determinate ragioni. Come già accennato, possiamo distinguere queste motivazioni in cinque categorie: 1) motivi sentimentali cioè, di solito, il ricordo di una relazione con una persona che ha lasciato un segno indelebile nell'anima, così come il tatuaggio lascia un segno indelebile sulla pelle; 2) appartenenza ad un gruppo, di qualsiasi tipo, da un gruppo militare, ad una gang di motociclisti, ad una setta religiosa. In questo senso la funzione di identificazione con un gruppo è innata nella pratica del tatuaggio e mette in relazione il gruppo con il resto della società; 3) interessi personali; a volte qualcuno sceglie un disegno che rappresenta un particolare coinvolgimento personale, un'occupazione, uno hobby; 4) riconoscimento della propria identità; i disegni che esprimono il sé personale possono essere svariati e normalmente sono molto semplici. A volte questi disegni hanno un significato magico o protettivo per la persona che li indossa; 5) espressione decorativa ed estetica.

Per alcuni la *body decoration* contemporanea (tatuaggio, piercing, scarificazione e *branding*) rientra a pieno titolo nel fenomeno della moda attuale. Il termine 'moda' indica lo stile e le tendenze dominanti in un determinato periodo storico. Nel suo significato è sottinteso il concetto di cambiamento e mutevolezza. Come può quindi una decorazione permanente

seguire le regole della moda che sono basate sulla temporaneità, sul volubile? Forse sarebbe meglio pensare ad una moda per pochi eletti, cioè quelli che nel tatuaggio vedono qualcosa in più di un semplice disegno sul braccio. Forse si dovrebbe parlare di 'filosofia di vita', di chi è capace di esprimersi usando solo il proprio corpo; di comunicare i più diversi sentimenti senza dover esprimerli verbalmente, ma semplicemente mostrandosi. La funzione del tatuaggio è quella di stupire, differenziare e intrigare.

Per questo motivo la scelta del soggetto è molto importante, poiché rappresenta un nuovo strumento per comunicare, per parlare di noi. Il soggetto che scegliamo deve trasmettere, a chi lo guarda, la nostra voglia di rendere più interessante la nostra immagine. Considerando il tatuaggio una forma di comunicazione, si deve accettare il corpo come un dato della cultura; esso è un qualcosa di duttile che può essere migliorato e personalizzato. Un corpo decorato esprime concetti diversi da un corpo 'nudo'. Primo tra tutti il dualismo fra natura e cultura: se da un lato il corpo è un organismo vivente che risponde alle leggi di natura, dall'altro è il 'luogo' sul quale la cultura imprime il suo marchio. L'impronta culturale dà forma al corpo, lo plasma. Per questo i segni su un corpo possono essere chiamati 'segni di civiltà'.

Il tatuaggio è antico quanto l'uomo. Ci sarà un perché? È una forma espressiva, un modo per comprendere la nostra identità e manifestarla al resto della società in cui viviamo. È un sistema particolare per dire: «io sono fatto così; con questi miei difetti e questi miei pregi; con questi miei disegni e cicatrici; ...se mi accetti saremo amici». Avere un tatuaggio, e apprezzarne il valore, è un privilegio riservato a pochi conoscitori. È una scelta di vita drastica, irremovibile, definitiva; ma proprio per questo è estremamente affascinante, bella e complessa.

Questo non vuol dire che il tatuaggio debba essere per forza pregno di significati profondi, di rimandi penserosi, di appendici illuminanti sul senso della vita o sul destino del mondo. Anzi. Tatuaggio significa gioia, esaltazione di se stessi, dono di una parte della propria anima; ma è anche la ricerca estrema dell'esaltazione della propria bellezza. Forse è proprio per questi motivi che si è assistito, negli anni '90 del secolo scorso, ad un 'boom' di moda del tatuaggio; oggi, dopo che il cieco entusiasmo iniziale si è spento, è rimasto il gusto di possedere un qualcosa che niente e nessuno potrà mai rubarti: un tatuaggio.

Bibliografia

- G. BARBIERI, *Tabiti tattoos*, Taschen, Köln 1998.
 S. CARLUCCI, G. URSINI, *L'asino e la zebra*, Ed. De Luca, Roma 1985.
 A.M. CASADEI, *Psicologia del tatuaggio*, La Mandragora, Firenze 1997.
 A. CASTELLANI, *Ribelli per la pelle*, Costa&Nolan, Genova 1995.
 F. FRIGERIO, M. PIRONTI, *Il tatuaggio*, De Vecchi, Milano 1995.
 B. MARENKO, *Ibridazioni*, Castelvecchi, Roma 1997.
 P. MARTELLI, *Il tatuaggio come arte*, Images 70, Padova 1980.
 D. MORRIS, *Manwatching*, Johnathan Cape, London 1977.
 A. RUBIN, *Marks of civilization*. Museum of cultural history, University of California, Los Angeles 1988.
 G. SALVIONI, *I tatuaggi*, Xenia, Milano 1996.
 A. STEELE-PENNYMAN, *Piercing e tattoo*, Tea, Roma 1996.
 V. VALE, A. JUNO, *Tatuaggi corpo spirito*, Apogeo, Milano 1994.

La Movida

Un caso di effervescenza socio-artistica*

SILVIA GROSSO

1. Introduzione. Dopo il bagno di sangue della guerra civile (1936-1939) la Spagna aveva vissuto per quasi quarant'anni in uno stato quasi di sospensione rispetto alla storia del resto d'Europa. La parte sconfitta era schiacciata, demoralizzata e sotto stretto controllo poliziesco. I vincitori erano esausti e tesi allo spasimo al mantenimento del nuovo ordine, sorto da tanto odio e da tanta sofferenza. Nella prima metà del periodo, fino agli anni Cinquanta, la Spagna si era concentrata nella ricucitura del tessuto sociale e morale e nella ricostruzione materiale. Nella seconda metà, a partire dagli anni '60, si era aperta ai capitali esteri, aveva accolto basi aeree americane, aveva spalancato le frontiere, anche troppo, al turismo internazionale, ed aveva cominciato a conoscere il benessere. Era chiaro a tutti che lo sviluppo socio-economico della Spagna implicava la sua integrazione nel resto dell'economia e della società occidentale, e che questo, a sua volta, avrebbe significato la fine del franchismo; perché con l'apertura agli affari, alle merci e al turismo sarebbe stato impossibile mantenere la chiusura alle idee di libertà, e perché, l'Europa e l'Occidente non avrebbero potuto tollerare a lungo, nel proprio seno, l'anomalia di un regime autoritario. Pur tenendo in piedi letteralmente fino all'ultimo respiro tutte le forme esteriori della dittatura, Franco aveva in realtà preparato il terreno alla transizione alla liberaldemocrazia. Molti, da una parte e dall'altra, temevano che alla morte di Franco sarebbero riesplose in Spagna le passioni mortali d'un tempo. Invece la transizione – uno dei trionfi politici della recente storia europea – avvenne in modo sorprendentemente pacifico e rapido; grazie alla ragionevolezza di tutti i soggetti politici, che evitarono accuratamente ogni tono che potesse richiamare l'incubo di quarant'anni prima. La transizione fu operata dall'erede designato, Suarez, con l'appoggio essenziale di re Juan Carlos, che in due anni smantellò le strutture repressive, riformò la costituzione in senso liberaldemocratico e pluralista, e portò il paese alle elezioni democratiche del 1977. Da questa prova risultarono schiacciate le forze estremiste – falangisti e comunisti –, ed emersero i due nuovi grandi protagonisti moderati della politica spagnola, il partito socialista e quello popolare.

Dopo quarant'anni di regime conservatore, chiuso, repressivo e bigotto, in Spagna esplose la voglia di libertà, in tutti i campi. La parola libertà deriva da *libeo*, 'voglio', 'amo', ed ha la stessa radice di 'libidine' e 'libertinaggio'. Non meraviglia che uno dei primi campi in cui la voglia di libertà si esprime sia, di solito, quello sessuale. Il governo socialista di Felipe Gonzales approvò le leggi tra le più liberali al mondo in questo campo: sul diritto di famiglia (depenalizzazione dell'adulterio), la rappresentazione del sesso nei mezzi di comunicazione,

* Sintesi di *La movida madrileña. La transición española y su destape cultural*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002, pp. 135.

il divorzio, la contraccezione, l'aborto, i rapporti sessuali tra adulti consenzienti, la prostituzione. La cattolicissima Spagna divenne la nuova mecca del sesso, al posto degli ormai stagionati paesi del Mar del Nord; e crollò la natalità. Vi esplosero le pubblicazioni hard e i cinema porno, i night-club e le discoteche. Anche il comportamento reale della gente fu travolto dall'ebbrezza della libertà sessuale; o forse si può dire che la libertà sessuale divenne una delle manifestazioni più macroscopiche della felicità per la raggiunta libertà sociale, culturale e politica. La vita notturna spagnola, da sempre famosa per la sua vitalità, assunse caratteri orgiastici. Le strade dei centri urbani si riempirono di gente – soprattutto giovani, naturalmente – determinata a superare ogni inibizione, anche con l'aiuto di alcool e droga, in uno stato di festa ed effervescenza continua. Nelle città ci si spostava continuamente, lungo il circuito del divertimento pubblico e privato, alla ricerca dei luoghi più eccitanti e pieni di vita. Questa è la Movida: il muoversi verso i luoghi più movimentati. La libertà, è stato notato, è prima di ogni altra cosa la libertà di muoversi; per questo il suo contrario è l'arresto, la reclusione.

Come sempre avviene, furono le principali metropoli a dare l'esempio; e come sempre avviene in Spagna, Barcellona contesta a Madrid la supremazia in questo campo, affermando di essere stata la vera culla della Movida, a opera soprattutto della locale comunità omosessuale, che aveva nel sobborgo balneare di Sitges il suo punto di riferimento quasi ufficiale. Ma per gran parte degli spagnoli, e per tutto il resto del mondo, la Movida è stato un fenomeno essenzialmente madrilenno.

Come sempre avviene, la Movida, da fenomeno squisitamente sociale, divenne subito anche fenomeno culturale e artistico. I suoi leader erano cantanti, musicisti, disegnatori, pittori, fotografi, cineasti, poeti. I pifferai magici che dirigevano le transumanze notturne delle masse giovanili, e non solo, erano i dee-jay e le vedette di alcune radio private. Dall'ambiente della Movida nacquero mostre di pittura, riviste, fumetti, film e opere letterarie; tutto di vario livello qualitativo. Alcune espressioni si rivelarono caduche, e furono dimenticate. Il protagonista della Movida che raggiunse la fama più vasta e duratura, anche a livello mondiale, è senza dubbio Pedro Almodóvar; mentre Almudena Grandes, pur non essendo stata tra le protagoniste, ne divenne la più celebre cantrice letteraria.

L'episodio della Movida madrilena presenta diversi aspetti interessanti per la sociologia dell'arte. Uno è il rapporto tra arte, o meglio creatività, e libertà politica. È forse possibile stabilire il principio che la fine dei regimi repressivi porta ad una fioritura di creatività artistica, soprattutto quando la liberazione avviene in un paese inserito in un contesto internazionale più avanzato e più libero; perché in questo caso si tratta di riempire un vuoto, colmare un ritardo. Ma i movimenti, per definizione, non possono sostenersi a lungo ad un alto grado di effervescenza. Per diversi motivi intrinseci, prima o poi sfioriscono. La Movida, secondo i suoi 'storici', è durata circa 10 anni (1978-1988).

Un secondo aspetto è la sua già sottolineata alta carica erotica. Il rapporto tra sessualità e creatività artistica è stata a lungo oggetto di studi, soprattutto da parte della scuola psicanalitica; ed è opinione assai diffusa che la creatività artistica sia frutto, per via di sublimazione, della repressione sessuale; o, alternativamente, che gli artisti siano spesso caratterizzati da una intensa sessualità, cui l'arte offre la possibilità, socialmente accettata, di esprimersi liberamente. Nel primo caso tra sesso e arte ci sarebbe un rapporto conflittuale, a somma zero; nel secondo, una sinergia. Si sostiene anche che la creatività artistica e/o la sensibilità per l'arte siano particolarmente pronunciati negli omosessuali. Sono questioni assai controverse in sede scientifica; quel che si può dire è che senza dubbio i principali protagonisti, dal *coté* arti-

stico, della Movida madrileña esibivano una sessualità accentuata e spesso stravagante, con forti e forse prevalenti aspetti di omosessualità.

Un terzo aspetto riguarda i rapporti tra le diverse espressioni artistiche. Qui ci si può appellare al principio secondo cui i momenti di particolare creatività artistica sono quelli che vedono interagire di persona, negli stessi luoghi, esponenti delle diverse arti. Si possono ricordare le corti del rinascimento italiano, o la Parigi della parte centrale dell'Ottocento, o la Vienna tra Ottocento e Novecento, o la New York a partire dal 1930, o la *Swinging London* degli anni '60 e '70. Anche nella Madrid della Movida gli esponenti delle diverse arti si conoscevano, si frequentavano, si stimolavano reciprocamente.

Un quarto aspetto riguarda i rapporti tra movimento e istituzione, o tra società civile e società politica, o tra spontaneità e strumentalizzazione. La Movida madrileña è stata certo frutto della spontanea voglia di libertà e divertimento da parte di larghi strati della popolazione, e soprattutto di quello giovanile; ma essa è stata anche aiutata, incoraggiata e sostenuta dalle istituzioni, e in particolare dall'amministrazione comunale social-comunista di Madrid. Il sindaco Tierno Galvan era un anziano compassato professore che probabilmente, per quanto lo riguardava personalmente, non aveva molto a che fare con le idee e i comportamenti della Movida; ma era ovvio che quella voglia di libertà e divertimento da parte delle masse giovanili le allontanava dai valori e dalle idee del rivale partito cattolico-conservatore (il partito popolare). Egli quindi intervenne molto concretamente a favore della Movida, e una delle ragioni della sua fine fu il venir meno di quegli aiuti.

Nel 1975 la Spagna, anche se ormai ben avviata verso lo sviluppo economico, era ancora molto marginale e arretrata, rispetto al resto dell'Occidente, sul piano socio-culturale. Dieci anni dopo era uno dei paesi più dinamici, vibranti, e di maggior successo del mondo. È divenuta uno dei protagonisti della politica europea e occidentale; le sue vicende interne e le opinioni dei suoi protagonisti e commentatori sono seguiti con la massima attenzione in tutta Europa. La sua economia va a gonfie vele, in tutti i settori, e per molti aspetti è esemplare. Le sue città hanno cambiato volto, sia nei centri storici restaurati e rivitalizzati sia nelle parti nuove, scintillanti di architetture e infrastrutture spesso di alta qualità. Le Olimpiadi a Barcellona e l'Esposizione Universale di Siviglia, ambedue del 1992, sono state la vetrina che ha permesso a tutto il mondo di constatare il 'miracolo spagnolo'. La Spagna contende ormai all'Italia e alla Francia il primato nell'industria turistica, e masse di turisti spagnoli affollano le città d'arte europee e le *resorts* di tutto il mondo. Gli architetti spagnoli sono chiamati e premiati negli ambienti più prestigiosi, e anche il design, la grafica, la moda e in generale tutte le professioni creative, sia quelle legate alle industrie culturali di massa che quelle delle 'arti alte', hanno raggiunto posizioni elevate a livello internazionale. Di quella straordinaria transizione la Movida madrileña, con tutti i suoi eccessi, ingenuità e trivialità, è stato un sintomo precoce, o forse un nucleo generatore.

2. Il contesto socio-culturale. Negli anni '60 la Spagna viveva una situazione contraddittoria. Il regime continuava a vietare le espressioni politiche non conformi alla sua ideologia conservatrice, clericale e autoritaria, a esercitare una stretta censura sulla stampa, a controllare la circolazione delle idee; ma la politica di riconciliazione nazionale, simboleggiata dalla Valle de los Caídos, dedicato ai caduti di ambedue le parti nella guerra civile, aveva indotto la sordina su ogni dibattito politico e ideologico. Era così cresciuta una generazione de-politicizzata e de-ideologizzata, che sapeva poco o nulla di come fosse il mondo prima o fuori del franchismo. Dall'altro lato il boom del turismo balneare aveva aperto la Spagna a flussi impo-

nenti di persone provenienti dall'Europa libera e democratica, e questo inevitabilmente aveva cominciato a erodere le idee e i valori dominanti all'interno. I ragazzi cresciuti nella dittatura, osservando le svedesi in bikini ridottissimi che si bagnavano tranquillamente anche subito dopo pranzo, si accorsero che le regole tradizionali inculcate dalla mamma, così come quelle del regime, non avevano più corso nei paesi più avanzati e più ricchi. Quei corpi atletici e seminudi profumavano di soldi e libertà.¹ Ma le nuove idee furono anche andate a cercare a casa loro. Negli anni '60 e '70 anche in Spagna gli appartenenti alle classi medio-alte cominciavano a potersi permettere qualche giro turistico-culturale in Europa, e osservare le differenze: il pluralismo politico, la libertà d'espressione, il consumismo, la sub-cultura giovanile fondata su sesso, droga e rock'n roll, lo hippismo e la ribellione giovanile, i nuovi movimento socio-politici (pacifismo, femminismo, ecologismo, terzo-mondismo, comunitarismo, autogestione), le nuove correnti filosofiche, culturali e scientifiche (esistenzialismo, psicanalisi, antipsichiatria, antiautoritarismo, pedagogia libertaria, anti-scuola, strutturalismo, semiotica, sociologia, ecc.) e i nuovi movimenti artistici (pop art, performance, body art, azionismo, arte povera, arte minimale, ecc.). Qualche nozione di tutto ciò circolava, grazie a qualche breve visita degli intellettuali a Parigi o qualche pubblicazione fatta arrivare clandestinamente.

All'avvento della libertà, la Spagna intellettuale dovette per qualche anno impegnarsi in un grande sforzo di aggiornamento culturale, con il risultato che molte cose furono importate all'ingrosso, con superficiale entusiasmo, senza aver il tempo di rielaborare e digerire; e sempre rimanendo un passo indietro rispetto alle dinamiche socio-culturali del resto dell'Occidente. Mentre qui ormai si apriva la stagione della post-modernità, la Spagna intellettuale era ancora intenta a modernizzarsi.

Non ci fu un'esplosione di gioia libertaria, alla morte di Franco, non solo per la prudente gradualità della transizione, ma anche perché la società e la cultura spagnola erano già preparate. Nessuno, in pratica, si mobilitò a difesa del vecchio regime, che ormai non esercitava alcun fascino sulle nuove generazioni. La grande maggioranza non aspettava altro che di seppellirlo insieme con la salma di Franco. Ma ben pochi prestavano ascolto anche all'altra campana, quella dei *carcamales* (vecchi bacucchi) marxisti rientrati dall'esilio. Per qualche anno, ci fu quasi un senso di delusione. Ma come, tutta qui la libertà e la democrazia? Fu solo quando ci si rese conto che esse erano ancora in pericolo, che c'erano ancora forze disposte ad atti disperati pur di invertire il corso della storia (il tentativo di colpo di Stato del Colonnello Tejero, nel 1981) che la gente cominciò ad affezionarsi alla liberaldemocrazia e ad assaporarne più pienamente il gusto. Questo spiega il ritardo dell'esplosione della Movida, rispetto alla fine del franchismo.

La libertà ebbe anche i suoi costi. Il primo fu il dilagare della droga, assunta dai giovani – accanto a dosi massicce di alcolici, e specialmente birra – non solo o non tanto come espressione di proprio reale disagio ma come simbolo insieme di trasgressione e di adeguamento alla subcultura giovanile occidentale. La legislazione in proposito si adeguò agli standard dei paesi più permissivi, come l'Olanda, con il risultato che nel 1984 si stimavano in Spagna 100.000 eroinomani. Il drogato (*yonqui*, dall'americano *junkie*) cominciò a far parte del costume di strada. Nello stesso anno, 11.500 drogati erano in galera per delitti contro la proprietà; perché, come avviene ovunque, la diffusione della droga implica quella del crimine, sia micro che organizzato. Nel 1989 il numero di delitti all'anno raggiunse il milione, un 80%

¹ C.J. RÍOS, *Y yo caí enamorado de la moda juvenil*, Agua Clara, Alicante 2001.

di essi contro la proprietà ed indotti dalla droga. Il grado di insicurezza civica aumentò vertiginosamente, e con essa la crescita delle imprese di *vigilantes*, di porte blindate e di apparati elettronici di sorveglianza. Di questo naturalmente provavano maligna soddisfazione i nostalgici del vecchio regime, dove c'era meno libertà ma certamente molta più sicurezza.

L'esplosione della trasgressione giovanile negli anni '80 preoccupò le pubbliche autorità, che commissionarono diverse ricerche sociologiche in materia.² Il profilo che emerge è quello di una generazione, nata tra la fine degli anni '50 e gli anni '60, figlia di una generazione che a sua volta è già cresciuta entro il regime e ne ha subito passivamente i principi; ma a differenza di tutte le precedenti, questa è una generazione cresciuta in un ambiente relativamente facile e confortevole, rispetto a quello della precedente; un ambiente abbastanza ricco di informazioni grazie alla crescita del livello di scolarità e alla diffusione dei mezzi di comunicazione di massa; mobile anche grazie alla incipiente motorizzazione individuale (la Seicento Seat comprata a rate). Una generazione cresciuta in un ambiente sicuro e protetto, e senza la percezione di particolari repressioni autoritarie, né in famiglia né fuori. La principale fonte di disagio giovanile è la difficoltà di trovare un lavoro adeguato alle proprie aspettative, e quindi una diffusa disoccupazione. Questo disagio si esprime in, e giustifica, atteggiamenti trasgressivi. In complesso, una generazione senza grandi ideali politici o etici, sostanzialmente edonista, che vive soprattutto di notte, per strada, in gruppi e tribù; e che spesso per le sue esigenze, al di là di quello che passano i genitori, si accontenta di piccoli lavori, precari e malpagati, tipici del mondo di notte: camerieri, dee-jay, pi-erre, e così via. Tuttavia questi giovani, creando la subcultura della Movida, rinnovarono il linguaggio e i modi espressivi di strati più ampi della società spagnola, fornendo un modello da perseguire anche ai propri antecessori.

I protagonisti della Movida sono alla ricerca di un tipo di mutamento del tutto diverso dalle coordinate definite alla morte del dittatore; un mutamento che non riguarda più le strutture e i processi della politica, ma le pratiche culturali di carattere esistenziale. Diventa parossistica l'attenzione per tutto ciò che è moderno, e si importano all'ingrosso le mode della subcultura giovanile internazionale; e soprattutto il *punk* inglese. Ma non si è molto interessati ai risvolti politici della protesta che pochi anni prima aveva riempito piazze e università dell'Occidente; prevaleva invece il fascino del consumismo. Nasce un nuovo tipo di intellettuale, meno paludato dei precedenti, più frivolo e inserito nel mondo dei media e dello spettacolo. La Movida così si costruisce nella pratica, in una rete di rimandi semiotici, attraverso le opere, i film, canzoni, vestiti, e disegni ma soprattutto attraverso le feste, i concerti, la transumanza notturna da locale in locale.

3. Nascita e sviluppo della Movida. Come nacque il termine Movida? Si tratta dell'invenzione di quattro o cinque critici del costume, come disse Ramoncín³ in un'intervista alla TV, o fu una realtà? Secondo alcuni osservatori, il padre del termine è Gonzalo Garrido, speaker radiofonico di Radio España e uno dei più influenti e ascoltati personaggi mediatici di quegli anni, che così dichiara: la parola nacque «in quegli incredibili anni tra il 1978-79, quando divenni molto amico di Olvido (Alaska), Carlos Berlanga e Nacho Canut. La parola nacque

² Ministerio de la Cultura, Consejería de la Juventud, *Informe sobre la juventud en España*, Madrid 1982.

³ Intervista vista alla Televisione Spagnola a Ramoncín, ex cantante punk della Movida, ora scrittore affiliato al partito socialista.

spontanea senza troppe pretese. Si diceva 'andiamo in quel posto che sicuramente ci sarà movida' [...] Ci saremmo abituati alla parola tanto che poi la ripresi ai microfoni della radio». ⁴

Secondo Pedro Almodóvar: «La Movida fu quello che accadde nel 1978 e che terminò agli inizi degli anni Ottanta [...]. Iniziò tutto imitando la nuova tendenza londinese e terminò adattandosi a Madrid, come una rottura importantissima che fiorì nello strato giovane. Quello che si fa adesso credo non abbia nessun nome». ⁵

Fabio de Miguel (meglio noto come Fabio o Fanny McNamara), in un'intervista rilasciata al quotidiano «El País», alla domanda «Come ricorda gli anni della Movida?» rispose: «A camera lenta. Eravamo sempre fuori ed il tempo passava molto lentamente. L'obiettivo era diventar ricchi il prima possibile, con il minor sforzo possibile e la massima sfacciataggine. [...] Ti alzavi dopo una nottataccia, sempre se riuscivi ad andare a dormire, poi te ne andavi al Rastro (mercato) a comprare una cosetta per 500 pt (3 €), poi ad un baretto per mangiare qualcosa ed ecco che arrivava già il momento di mettersi quello che avevi comprato al Rastro, andavi a girare un video o a farti delle foto con Pablo (Pérez Minguez). Alla notte finivi al Rockola o ad un concerto che terminava sicuramente in casa di qualcuno». ⁶

Il ciclo vitale della Movida può essere periodizzato come segue:

- *stato d'attesa*: nel 1975, anno della morte di Franco (20 novembre) e nascita della casa discografica madrina ufficiale della Movida, 'Chapa Discos';
- *gestazione*: inizierà verso il 1976 e si compirà con il decreto dell'11 novembre del 1977 che abolisce ufficialmente la censura. Finalmente si potrà parlare, cantare, incidere, dipingere tutto ciò che si desidera. Colpisce che le necessità sociali dei giovani del 1976 non sono le stesse del 1978. A questa data per esempio le canzoni di protesta non hanno molto senso, si aprono altri canali di lettura, altre critiche e temi, dove si radicherà la Movida;
- *nascita*: nel 1978 per vari motivi, tra cui la celebrazione del I Concorso Rock Villa de Madrid nel mese di maggio;
- *crescita*: fino al 1986;
- *agonia*: possiamo considerare il 1986 come inizio della fine, per vari episodi. Nel maggio dell'anno precedente era stata chiusa la discoteca *Rockola*, tempio della Movida; in gennaio muore Tierno Galvan, sindaco di Madrid e autore di molteplici riforme progressiste e promotore di eventi culturali e ludici rivolti alle nuove generazioni;
- *morte*: 1988. Quasi tutti i critici musicali concordano nell'affermare che nell'88 termina l'età dorata del pop spagnolo; in quell'anno i pittori iniziano ad andare all'estero, e da allora nulla di nuovo e provocatorio emerge a Madrid.

4. Il padre della Movida. Si è più volte menzionato il nome di Tierno Galvan, e parlando di gestazione e nascita della Movida, è giusto spendere qualche parola sul suo padre istituzionale. Don Enrique arrivò al governo di Madrid nell'aprile del 1979 grazie alla coalizione tra socialisti e comunisti, vincendo sulla lista più votata, ovvero quella del candidato centrista José Luis Alvarez precedente sindaco.

⁴ L. CARLOS, *La edad de oro del pop español*, Luca, Madrid 1992, pp. 115-116.

⁵ Intervista a «Cambio 16», 11-18 marzo 1985.

⁶ Intervista a C. ARNAIZ, *Mi talento ha influido en toda la musica del siglo*, «El País», 20 agosto 2001.

La visione che i critici hanno oggi del ‘vecchio professore’ e delle sue iniziative, si può riassumere nella seguente: «Enrique Tierno Galván si prefisse l’obiettivo programmatico di recuperare per Madrid rigore e tradizione. Installò invece la Movida madrileña che in seguito forse avrebbe prodotto più malesseri che altro, e su questo punto i critici maggiormente lo attaccheranno».⁷

Il ritratto che ne fanno oggi quelli che allora vissero la Movida dall’interno, come Moncho Alpuente è: «A parte la sua età avanzata e che continui a pronunciare Lenox anziché Lennon, il sindaco Tierno Galvan sa cos’è la Movida e ne finanzia concerti, invita a *colocarse y al loro*,⁸ sovvenziona concerti rock, edita riviste di *comics*, e introduce una politica di pane e circensi alla quale non tarderanno ad avvicinarsi le altre comunità autonome... Tierno Galvan ha avuto la capacità di sintonizzarsi con l’opinione pubblica cittadina ed una notevole capacità di assegnare alla vita pubblica le necessarie componenti di spettacolo richieste dalle situazioni».⁹

5. La colonna sonora della Movida. La musica è uno degli elementi più caratterizzanti, integranti ed evidenti della Movida. I suoi testi musicali sono uno spazio polisemico, che permette svariate letture, spunti e interpretazioni. Le sue canzoni rimandano ad un ampio universo di segni e codici: la canzone è testo, è musica, è messa in scena, è la biografia di un gruppo, è relazione con i fan, ecc. Vediamo allora come un tempo concreto – la notte – e uno spazio sociale – concerti, feste, celebrazioni – sono presenti nelle canzoni, concretamente in alcuni testi dove si possono individuare le impronte del mutamento provocato dalla Movida.

La musica emergente si contrapponeva a tutto quanto era stato prodotto in Spagna fino allora: è basica, diretta, senza virtuosismi. Non esiste separazione gruppo/pubblico. Scrive Hedbrige: «Ogni concerto mostra con evidente palpabilità, che le cose possono cambiare perché di fatto stanno già cambiando».¹⁰ Uno dei momenti tipici della Movida è il concerto, riflesso del mutamento culturale in atto, in cui si combinano autenticità e originalità.

Nella gioventù spagnola tra gli anni 1978 e 1986 regnano le *litronas* (mix alcolici, generalmente assunti nelle serate tra amici in strada e fuori dai locali) il tabacco, il pop, le droghe, il sesso, il rock’n roll, e uno spirito trasgressivo e renitente. La parola ‘no’ ricorre con molta frequenza nei testi delle canzoni come nei *comics* e nelle riviste. Allo stesso tempo della parola per eccellenza (no), abbiamo un tema che sarà oggetto di culto, la notte.

Si sviluppa un nuovo linguaggio giovanile, con i suoi codici linguistici e mode, in contrapposizione formale e sostanziale con il mondo degli adulti: «Brucia i tuoi libri / esci in strada / e ridi, ridi [...]. Non importa se ci piace / o non ci piace / nessuno te lo chiederà». E ancora: «Tutta la notte senza dormire, bevendo ballando senza poter smettere di ridere».¹¹ Una delle canzoni più rappresentative è quella cantata da Alaska (Olvido Gara, cantante travestita, idolo delle notti madrilene), testo di Carlos Berlanga, musicista, poeta e pittore della Movida, autore di quasi duecento testi di canzoni: «ballando / passo il giorno ballando / mentre i vicini non la piantano di protestare / bevendo / passo il giorno bevendo / agitando il

⁷ G. LOPEZ ARIAS, *Alcaldes de Madrid*, Avapiés, Madrid 1994.

⁸ Espressione che invita a divertirsi senza troppi problemi.

⁹ Articolo di Moncho Alpuente, in «La Boira», 3 (ottobre 1999).

¹⁰ D. HEDBRIGE, *Subcultures. The meaning of style*, Routledge, London 1979.

¹¹ Dal testo della canzone *Hoy no me puedo levantar*, Mecano 1980.

mixer / pieno di selz e vermut / Ho le ossa scassate / e il femore molto slogato / il corpo mi fa male / però ho una gran vita sociale / ballo tutto il giorno / con o senza compagnia / Muovo la gamba, muovo il piede / muovo la tibia e il perone / muovo la testa, muovo il petto / muovo l'anca appena ho occasione...». ¹²

6. La moda e il luogo della Movida: il Rastro. L'abbigliamento della Movida doveva essere soprattutto economico. Il Rastro (mercato di seconda mano) di Madrid era il 'negozio' più frequentato del momento. Nessuno poteva competere con gli affascinanti modelli che si trovavano sulle sue bancarelle e che arrivavano direttamente dagli anni settanta londinesi; gli stessi abiti che di notte si sarebbero trasformati in costumi punk.

Nei primi anni Ottanta quest'angolo di Madrid era indubbiamente territorio punk, con il suo epicentro nel mitico angolo di musica 'Dracula Trip', dove alcuni personaggi vendevano cassette pirata, con le novità della seconda ondata del punk britannico. Il dubbio stava se spendere i pochi soldi in cassette o semplicemente rimanere seduti sugli scalini (ora occupati dai post-hippy) ascoltando le chiacchiere, discorsi, dividendo litri di birra con la ragazza del momento. Tutto era troppo divertente e troppo facile [...]. ¹³

Come vediamo dal commento di questo anonimo, lo stile che dilagava a Madrid era totalmente influenzato dal punk inglese, non solo la musica ma anche la moda. Assistiamo ad un cambio di colore generazionale, dove dai capelli al trucco, alle calze a righe, tutto era diverso, una forma di essere che in un certo modo rimane legata alla notte e alla vita notturna, tanto che si potrebbe parlare di nuovi vampiri di oggi. Il Rastro era il cuore della Movida, ci si trovava in questo luogo per decidere dove trascorrere la notte, discutere quali gruppi erano più *in*, ma anche solo per riunirsi.

Il Rastro madrilenò non aveva avuto connotazioni politiche esplicite fino alla fine degli anni '70 (la vicina Piazza Tirso de Molina è la sede della maggior parte dei partiti politici). Il Rastro prima di tutto ha un significato culturale, di costume, commerciale e folklorico: non era solo un luogo di interscambio e compravendita di oggetti del passato, fatto importante, soprattutto in questi tempi dove alla nozione di consumo si unisce quella di perdita degli oggetti consumati e la conseguente perdita della loro identità. Questo è il Rastro, testimone del passato ma anche luogo dove si producono cultura, arte e letteratura. Nel suo significato più profondo, il Rastro è anche politica; è stato un luogo di scambio di idee, dove si rompevano le molle abituali del commercio omologante e dove sempre si respirava aria di libertà. Era un mondo a parte, politico nel senso più intimo, però spogliato da tutti i segni partigiani più concreti. L'immagine della tolleranza e della coesistenza pacifica. Chi al tempo voleva seminare violenza nel Rastro attentava contemporaneamente alla democrazia e l'ordine cittadino. ¹⁴

7. I fotografi della Movida. Nel 1977 la rivista di fotografia «Nueva Lente», diretta alternativamente da Jorge Rueda e Pablo Perez Minguez, nell'intento di far uscire la fotografia spagnola dalla stagnazione autarchica, promosse un'esposizione su ampia scala, con questo annuncio: «Se sei spagnolo, ti piacciono le foto che fai e sei nato dopo il primo di gennaio del

¹² Dal testo della canzone *Hoy no me puedo levantar*, Mecano 1980.

¹³ Articolo anonimo, *El punk ha muerto*, in «La maskletà», 16 (1990), p. 3.

¹⁴ O. LLOPIS, *Madrid por el lado salvaje*, in «Star», 30 (1979).

1950, inviati una cartella con i tuoi lavori». ¹⁵ La risposta all'annuncio fu immediata e rotonda, e l'ultima decade degli anni '70 vide aprirsi molte porte per il mondo della fotografia. Nei primi anni '80 i fotografi abbandonano le strade e la denuncia sociale per chiudersi nello studio e sperimentare immagini introverse, soggettiviste, e nuovi procedimenti tecnici artigianali, in combinazione con altri media artistici. Il messaggio si trasforma in un'esperienza più intima, come possiamo vedere nei lavori documentaristici di Alberto García Alix, e nella pittofofografia di Ouka Lele. Questi, insieme a Pablo Pérez Minguez, saranno i fotografi più popolari della Movida, e anche tra i migliori che la Spagna abbia avuto. Essi cercano di superare le categorie tradizionali della fotografia, e imprimervi creatività ed espressività. Facevano a meno del grande studio, con macchinari sofisticati e costosi. Partecipavano agli eventi della Movida, sparando con le loro fotocamere e fissando nelle loro immagini le feste al Rockola, al Via Lactea o alla Galleria Fernando Vijañe, alla casa di Pedro o dei Costus. Ma anche i loro studi e le loro case saranno a loro volta tra i centri focali della Movida. In particolare Pablo Pérez Minguez è considerato tra le figure più rappresentative del movimento, allo stesso livello di Almodóvar, Ceesepe, i Costus, o Guillermo Villalta. Ouka Lele (vero nome Barbara Allende) ritrae i protagonisti della Movida ricorrendo a tecniche miste tra fotografia e pittura. Cominciano a comparire sulla scena quotidiana nuove gallerie e festival fotografici, appoggiati anche questi dall'amministrazione comunale madrilena, come FOCO (1985-1990). ¹⁶

8. Il cineasta della Movida: Pedro Almodóvar. A fissare la Movida in cinematografia fu Pedro Almodóvar, uno dei suoi protagonisti più provocatori e uno dei pochi la cui fama abbia scavalcato quel periodo e che sia divenuto una star internazionale. Come la gran parte dei leader artistici della Movida, anche Almodóvar veniva dalla campagna, da sperduti paesini della Mancha e del Cáceres (nato nel 1951 a Calzada de Calatrava, cresciuto a Madrigalejo). La sua diversità lo teneva lontano dai compagni di paese, e a 17 anni si trasferì a Madrid con l'intenzione di iscriversi alla Scuola ufficiale di cinema spagnolo. Non riuscendoci, si adattò a studiare da maestro e lingue straniere, mantenendosi con piccoli lavori, e trovando compagni della sua condizione. ¹⁷ Fin da piccolo era stato attratto dal cinema, e con i suoi primi risparmi nel 1972 si comprò un Super 8. Iniziò con cortometraggi sperimentali, su copioni scritti da sé, girati con l'aiuto di amici che fungevano anche da protagonisti, e dove raccontava storie di passioni e amori di norma omosessuali. ¹⁸ Anche gli spettatori delle proiezioni erano di solito i suoi amici, nelle case private. Nel frattempo scriveva anche sceneggiature per riviste clandestine di fumetti. Alla fine degli anni '70 convertì in film uno dei suoi ultimi fotoromanzi scritti per la rivista «El Vibora» (*Erecciones generales*), ovviamente una storia di prodezze sessuali, 80 minuti in 16 mm, che divenne uno dei lungometraggi cruciali per la storia del cinema spagnolo. Grazie al contributo di alcune persone che finanziarono economicamente il film e alla partecipazione di quelle che poi saranno chiamate *chicas Almodóvar* ossia attrici come Carmen Maura e Cecilia Roth, presenti nella maggioranza dei suoi lavori, riuscì a far proiet-

¹⁵ C. SERRANO, P.P. MINGUEZ in «Nueva Lente», 63 (maggio 1977).

¹⁶ M. SANTOS, «Fotocultura», 79, 12 gennaio 2001.

¹⁷ T. VALENZUELA, *Dal Rastro a Hollywood*, «El Mundo», 14 febbraio 2001.

¹⁸ N. VIDAL, *El cine de Pedro Almodóvar*, Destino, 1989; V.M. FOLIX, *Aquellos dorados tiempos*, «El País», 28 marzo 1999.

tare la sua pellicola in sale commerciali. Egli stesso si occuperà della reclamizzazione dei film, partecipando il più possibile alle proiezioni nei diversi cinema del paese. Scriveva anche romanzi pornografici, come *Le memorie di Patty Diphusa* (1982) che ebbe grande successo, tanto da indurlo a trarne un porno-fotoromanzo, con il suo amico Fabio de Miguel, detto Fabio (o Fanny) McNamara, nella parte del/della protagonista.

Ma al tempo della Movida Almodóvar non si diletta solo con la cine- e la videocamera. Fu anche cantante del gruppo musicale 'The Black Kiss Dolls', un duo *en travesti* assieme all'amico McNamara che giunse anche alle vette della hit-parade per un periodo; poi cambiò nome, assumendo quello di duo punk-rock 'Almodóvar-McNamara', dove i due cantavano vestiti da casalinghe, con grembiuli e ciabattine con pompon, bigodini e calze al ginocchio. Tra le loro interpretazioni di maggior successo v'erano anche le imitazioni delle più famose canzoni di Raffaella Carrà, allora molto popolare in Spagna.

Nel 1980 girò un film (*Pepi, Luci, Bom y otras chicas del monton*) in cui una casalinga masochista, una progressista con desiderio di vendetta e una stella emergente del punk erano le protagoniste di una commedia senza precedenti, strabordanti di libertà creativa. L'opera non passerà alla storia per la sua perfezione tecnica, né per la sua evidenza narrativa, ma sicuramente per i suoi impagabili momenti, come quando Carmen Maura (Pepi) seduce un poliziotto fascista, o Olvido Gara 'Alaska' (Bom) dichiara il suo amore per Eva Siva (Luci) con lo stridente ritornello-tormentone: «yo te quiero a ti, murciana, porque eres una marrana».¹⁹ Con questa pellicola il cinema *underground* emerge dalla clandestinità, e reclamò la sua parte di pubblico. A distanza di 20 anni rimane ancora una testimonianza fondamentale per capire la modernizzazione del cinema spagnolo.

Il successo indusse Almodóvar a dedicarsi totalmente al cinema. Girò *Labirinto di passioni* con il debuttante Antonio Banderas, componente di una famiglia dove tutti i fratelli sono omosessuali. I temi di sempre erano: sesso, travestimento e omosessualità. Le critiche furono spietate con lui, lo tacciavano di mediocre, sudicio. Oggi gli stessi detrattori si sono trasformati nei suoi più vigorosi difensori.

Avviato decisamente alle glorie del cinema, Almodóvar ampliò la sua filmografia con titoli come *i Atame*, *La flor de mi secretos*, *Donne sull'orlo di una crisi di nervi*, ecc., che continuavano a suscitare accese discussioni. Quello che nessuno poteva discutere è che Almodóvar evolveva film dopo film, fino a *Todo sobre mi madre* pellicola che segnò il tutto esaurito ai botteghini, fu segnalata in tutte le riviste specializzate e finì per vincere il premio per la miglior regia al Festival di Cannes.

9. I fumetti della Movida. Nella storia del fumetto spagnolo si distinguono i 'comics della transizione' dai 'comics della Movida'. I primi in realtà avevano cominciato ad apparire già prima della morte di Franco, avanzando oblique critiche e satire al regime, chiedendo riforme. Tra questi si può menzionare «Star», fondato nel 1974. Dopo la fine del regime, si moltiplicarono e rafforzarono; e suddivisero in 'fumetti fatti da adulti', con contenuti più o meno evidenti di satira politica e culturale, e 'fumetti per adulti', dal contenuto prevalentemente erotico. In questo genere i disegnatori, sceneggiatori e vignettisti spagnoli acquisirono in breve abilità e fama anche a livello internazionale.

¹⁹ Traduzione: «Io amo te mursiana (di Murcia, città della costa Blanca) perché sei una burina». Espressione che non fu certo apprezzata all'uscita del film nelle sale di Mursia.

Nel 1976 esce «El Jueves», una rivista a fumetti che ambisce a unire ambedue i filoni, quello satirico-politico e quello erotico, e vi succede in modo tale da essere ancor oggi del tutto vitale, dopo aver suscitato un'ampia serie di precarie imitazioni. Ma in quelli stessi anni il mercato spagnolo è anche invaso dalle pubblicazioni a fumetti estere, che trovano ampio mercato tra gli adolescenti spagnoli, alieni dalla politica e avidi di colorite storie di avventura, violenza, horror e sesso.

Un filone particolare di riviste a fumetti fu quello indirizzato al pubblico 'alternativo' della Movida, e realizzato da disegnatori che vi partecipavano da leader. Il comic della Movida si nutre di una grande quantità di nuovi disegnatori formati tra le file dei *fanzine*. La funzione sociale del comic agli inizi sarà quella di mantenere uno standard di libertà, utilizzando lo humour come scudo. Tra questi si possono menzionare due generi principali, quello rappresentato da «El Vibora» (fondato nel 1979 con lo slogan 'non abbiamo ideologia, non abbiamo morale, non abbiamo niente di più che la voglia di disegnare un fumetto per te') e quella rappresentato da «El Cairo», fondato nel 1981. Tra i disegnatori più rappresentativi del fumetto da Movida si possono citare Javier Mariscal e Carlos Sanchez Perez detto Ceesepe.

La Movida ebbe anche una sua rivista a fumetti sovvenzionata dal Comune, *Madriz*. Con ambizioni di rappresentare le ultime tendenze della post-modernità spagnola, e di Madrid quale sua capitale, fu pubblicata *La luna de Madrid* (1983).

10. I pittori della Movida. L'isolamento della pittura spagnola dalle vicende dell'arte europea durante i quarant'anni del franchismo non era stato meno grave di quello di ogni altro aspetto della cultura. Ancora qualche anno dopo la fine del regime le cose rimasero ferme. Quando Achille Bonito Oliva e Harald Szeeman chiesero alle competenti autorità spagnole di segnalare giovani artisti per una mostra speciale sulle nuove tendenze, alla Biennale di Venezia del 1980, non ebbero risposta. Eppure a Madrid, nell'ambito della Movida, c'era un gruppo di giovani pittori piuttosto interessante. I più fascinosi erano Juan Carrero e Enrique Naya, una coppia omosessuale nota come *Los Costus*, diminutivo di *costureras* (sarte), perché nella loro leggendaria casa del *barrio* di Malasana usavano ricamare tele e cuscini. Carrero veniva da Palma de Maiorca e Naya da Cadice. Erano intimi di tutti gli altri protagonisti della Movida – di cantanti, musicisti, fotografi, fumettari, letterati – presenti a tutti i loro eventi e feste, e la loro casa ne era frequentatissima. Essi furono quasi i ritrattisti ufficiali della Movida, in una serie di ritratti intitolata *la Valle dei Caduti*, in riferimento beffardo alle opere presenti nel gran monumento franchista. Dipinsero anche i ritratti delle stelle del loro mondo musicale e cinematografico sulle pareti di una specie di Cappella Sistina della Movida, la discoteca 'La via lattea', ma quest'opera fu distrutta da un incendio. La loro prima mostra risale al 1981. Otto anni dopo Naya morì di AIDS a Sitges, e subito dopo il suo compagno si suicidò.

Un altro esponente importante fu José Alfonso Morera, detto 'El Hortelano', nato a Valencia nel 1954. Trasferitosi nel 1975, incontrò al Rastro il fumettaro Ceesepe, e andò ad abitare da lui, in una casa che divenne un altro dei punti di riferimento della Movida madrilena. Per tre anni fu sposato con la pitto-fotografa Ouka Lele, insieme alla quale produsse alcuni lavori, come il video *Koloroa*, del 1981. All'inizio della sua carriera fu disegnatore di fumetti, sulla scia di Ceesepe, collaborando a diverse delle riviste citate sopra. Ma nel 1978 ottenne una borsa per studiare arte a Roma e da allora si dedicò soprattutto alla pittura.

Si deve menzionare ancora Antonio Sanchez Casado detto 'Tino Casal', che fin da piccolo mostra inclinazione all'arte. Durante gli anni '70 trascorre un lungo periodo a Londra,

dove assorbe l'estetica pop e punk di quegli anni; verso il 1977 torna a Madrid, dove si mette in coppia con il più volte citato Fabio McNamara, allora chitarrista di una band chiamata 'Kaka de Lux'. In questo periodo, influenzato dall'amico, si dedica quasi esclusivamente alla musica, alla moda e alla scenografia. Ma nel frattempo rinsalda le relazioni con i Costus, già conosciuti nel 1977. I rapporti con loro diventano più intensi a partire dal 1982, ma nello stesso periodo va ad abitare con il fotografo Perez Minguez, in un complicato scambievole intreccio di coabitazioni, influenze artistiche e rapporti erotici e sentimentali plurimi. Casal, pur affetto da una grave malattia all'anca, era molto bello, e i suoi vari amici l'hanno ritratto innumerevoli volte. Con la morte dei Costus nel 1982 si chiude un'epoca felice per Casal, che morirà anche lui due anni dopo, nel 1991.

11. La logistica della Movida. Quasi tutti gli artisti che animavano la Movida venivano da altre parti della Spagna, e a Madrid vivevano in quartieri diversi. Ciò che li univa erano le loro diversità e le loro passioni. Non appartenevano a nessun altro gruppo o strato o classe o ideologia, la loro identità era esclusivamente quella che si formava all'interno del gruppo e delle sue manifestazioni. Si frequentavano tutti, spesso coabitavano e si amavano; le loro espressioni artistiche interagivano attraverso i generi – i musicisti andavano alle mostre dei pittori, i cantanti posavano per i fotografi, i disegnatori di fumetti consigliavano i musicisti. Si trovavano per continue feste notturne nelle case or dell'uno or dell'altro, frequentavano tutti gli stessi luoghi – il Rastro, i night club, le discoteche, i cinemini. Questa è stata senza dubbio una delle molle della loro straordinaria creatività.

12. Conclusioni. La decade della Movida, 1978-1988, fu una esplosione della fantasia, del colore, della sperimentazione e dell'innovazione nel campo dei suoni, dell'arte, della moda, della filosofia, dei costumi, con una sola costante: la gioventù. Gioventù intesa non solo come fenomeno biologico ma come qualcosa di mentale. Non solo una generazione si autoeducò, ma si rieducarono anche i padri ad apprezzare, accettare e capire ciò che stava accadendo in Spagna.

Si crede in generale che la Movida sia un fenomeno puramente madrilenno, ma un'analisi più attenta mostra che in qualche misura tutta la Spagna ne fu influenzata.

Qualcuno vi vede solo un momento di immoralità dilagante; ma forse è meglio dire di ricerca di una propria morale, non imposta dall'autorità o dalla tradizione.

La Movida divenne un fenomeno di massa senza precedenti nella storia spagnola: un fenomeno esclusivamente artistico-giovanile. Ma quando divenne una moda cui tutti volevano partecipare, anche i politici e le pubbliche istituzioni, perse i suoi caratteri originari. D'altra parte, anche tra i giovani essa divenne troppo spesso solo una scusa per abusare di alcol e droghe. La Movida cessa di essere un antibiotico dei giovani per trasformarsi in un calmante. Alla fine svanisce, perché la droga comporta, tra le altre cose, un aumento della criminalità e dell'insicurezza. Nell'opinione pubblica e nelle autorità tornarono a prevalere atteggiamenti ostili alla Movida, e questa perde gli appoggi istituzionali.

Cos'è stata la Movida? Mi si lasci rispondere con le parole di Oscar Mariné, artista ora noto per aver disegnato le ultime locandine dei film di Almodóvar, ma ai suoi tempi un tipico giovane della Movida. Era una serata come tante a Madrid, tra amici, cenando e bevendo del buon vino. Inevitabilmente la conversazione scivolò sugli anni '80 e gli posi quella domanda. Mariné rispose che la Movida era esattamente come quella serata, era «stare con gli amici davanti a del vino scherzando, parlando dei progetti per il futuro, chi di musica, chi di dise-

gno, chi come me delle sue prime performance e installazioni artistiche». Questa era la Movida, disse: un incontro tra amici con l'ansia del futuro e progetti che si intrecciavano continuamente. Dopo la cena andammo tutti insieme ad una festa, si parlò ancora, si ballò con la musica di alcuni amici, Oscar con la vivacità ed entusiasmo di uno di noi. Tornammo all'alba, e capii che la Movida altro non era che la libertà di muoversi e continuare a farlo senza alcun impedimento, sognando un futuro diverso e colorato, progettare e approfittare in tutti i modi del momento che si ha a disposizione. Per questo motivo non mi sento di dire che della Movida non rimane nulla o che morì, ma semplicemente parafrasando Alaska: «la Movida non è mai esistita». È la narrazione di un tempo particolare, di una gioventù che ebbe la possibilità di emergere dall'ombra del passato e lo fece nel modo più colorato e rumoroso possibile.

Bibliografia

- D. AGUILA, *El discurso político de la transición española*, CIS, Madrid 1984.
- C. ARNAIZ, *Mi talento ha influido en toda la música del siglo*, «El País», 20 agosto 2001.
- J. ARRANZ, *Los dos casos de un mismo barrio*, in «Madrid», 5 (1984), pp. 32-33.
- L. BARBER, *Luna postmodernidad*, in «La Luna de Madrid», 2 (1983), p. 9.
- L. CARLOS, *La edad de oro del pop español*, Luca, Madrid 1992.
- R. CERVERA, *Alaska y otras historias de la movida*, Plaza y Janés, Barcelona 2002.
- R. CERVERA, *El valle de los caídos, Catálogo de la exposición*, Galeria SEN, Madrid 2002.
- R. DE ESPAÑA, *Editorial*, in «Cairo», 4 (1982), p. 2.
- L.A. DE VILLENA, *Madrid ha muerto*, Plaza y Janés, Barcelona 2002.
- Editorial*, «El Vibora», 11 (1980), p. 12.
- Editorial*, «Madrid», 1 (1984), p. 3.
- R.G. FELIX, *Comunicación y Lenguaje Juvenil*, Instituto de Estudios 'Juan Gil-Albert', Fundamentos, 1989.
- J. GALLERO, *Solo se vive una vez: Esplendor y ruina de la movida madrileña*, Ardora, 1991.
- R. LACOCCHI, *La partición social y política de los jóvenes*, Instituto de la Juventud, Madrid 1996.
- G. LOPEZ ARIAS, *Alcaldes de Madrid*, Avapiés, Madrid 1994.
- P. MINGUEZ, *La otra historia: sociedad, cultura y mentalidades*, Servicio editorial, Madrid 1989.
- P. MORENO, *Los nuevos creadores*, in «ABC», 21 noviembre 1982.
- J. OLIVARES, *Madrid, Madrid, Madrid*, in «Lapiz», 17 (junio 1984).
- RAMONCÍN, *El nuevo tocho cheli. Diccionario de jergas*, Temas de Hoy, Madrid 1996.
- C.J. RÍOS, *Y yo caí enamorado de la moda juvenil*, Agua Clara, Alicante 2001.
- F.C. SERRALLER, *La purga de lo setenta*, in «Lapiz», 27 (mayo 1983).
- C. SERRANO, P.P. MINGUEZ, «Nueva Lente», 63 (mayo 1977).
- T. VALENZUELA, *Dal Rastro a Hollywood*, «El Mundo», 14 febrero 2001.
- V. VERDÚ, *Los años de la reconquista*, «El País», 25 mayo 1986.
- N. VIDAL, *El cine de Pedro Almodóvar*, Destino, Madrid 1989.
- A. VILA, *Hielo Rojo*, «El Gran Musical», mayo 1984.

Comunicare l'arte contemporanea

Un'indagine sulle riviste di settore*

ELEONORA DI FILIPPO

1. Introduzione. Ogni sistema vive di comunicazione. Nel sistema dell'arte si comunica molto con le tradizionali tecniche della parola parlata – le conversazioni faccia-a-faccia, il passaparola, le conferenze – e inoltre con le immagini, i riti, e oggi l'informatica. Ma anche qui un ruolo importante ha la parola scritta e stampata: libri, opuscoli, cataloghi, documentazione 'grigia', newsletter, e così via. In questo lavoro abbiamo tentato di esplorare una particolare categoria di mezzi di comunicazione a stampa: le riviste specializzate. Quali sono le loro funzioni nel sistema dell'arte contemporanea in Italia? Quale il loro ruolo e status, nella catena artista-critico-mercante-funzionario-massmedia-pubblico che ne costituisce la struttura elementare?¹ Quale la storia, i problemi e le prospettive?

Il tema non è stato finora, molto studiato; la bibliografia è scarsa (ben diversa è, ad esempio, la situazione nel caso delle riviste letterarie).² Solo recentemente è emerso qualche segno di interesse per la materia, come vedremo. Nella prima parte di questo scritto ricorderemo alcuni punti nodali di questo dibattito. Nella seconda presenteremo i principali risultati della nostra ricerca sul campo, che a sua volta si articola in due momenti. Nel primo abbiamo cercato di formare una mappa delle riviste d'arte contemporanea, a partire da quanto è presente nelle biblioteche degli istituti e dipartimenti universitari italiani in cui la si studia; e ne abbiamo trovate 28. Ne abbiamo poi individuato una classificazione, a partire dal giudizio di 70 studiosi che si sono gentilmente prestati a rispondere ad un nostro breve questionario postale. Nel secondo momento abbiamo concentrato la nostra attenzione su quattro tra le riviste che sono risultate tra le più importanti o interessanti («Flash Art», «Segno», «Juliet», «Art e Dossier»), e abbiamo tentato di ricostruirne un sommario profilo, sia sulla base dell'analisi dei primi editoriali e della struttura giornalistica, sia con interviste ai loro responsabili.

I limiti della ricerca sono ovviamente numerosi. Ne evidenziamo qui i tre principali. Il primo è che non si sono prese in considerazione le riviste estere, e in particolare quelle che fanno capo ai grandi centri internazionali del sistema dell'arte. Limite importante, data la natura fortemente accentrata e gerarchizzata del sistema: anche in Italia, infatti, quelle riviste sono molto seguite dagli addetti ai lavori, ed esercitano influenze di peso. In secondo luogo, non si sono prese in considerazione le rubriche dedicate all'arte nelle grandi riviste 'd'opi-

* Sintesi di *Comunicare l'arte contemporanea: analisi di alcune riviste di settore*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2002-2003, pp. 152.

¹ Il concetto di 'sistema dell'arte' è stato introdotto in Italia per primo, a quanto pare, da A. BONITO OLIVA, *Arte e sistema dell'arte*, Galleria L. De Domizio, Pescara 1975.

² Cfr. ad esempio V. VETTORI, *Riviste italiane del '900*, Gismondi, Roma 1958; A. ACCAME BOBBIO, *Le riviste del primo '900*, La Scuola, Brescia 1985; P. PALLAVICINI, *Riviste degli anni '90: l'altro spazio della nuova narrativa*, Fernandel, Ravenna 1999.

nione', o generaliste; né quelle sui quotidiani, che pure hanno qualche importanza. In terzo luogo, l'analisi si basa sulle vedute degli studiosi, da un lato, e di alcuni direttori, dall'altro; rimangono fuori quelle dei molti altri attori del sistema. Non sappiamo, ad esempio, quel che ne pensano gli artisti, i galleristi, e gli altri 'pubblici' delle riviste.

2. Il dibattito. Nell'articolo *Dalla parte delle riviste*,³ comparso nel numero 2-3 della rivista «Figure»,⁴ Paolo Balmas riprende quanto è emerso nell'ambito di un dibattito tenutosi a Pescara nel novembre del 1981, in occasione della prima Rassegna Internazionale delle Riviste d'Arte Specializzate⁵ dove si è cercato di chiarire il ruolo delle riviste d'arte contemporanea.

Secondo Balmas, l'intervento di Arturo Carlo Quintavalle⁶ è stato particolarmente incisivo. Quintavalle sostiene che le riviste finiranno con l'aver la sola funzione di contribuire alla 'dignificazione' dell'acquirente di un'opera, se non cesseranno di essere il luogo dove si decide che cosa ha o non ha valore artistico e se si continuerà a pensare che è opportuno occuparsi solo delle opere collezionabili anche dai privati, perché possono contribuire alla loro dignificazione. Secondo Balmas il ragionamento è valido solamente considerando come condizione indispensabile, per poter ritenere importante un evento artistico, la sua immediata incidenza nel sociale.

Sul tema della immediata incidenza, va messa in rilievo una possibile distonia tra le riviste e i quotidiani e i settimanali: le riviste, assieme a saggi e monografie, sono la base da cui gli storici dell'arte elaborano i loro concetti e il luogo ove la critica può affinarsi in una fase di 'lungo termine'; ma non va dimenticato che il dibattito si diffonde e filtra poi anche sui grandi settimanali di cultura generale («Espresso», «Panorama») e sui quotidiani («Il Lunedì di Repubblica», «Corriere della Sera» e «La Stampa»).

Un altro giudizio negativo riportato da Balmas è quello di Francesco Poli: le riviste

quasi senza eccezioni, sono finanziate dalla pubblicità delle gallerie e degli artisti, quando non sono addirittura pubblicate dai mercanti stessi. All'interno di queste riviste anche gli articoli apparentemente senza secondi fini hanno una loro ragione pubblicitaria.

Conclude in maniera un po' troppo sbrigativa la questione affermando che

tuttavia non tutte le riviste d'arte hanno una funzione così scopertamente pubblicitaria, e anche senza tener conto di quelle più impegnate [...], ve ne sono alcune che sono su un piano di divulgazione decorosa, essendo rivolte anche a un pubblico non necessariamente interessato all'acquisto di opere d'arte.

³ P. BALMAS, *Dalla parte delle riviste*, in «Figure. Teoria e critica d'arte», Rivista quadrimestrale diretta da F. Menna, anno 1, 2-3 (1982), p. 101.

⁴ La rassegna fu patrocinata dal Comune di Pescara, dalla regione Abruzzo, dal Consorzio Interregionale di Promozione Libreria e dall'Associazione Rivista Il Segno.

⁵ Arturo Carlo Quintavalle è stato allievo di C.L. Raggianti alla Scuola Normale Superiore di Pisa. Collaboratore di SeleArte, Ispettore nella Soprintendenza alle Gallerie, docente di Storia dell'arte in diverse università americane, insegna all'Università di Parma. Qui ha fondato il Centro Studi e Archivio della Comunicazione (CSAC) la massima raccolta italiana di disegno progettuale, fotografia, fumetto, grafica e disegno di moda. La rassegna fu patrocinata dal Comune di Pescara, dalla regione Abruzzo, del Consorzio Interregionale di Promozione Libreria e dall'Associazione Rivista Il Segno.

⁶ F. POLI, *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Torino 1975, p. 108.

Se già Lukacs⁷ sosteneva che «Lo sviluppo capitalistico, che livella tutto, ha lavorato per bene anche nel campo della critica [...] Solo poche riviste, per lo più a scarsa tiratura e con pochi mezzi, possono opporre resistenza e difendere la libertà di espressione della critica», Poli, con la sua tesi, non approfondisce l'argomento e lascia agli interessati il compito di distinguere le riviste più o meno impegnate e più o meno commerciali.

Balmas è del parere che i criteri proposti da Poli non portano a nulla perché non è difficile dimostrare che nemmeno le riviste cosiddette impegnate sono immuni dalle operazioni di mercato, dato che attribuire ad un'opera un valore artistico significa inevitabilmente accrescerne anche il valore di scambio.

Ciò che egli ritiene invece opportuno sottolineare è che la funzione delle riviste, come strumento di valutazione critica delle attività culturali, continuerà ad aumentare se non cesserà la politica culturale basata sulla fruizione di massa delle opere d'arte contemporanee.

Nel già citato dibattito di Pescara, Francesco Vincitorio distingue i seguenti tipi di riviste:

- riviste accademiche, come per esempio «Storia dell'arte», «Critica d'Arte», che non hanno grande interesse per l'arte contemporanea;
- riviste contenitore, come «Arte», «Flash Art» e «Segno» che, anche se in modo diverso, spaziano fra molti argomenti e riescono a dare numerose informazioni al pubblico sugli avvenimenti principali del mondo dell'arte contemporanea. Secondo Vincitorio problema comune di queste riviste è quello di cercare nella pubblicità una fonte di finanziamento, dato che la distribuzione è scarsamente efficiente. E ciò sicuramente comporta una minore obiettività critica. Inoltre c'è l'uso di un linguaggio poco accessibile, alle volte criptico;
- riviste di galleria, come «Artecentro» e «Scultura» che pubblicizzano gli artisti delle gallerie che le stampano. Laddove compare chiaramente il nome della galleria che sostiene la rivista, bisogna apprezzarne l'onestà perché, invece di finanziare riviste già esistenti per ottenere una pubblicità positiva, si procurano da sole lo spazio;
- riviste autogestite, come «Taide» che è gestita da artisti che si autotassano, concedendo così spazio solamente a coloro che sono in grado di sostenerle;
- riviste multiple, come «Domus», che si occupano di arte contemporanea ma non solo.

Nel suo citato articolo, Balmas auspica uno sviluppo, ampliamento e precisazione di questa classificazione, sulla base dei seguenti criteri:⁸

- il tipo di pubblico a cui la rivista si rivolge;
- gli scopi che si prefigge, che si deducono dai suoi contenuti;
- la veste editoriale, la distribuzione degli articoli;
- i promotori della rivista e le fonti di sostentamento;
- il rapporto tra gli interessi, i contenuti della rivista e l'area geografica in cui nasce.

Vent'anni più tardi, il problema del ruolo e della funzione di periodici d'arte specializzati è stato al centro del Convegno nazionale di studi dal titolo 'Le riviste d'arte in Italia dall'Ottocento all'età contemporanea. Forme, modelli e funzioni', tenutosi dal 3 al 5 ottobre del 2002 a Torino ed organizzato dalla Facoltà di Scienze della Formazione (DAMS, sezione storia dell'arte), in collaborazione con il Museo di Arte Contemporanea del Castello di Rivoli. Di questo convegno, purtroppo, non sono stati pubblicati gli Atti, come del resto è accaduto

⁷ G. LUKACS, *Il marxismo e la critica letteraria*, Einaudi, Torino 1964, p. 422.

⁸ Da un colloquio telefonico con il professor Paolo Balmas, condirettore di «Segno», giugno 2003.

to per altri dibattiti e conferenze. Da comunicazioni personali sappiamo però che alla conclusione dei lavori si è convenuto:

- di costituire un Centro di studi sulle riviste d'arte italiane ed europee dell'Ottocento e del Novecento, con sede presso l'Università di Torino, Facoltà di Scienze della Formazione;
- il Centro sarà coordinato da P.G. Sciolla dell'Università di Torino con la collaborazione di un comitato scientifico di cui fanno parte Cioffi (Napoli), Bernabei (Padova), Spalletti (Pisa), Del Canton (Venezia) e Terraroli (Torino);
- il Centro intende preparare una banca dati informatizzata interuniversitaria (Torino, Milano Cattolica, Padova, Trieste, Venezia, Pisa, Roma Sapienza, Napoli II) sulle riviste d'arte;
- si propone di organizzare, per i prossimi anni, periodici incontri di studio sull'argomento;
- si propone di pubblicare, nel più breve tempo possibile, gli Atti del Convegno 2002 e di programmare altre pubblicazioni scientifiche del settore.

In attesa dei risultati di questo programma, altri stimoli sono stati da noi raccolti con le interviste ai direttori di alcune riviste.

Giancarlo Politi, direttore di «Flash Art», ritiene che le riviste d'arte siano utili purché in grado di modificarsi ed adattarsi al mutare del sistema dell'arte. La rivista deve essere uno strumento di informazione, non deve trascurare le nuove ipotesi culturali, offrendo un'interpretazione: «I problemi semmai risiedono nelle modalità di interpretazione».⁹

A questo proposito ci si può interrogare su un altro punto cruciale della trattazione, che è quello del linguaggio usato nelle riviste, spesso ritenuto estremamente complesso e criptico, il cosiddetto 'critichese' che fa tanto discutere.

Nella cultura anglosassone esiste una struttura linguistica che permette un linguaggio molto chiaro e diretto. In Italia temiamo che proporre un simile modello risulti difficile sia per la nostra formazione scolastica sia, soprattutto, per l'idea diffusa che esprimersi con termini semplici sia sinonimo di superficialità, di scarsa cultura. Al contrario, parlare e scrivere in maniera chiara reputiamo sia capacità di pochi e richieda conoscenza, intelligenza e abilità.

Alle volte può succedere che la rivista, invece di approfondire gli aspetti dell'arte contemporanea, segua maggiormente quello che è il sistema della moda dell'arte. Le riviste 'militanti' come afferma Giorgio Bonomi, direttore di «Titolo», «dovrebbero avere un livello di attenzione più profonda e fare un'analisi storica anche quando si parla dei giovani. [...] Una rivista deve avere anche un'autonomia critica, al positivo e al negativo».¹⁰

C'è poi un'altra questione: sappiamo che le riviste vivono non solo grazie agli abbonamenti ma, soprattutto, con gli introiti che provengono dalla pubblicità. In che modo possono essere autonome rispetto alla necessità di ospitare la pubblicità? Sempre Bonomi sostiene

⁹ Cit. in E. DI MAURO, I. MULATERO, *Va pensiero. Arte italiana 1984-1996*, Edizioni d'Arte Fratelli Pozzo, Torino 1997, p. 192. Il catalogo, oltre a presentare le opere di 63 artisti esposte alla mostra 'Va pensiero' tenutasi a Torino dal 24 maggio al 29 giugno 1997, ospita un'indagine svoltasi in occasione di una settantina di incontri sull'arte italiana di fine secolo, avvenuti tra maggio 1996 e aprile 1997. Si tratta di un'inchiesta dibattuta tra gli operatori culturali, i galleristi, i collezionisti, i critici, i redattori delle riviste d'arte, e rappresenta la prosecuzione di un'altra inchiesta, 'Tic-Tac Torino', pubblicata a puntate sulla rivista «Juliet art magazine», terminata nel gennaio '96. Entrambe le indagini sono curate da Ivana Mulatero.

¹⁰ *Ivi*, p. 167.

di risolvere il problema scegliendo di fare promozione a quelle riviste che ritiene svolgano un buon lavoro, in cui egli stesso si possa identificare come metodologia di lavoro. E questo è più o meno quanto hanno affermato anche i direttori delle riviste con cui abbiamo parlato (Roberto Vidali per «Juliet», Paolo Balmas condirettore di «Segno»). L'unica rivista, fra quelle esaminate, a restare al di fuori di questo meccanismo è «Art e Dossier» perché non ospita pubblicità di gallerie e artisti.

Il suo intento è didattico, evita le recensioni e le polemiche anche perché dedica poco spazio all'arte contemporanea.

Il problema che incontra l'arte contemporanea risiede sicuramente nella mancanza di una comunicazione, di un dialogo con la società. Gioia Mori, direttrice di «Art e Dossier», afferma di trovarsi spesso di fronte ad articoli poco comprensibili (vero e proprio elogio dell'oscurità), con termini tecnici difficilmente accessibili se non agli specialisti in materia d'arte. In alcuni casi c'è, da parte del direttore, la volontà di una maggiore chiarezza e molte scelte editoriali puntano ad un rinnovamento dei codici comunicativi.

Se l'arte riuscisse a smettere di parlare solo a se stessa, forse ci sarebbero più persone interessate, e le opere contemporanee non sarebbero più destinate esclusivamente ad un pubblico d'élite.

3. La ricerca: classificazione e valutazione delle riviste. L'universo delle riviste italiane di arte contemporanea è stato individuato in due modi diversi, ambedue telematici. In primo luogo si è acceduto ai cataloghi online delle biblioteche delle maggiori università d'Italia; in secondo luogo si sono cercati i siti web delle riviste. Il risultato era prevedibile: i periodici più diffusi sono, nella maggioranza dei casi, anche quelli che escono in edicola e sono conosciuti, oltre che dagli specialisti e studiosi, anche dalla gente che si dedica all'arte per interesse personale. I nomi emersi dalla ricerca sono i seguenti: «Art e Dossier», «Il Giornale dell'arte», «Juliet», «Segno», «Terzo Occhio», «Flash Art», «Arte In», «Arte», «Art'è», «Collant», «Tema Celeste». Si tratta di riviste che hanno una certa diffusione, non solo in Italia ma anche all'estero, presenti nelle fiere, nelle gallerie e nei musei.

Il secondo passo è stato la classificazione delle riviste, ad opera di quella categoria di soggetti del mondo dell'arte che si suppone ottimizzino le virtù della competenza, del senso critico, della razionalità, dell'oggettività e del disinteresse: i docenti universitari di storia dell'arte contemporanea (dell'Accademia di Belle Arti di Roma, dell'Istituto Universitario di Architettura di Venezia, del Politecnico di Milano, delle Università dell'Aquila, Bari, Bergamo, Bologna, Cagliari, Chieti, Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Firenze, Macerata, Napoli, Padova, Palermo, Parma, Pavia, Pisa, Roma la Sapienza, Roma Tre, Salerno, Siena, Torino, Trieste, Tuscia, Udine, Venezia, Verona). Ai docenti individuati (un centinaio) è stato inviato un brevissimo questionario con l'elenco delle riviste e la richiesta di valutarle su tre semplici dimensioni: frequenza di consultazione e lettura, qualità scientifica – nella misura in cui di scientificità si può parlare in questo campo: qui si intende soprattutto l'obiettività, la libertà da condizionamenti di mercato o di altro tipo – e infine utilità informativo-documentaria, intesa come ricchezza, tempestività e qualità delle notizie che offrono al lettore.

La semplicità del questionario, se da un lato ha molto limitato la gamma di informazioni raccogliabili, dall'altro ha favorito una quota straordinariamente alta di 'ritorni': 70 sono stati i questionari pervenuti e compilati, quasi sempre in modo accurato e completo. I risultati sono i seguenti:

<i>Frequenza di lettura:</i>		<i>Qualità scientifica:</i>	
Il Giornale dell'Arte	70	Il Giornale dell'Arte	47
Art e Dossier	59	Art e Dossier	38
Flash Art	50	Flash Art	34
Segno	31	Segno	28
Juliet	30	Juliet	25
Terzo Occhio	30	Terzo Occhio	25
Tema Celeste	28	Tema Celeste	24
Arte	22	Arte	23
Art'è	21	Art'è	18
Arte in	21	Arte in	16
Collant	3	Collant	1
 <i>Utilità:</i>			
Il Giornale dell'arte	70		
Art e Dossier	52		
Flash Art	51		
Segno	27		
Juliet	26		
Terzo Occhio	26		
Tema Celeste	26		
Arte	25		
Art'è	21		
Arte in	20		
That's Art	1		
Collant	1		

4. L'approfondimento: «Flash Art», «Segno», «Juliet» e «Art e Dossier». Il terzo momento della ricerca prevedeva lo studio più approfondito delle riviste risultate globalmente migliori. Ovviamente non era pensabile, nei limiti del presente lavoro di tesi, un'analisi completa del contenuto delle riviste stesse, in tutto il loro arco ormai anche pluridecennale di vita. Si è scelto di limitare l'analisi bibliografica e contenutistica al primo numero di ognuna delle riviste, secondo il modello di catalogazione dell'ACNP, l'Archivio Collettivo Nazionale dei Periodici. Questo istituto è nato negli anni '70 per iniziativa del ISRDS-CNR (Istituto di studi socio-economici sull'innovazione e le politiche della ricerca del Consiglio Nazionale delle Ricerche), e dal 1988 l'Archivio è stato messo online in accordo con il CIB (centro interbibliotecario nazionale). Di ognuno dei numeri primi si è quindi prodotta una descrizione analitica completa, pagina per pagina; e si sono anche riportati integralmente gli editoriali di apertura. Non si è ritenuto di riportare qui queste schede, che sono consultabili solo nel lavoro originario.

Oltre all'analisi bibliografica si è ricercata anche la collaborazione dei direttori delle riviste, per una ricostruzione sintetica – certamente non imparziale, ma informata – della loro storia, delle loro finalità, dei loro modelli organizzativi e di lavoro, e del loro impatto. Purtroppo, non si è riusciti ad ottenere la collaborazione della redazione e del direttore di «Terzo Occhio», «Tema Celeste» e «Il Giornale dell'arte». Da «Flash Art» si è riusciti a recuperare materiale sufficiente, nonostante, anche in questo caso, sia stata negata una collaborazione personale. Questa invece è stata prestata da «Segno», «Juliet» e «Art e Dossier».

4.1 «Flash Art»: *Art Flash*?

Nel giugno del 1967 a Roma, (la sede si sposterà a Milano nel 1971) esce il primo numero di

«Flash», mensile d'arte, che diventerà «Flash art» nel numero 5 di novembre (nei primi numeri l'iniziale era in minuscolo).

Giancarlo Politi ne è editore e direttore. La casa editrice è specializzata esclusivamente in pubblicazioni riguardanti l'arte. Notissimi nell'ambiente sono gli annuari: *Art Diary International*, un volumetto tascabile di circa 500 pagine. Ampiamente illustrato, con circa 30.000 indirizzi di artisti, musei, gallerie, collezioni, istituzioni, riviste d'arte, di oltre 40 paesi; e *Art-Diary Italia*. Della Politi Editore è anche il *Libro delle Aste 1990*.

Secondo i criteri di classificazione proposti da Francesco Vincitorio durante il già citato dibattito di Pescara, «Flash Art» è una rivista 'contenitore', cioè spazia fra molti argomenti e riesce a fornire numerose informazioni al pubblico sugli avvenimenti principali del mondo dell'arte contemporanea. Il *target* a cui si rivolge la rivista è quello dei critici, dei galleristi, dei collezionisti e appassionati d'arte. Un pubblico soprattutto giovane, come giovane è la redazione composta da persone di un'età media di ventotto anni.

Il formato è quello di un *tabloid*, ossia contiene la metà delle pagine dei normali giornali ed è caratterizzato da una gran varietà di notizie e da abbondante materiale fotografico.

Già dal primo numero si distingue da tutte le altre riviste d'arte in Europa e USA per la sua spiccata formula giornalistico-informativa. Oltre a temi più strettamente legati all'arte quali mostre, artisti, eventi, sono affrontati problemi politici, con lo scopo di presentare progetti che favoriscano il mercato dell'arte senza danneggiare le finanze dello Stato. Alcune pagine sono dedicate alle recensioni delle mostre presenti nelle maggiori città italiane.

La rivista ha ottenuto lusinghieri apprezzamenti in sede internazionale. Già nel 1972 figura insieme alle americane «Artforum», «Artsmagazine», «Art in America», «Art News», «Art International» e «Avalanche» tra le riviste d'avanguardia più importanti prese in considerazione dal settimanale «Newsweek». Verso la metà degli anni '70 la rivista accentua il suo carattere internazionale, con rubriche dedicate all'arte nei principali paesi (Inghilterra, Francia, Germania, Usa, Europa Orientale), e si dota di un vasto staff internazionale. Nel 1979-80 l'edizione in lingua inglese, «Flash Art International», si separa definitivamente da quella italiana. Nel 1988 «Flash Art News», supplemento a «Flash art», annuncia la creazione di una propria videoteca. Nello stesso anno la rivista compare insieme ad «Artforum», «Art in America» e «Art&Antiques» in un articolo del «New York Times» e definita come una rivista 'calda', cioè quella più immersa nell'attualità. Nel 1989 esce anche un'edizione russa e nel 1990 una polacca. In quegli anni esce anche *Flash Art XXI*, un'antologia degli scritti apparsi sulla rivista a partire dalla sua fondazione.

«Flash Art», dopo le prime venti pagine circa dedicate alla pubblicità di gallerie ed artisti, ha una serie di servizi di maggiore impegno, legati a temi di attualità come le grandi mostre, i saggi sugli artisti contemporanei, le nuove correnti, ecc., e un ampio spazio dedicato alle recensioni da tutto il mondo, la rubrica 'notizie' e le sottorubriche 'libri e cataloghi' e 'segnalazioni'. Attualmente il sommario è così articolato: 'Flash Art News', 'Net Art', 'Lettere al direttore', 'Group Shows', 'Calendario', 'In primo piano', 'Overture', 'Spotlights', 'Recensioni'.

Attualmente «Flash Art» si struttura in una parte dedicata alle grandi mostre, alle riflessioni sociopolitiche e teoriche, ai saggi sui maestri contemporanei. Questi articoli ruotano attorno al dibattito sull'attualità e sono spesso corredati da numerose fotografie. C'è poi una parte con le recensioni da tutto il mondo, la rubrica 'notizie' e le sottorubriche 'segnalazioni' e 'libri e cataloghi'. Il tono degli articoli è piuttosto vario, dato l'ampio numero di collaboratori. Si può comunque affermare che il linguaggio usato è rivolto soprattutto agli specialisti.

4.2 «Segno»: un cenacolo familiare

«Segno» viene pubblicata a Pescara nel 1976. Il nome sta ad indicare il desiderio di essere aperti a tutte le forme d'arte: segno è pittura ma anche musica, cinema e teatro. Editore è Umberto Sala, architetto di formazione, e direttore sua moglie Lucia Spadano; entrambi provengono da Lanciano e sono accomunati da una vera passione per l'arte contemporanea. Non esiste nella rivista una vera e propria redazione; si tratta per lo più di persone che gravitano intorno ai due direttori e a Paolo Balmas, condirettore. Le riunioni di questo gruppo informale avvengono spesso a cena. Recentemente Roberto Sala, uno dei quattro figli degli editori, ha iniziato ad occuparsi del montaggio della rivista. La rivista non è distribuita secondo i normali canali commerciali (edicole) ma solo per abbonamento e nelle principali librerie.

La rivista nasce in un momento di particolare fervore culturale nel mondo dell'arte. Sono gli anni del Poverismo¹¹ e del Concettualismo¹² e per partecipare al dibattito artistico, è normale fare teoria e magari anche ideologia. Si cerca di superare ogni discriminazione, a cominciare da quella tra centro e periferia, tra metropoli e provincia. Si contesta lo strapotere dell'industria culturale di massa e dei media e si difendono gli spazi di autogestione.¹³

Per quanto riguarda i contenuti, «Segno» si occupa dell'arte di avanguardia. Il pubblico a cui si rivolge è quello che si è andato creando con gli anni, è ampio e spazia dagli specialisti in materia, agli studenti. Oggi non esiste un vero e proprio editoriale, che esprima la posizione ufficiale della rivista; ogni intervento ha la medesima dignità.

Molto sentito è ovviamente il problema del rapporto tra il giudizio estetico e la promozione commerciale, tra il materiale redazionale e quello pubblicitario. V'è una non moralistica attenzione per il mercato dell'arte, ma anche una giusta vigilanza critica nei suoi confronti.

Il materiale raccolto in quasi trent'anni di attività costituisce un ragguardevole patrimonio culturale (circa 20.000 volumi e numerose opere), per la gestione e valorizzazione del quale è stata costituita l'Associazione Culturale Il Segno (che si spera di poter trasformare in Fondazione), in modo da renderlo disponibile a tutti gli interessati.

Con «Segno» è cresciuta negli anni, una generazione di critici, all'epoca neo-laureati, divenuti oggi dei professionisti: Barbara Tosi, Marco Meneguzzo, Laura Cherubini, Flaminio Gualdoni, Lorenzo Mango e molti altri.

¹¹ Termine coniato da G. Celant per designare le opere di un gruppo di artisti (Merz, Boetti, Anselmo, Zorio) che attorno al 1966 crearono una serie di opere basate sull'uso di materiali 'poveri' come legno, paglia, brandelli di stoffa, per confluire poi nelle coeve correnti concettuali. G. DORFLES, *Ultime tendenze nell'arte d'oggi. Dall'Informale al Postmoderno*, Universale Economica Feltrinelli, Milano 1995, p. 211.

¹² L'arte concettuale si basa su un ritorno all'elemento ideologico-conoscitivo come base dell'opera e, come tale, spesso rifiuta la riduzione a oggetto mercificabile. Tra i maggiori rappresentanti ricordiamo Beuys, Kosuth, Dan Graham, ecc. (G. DORFLES, *Ultime tendenze...* cit., p. 210).

¹³ P. Balmas, in un depliant contenente un saggio che accompagnava la mostra 'Opera a Segno', tenutasi ad Ortona nel 1994 per il ventennale della rivista. Balmas, laureatosi in filosofia con una tesi in estetica, collabora dal 1975 con la cattedra di istituzioni di Storia dell'Arte presso l'Università La Sapienza di Roma. Ha collaborato con la pagina dell'arte dell'«Avanti» e numerose riviste tra cui «L'architettura», «Op. cit.», «Art dimension», «Arte e società». Dal 1978 collabora con la redazione di «Segno», di cui è attuale condirettore e consulente scientifico.

4.3 «Juliet Art Magazine»: una rivista fintamente regionale

Trieste, dicembre 1980: nasce «Juliet». Alle origini di questa impresa editoriale c'è l'esperienza del suo fondatore e direttore, Roberto Vidali, personaggio indubbiamente interessante. Nato nel 1953 a Capodistria, compie gli studi tra il 1974 e il 1978 all'Accademia di Belle Arti di Napoli; un ambiente allora molto attivo per quanto riguarda l'arte contemporanea. Ma già dal 1975 Vidali è il responsabile della sezione arti figurative presso 'La Cappella Underground', uno dei più vivaci centri di animazione della cultura 'alternativa' e sessantottina della Trieste degli anni '70. Per 'La Cappella' Vidali aveva organizzato una settantina di mostre. L'ambiente era molto informale e di solito gli artisti esponevano, e il Centro organizzava le mostre, in via puramente amicale. Con le leggi sulla sicurezza dei luoghi aperti al pubblico i locali espositivi della 'Cappella' furono dichiarati ufficialmente inagibili, ma le mostre continuarono per un po' in forma clandestina. Vidali, dopo questa prima disfatta decide di riunire un gruppo di persone legate da interessi comuni: Marino Rolan, il pittore Antonio Sofianopulo e Oreste Zevola, grafico.

L'idea di fondare una rivista era nata dalla chiusura di «Data» e da una certa flessione di «Segno». Dice Vidali: «Di fronte al solitario impero di «Flash Art» sembrava che nel settore ci fosse spazio anche per noi».

Fin dalla sua nascita, caratteristica fondamentale di «Juliet» è stata quella di apparire come un contenitore multidisciplinare delle arti figurative, occupandosi di pittura, architettura, fotografia, design, cinema, fumetto. Si propone di osservare l'evolversi delle proposte della giovane arte italiana ospitando opinioni e testi di critici e artisti, senza necessariamente seguire quelli che sono i dettami del mercato. Non esce in edicola per i costi troppo elevati di questa forma di distribuzione. La rivista non ospita un vero e proprio editoriale ma si compone di articoli monografici, articoli saggistici, interviste, articoli a puntate, rubriche, schede di presentazione, pagine fotografiche e un 'notiziario spray' ('Spray Italy' e 'Spray International').

Da diciotto anni è caratterizzata da una struttura *home work*, cioè periferica e strettamente verticale, con autonomia però di proposta e dialogo diretto tra direzione e collaboratori esterni. Le collaborazioni, a detta del direttore, sono tutte volontarie e gratuite. La rivista ha corrispondenti a New York, Parigi e Londra, ed è normalmente presente alle principali fiere dell'arte, come Nizza, Madrid, Stoccolma, Basilea.

L'attenzione è rivolta agli autori dal '65 in poi; viene dunque esclusa l'Avanguardia storica e considerate come uniche correnti italiane di rilievo l'Arte povera e la Transavanguardia e, per l'estero, la Biennale di Venezia e 'Documenta' di Kassel. È invece libero il contributo per il resoconto delle varie mostre presenti in Italia ('Spray').

Per quanto riguarda l'impostazione operativa di «Juliet», non esistono riunioni della redazione; ogni numero nasce nella testa del direttore che poi affida gli incarichi ai vari collaboratori. La spiegazione fornita da Vidali a questo proposito è che si vuole «evitare ogni possibile sovrapposizione di notizie»; ma la si può anche considerare come una spia del carattere altamente personale dell'iniziativa, inevitabile in un mondo, come quello dell'arte, dove ogni soggetto regna sovrano. Lo schema della rivista è piuttosto stabile: una parte teorica introduttiva, le interviste e le schede dedicate agli artisti, lo 'Spray' conclusivo. Nei supplementi in omaggio agli abbonati si spazia dalla letteratura alla scienza alla filosofia. Peculiarità di questi allegati è di essere esclusivamente supportati dalle sponsorizzazioni, ottenute spesso con grande fatica. Vidali in varie interviste polemizza, a questo proposito, con la città di

Trieste, piuttosto chiusa nei confronti delle ultime proposte dell'arte contemporanea, e caratterizzata spesso da un certo intellettualismo *radical-chic* che ha ostacolato la crescita e il lavoro della rivista (lamenta che mentre il MoMA di New York vi è abbonato, la biblioteca civica della città no). Così, ad esempio, il supplemento 'Aurelia' uscito nell'89, è stato finanziato dalla comunità montana di Auronzo di Cadore che, invece, si riteneva onorata di 'inserirsi nel più ampio contesto di un dibattito artistico nazionale'.¹⁴ Il supplemento dal titolo 'Bestio!' è stato realizzato con i resti finanziari della rivista e, a detta del direttore, si è trattato di 'una specie di suicidio' economico.

Anche «Juliet» non è presente nelle edicole, ma solo in abbonamento, nelle librerie specializzate e nelle gallerie inserzioniste; e poi nelle conferenze, le fiere, i *vernissages*. Un modo per finanziare «Juliet», a parte un piccolo contributo della Provincia di Trieste, deriva dalla vendita delle opere che gli artisti offrono per l'illustrazione di copertina. Spesso si tratta di artisti di un certo livello o addirittura irraggiungibili per il mercato italiano, come nel caso di Milan Kunc. Sono ottime occasioni per acquistare dei pezzi unici al prezzo di galleria.

A proposito della scelta di «Juliet» come nome un po' atipico per una rivista d'arte, c'è da dire che fu un'idea di un artista napoletano che in quegli anni risiedeva a Trieste, Oreste Zevola. Il logo, ambiguamente, doveva poter collocare la rivista tra la moda e le arti visive e doveva anche immediatamente farla distinguere da altre pubblicazioni già molto note che proponevano il lemma 'arte', come «Flash art» o «Artforum».

La sigla «Juliet» non è solo testata specialistica con scadenza bimestrale, ma diventa anche associazione che promuove artisti contemporanei, curando fascicoli extra e organizzando mostre a Trieste e anche fuori città. Nel 1991 è stato inaugurato un piccolo spazio espositivo a via Madonna del Mare, a Trieste, e nel 1996¹⁵ uno a Casier, nel Parco regionale del Sile, in provincia di Treviso.

4.4 «Art e Dossier»: un *habitus* accademico paludato?

«Art e Dossier» nasce a Firenze nel 1986, nell'ambito di una solida casa editrice specializzata, la Giunti. Il progetto editoriale era curato da Silvio Saura, critico, giornalista d'arte, curatore di mostre. Per i primi dieci anni ne è *deus ex machina* Valerio Eletti e direttore uno dei massimi storici italiani dell'arte, Maurizio Calvesi, affiancato da un comitato scientifico di alto livello. Il momento è quello di un crescente interesse del pubblico per le mostre d'arte, i restauri, i siti e i monumenti; di nascita, in tutto il mondo, di numerosi musei; di sempre più vivo interesse delle amministrazioni pubbliche e degli sponsor privati per queste attività. Si sentiva la necessità di un organo di stampa che, pur fondato su basi di solida competenza scientifica, si rivolgesse ad un pubblico più ampio di quello delle riviste per soli addetti ai lavori; un pubblico di interessati di buon livello di cultura, ma non specialisti. La rivista si rivolge al collezionista e all'amatore, ma anche agli studenti delle superiori e dell'Università. Fin dall'inizio, la sfida è quella del superamento del linguaggio esoterico tipico del sistema dell'arte italiano. Dice Gioia Mori, direttrice di «Art e Dossier» dal 1996: «Chiarezza e limpidezza sono uno dei traguardi più difficili per molti storici dell'arte italiani. Dico 'italiani' perché per la tradizione critica di altri paesi il problema non esiste. Penso infatti a certa prosa limpida, coinvolgente, di Gombrich o di Chastel. In Italia un certo accademismo, soprattutto

¹⁴ G. DORFLES, *Juliet, Spazio alle idee*, «Trieste Oggi», 7 maggio 1993.

¹⁵ S. SAMBONET, *Il Marchio Juliet*, «Trieste Oggi», 29-30 dicembre 1995, p. 16.

to in passato, ha voluto creare un linguaggio criptico, spesso involuto, ma considerato invece 'chiaro' segno di sapere, una barriera tra chi detiene questo sapere e il pubblico. Molti storici dell'arte italiani, negli ultimi anni, hanno scoperto che il rigore filologico non esclude la divulgazione, che la pubblicazione di una ricerca in sede scientifica non esclude, opportunamente declinata la sua pubblicazione 'divulgativa'». ¹⁶

«Art e Dossier» non è una rivista specialistica di arte contemporanea: i temi trattati spaziano dalle antiche civiltà d'Oriente e Occidente al Medioevo ai nostri giorni, e dalle arti 'alte' a quelle 'minori'. L'impaginazione permette due livelli distinti di lettura: un gioco di immagini, piccoli sommari e didascalie per una lettura immediata; volendo, invece, approfondire un tema rispetto ad un altro, uno specialista in materia fornisce informazioni dettagliate.

Ogni numero è caratterizzato da due fascicoli distinti. Quello di attualità è piuttosto articolato: ci sono tre temi diversi in altrettanti articoli principali; al centro del fascicolo una guida fa scoprire i piccoli musei meno conosciuti; nell'ultima parte, una serie di servizi di attualità è dedicata, ogni mese, a una 'capitale dell'arte'. Seguono le rubriche di architettura, antiquariato, e poi di design, e fotografia. Ancora, chiudono il fascicolo i 'Lavori in corso', ossia aggiornamenti dalle Soprintendenze e dalle università, e il 'Notiziario' con il meglio delle pubblicazioni e mostre internazionali.

Il 'Dossier' ha carattere monografico e approfondisce di volta in volta un tema di particolare interesse, all'inizio distinti in tre principali filoni: 'Grandi artisti e grandi opere' 'Movimenti e periodi europei ed extraeuropei' e 'Le arti e la cultura dell'immagine'.

Le principali rubriche apparse sulla rivista, dal 1986 ad oggi, sono, in ordine alfabetico: 1) Arte all'incanto; 2) Arte e cinema; 3) Arte e letteratura; 4) Arte e mercato; 5) Arte extraeuropea; 6) Arti decorative; 7) Antiquariato e arti decorative; 8) Architettura; 9) Atelier; 10) Attualità; 11) Città d'arte; 12) Civiltà artistiche nel mondo; 13) Dentro l'opera; 14) Grandi collezioni; 15) Grandi Mostre; 16) Grandi progetti/nuovi progetti; 16) Il personaggio; 17) Itinerari d'arte; 18) La pagina nera; 19) Lavori in corso - studi e scoperte; 20) Letture iconologiche; 21) Libri; 22) L'intervista; 23) Luoghi da conoscere; 24) Minidizionario; 25) Moda; 26) Musei da conoscere; 27) Nuove acquisizioni; 28) Nuovi musei; 29) Primo piano; 30) Restauri; 31) Tecniche pittoriche e grafiche; 32) XX secolo; 33) XXI secolo; 34) Vero e falso/originaline e copia.

A partire dal 1995 la rivista si lancia nel mondo multimediale, in collaborazione con il Gruppo Editoriale Giunti, e in particolare il suo braccio informatico, la Giunti Multimedia. Con il numero 100 della rivista esce il primo 'Cd'Art' (si legge 'Siddàrt'), un CD-Rom che al suo interno raccoglie cento capolavori tratti dai primi cento dossier della rivista. Il pubblico ha accolto l'iniziativa con grande entusiasmo, facendo raddoppiare le vendite in edicola, nonostante, a detta dell'editore, il prodotto fosse 'poco più che un gioco garbato'. L'anno seguente, nel decimo anniversario della nascita di «Art e Dossier», l'obiettivo di avviare un vero e proprio periodico multimediale interattivo è raggiunto: nasce una nuova testata con il nome di «Cd'Art», in collaborazione non solo con la Giunti Multimedia ma anche con il gruppo editoriale Repubblica-Espresso, e diretto da Verio Elettì, mentre dall'anno successivo, 1997, è lanciato un sito Internet chiamato 'città dell'arte' (www.artonline.it), frutto soprattutto dell'esperienza di Gioia Mori.

A partire dal numero 158 del 2000, «Arte e Dossier» assume un volto nuovo, con un progetto grafico che sostituisce quello elaborato nel 1986.

¹⁶ Da una intervista comparsa su Exibart, il più grande sito d'arte italiano (www.exibart.com) il 30.04.2001.

5. Conclusioni. Quali sono dunque il ruolo e la funzione delle riviste nell'attuale sistema dell'arte? L'argomento non è facile, anche a causa delle peculiarità del sistema stesso.

Nell'articolarsi delle note sequenze artista-critico-gallerista e collezionista-direttore di museo-mass/media-pubblico, si può rilevare una certa accelerazione dei passaggi verso il consumo dell'opera, regolata dalla logica del mercato. Nello stretto legame esistente tra artista, critico e gallerista, dove è necessaria una costante collaborazione, è assai complicato collocare in una giusta posizione la rivista specializzata. Troppe volte, invece di produrre ricerca ed analizzare in tutti i suoi molteplici aspetti l'arte contemporanea, le riviste non hanno fatto altro che seguire, più che il sistema dell'arte, il sistema della moda e del mercato dell'arte. Si potrebbe auspicare che le cosiddette riviste militanti proponessero studi più accurati e un'analisi storica approfondita anche quando si parla di giovani artisti, come si fa ad es. nelle riviste specializzate americane, dove si procede ad un'analisi dell'opera indagandone l'idea, l'aspetto tecnico e la sua relazione con il contesto sociale. Molti critici d'oggi hanno perso la bella abitudine di eseguire uno studio serio e propongono perciò una scrittura veloce, un linguaggio sibillamente filosofico.

Capire il significato e il valore del mondo delle riviste è dunque impresa ardua. Qualsiasi cosa contribuisca a mettere in discussione e ad interpretare l'arte dovrebbe essere accolta con favore. Ma, in generale, la rivista si scontra con la necessità di essere mezzo di promozione per le gallerie, al di là della conoscenza e del dibattito. Quasi tutti i periodici finiscono col dipendere dalla galleria che paga loro la pubblicità. Non è un caso che alcune volte le esposizioni di maggior interesse siano legate a certe pubblicazioni autonome degli artisti, le quali però non hanno séguito perché non sostenute da una forza economicamente organizzata.

Purtroppo la molla che muove l'attenzione all'arte è il riscontro commerciale e non il valore intrinseco, la dimensione poetica dell'opera. L'opera d'arte diviene oggetto-merce, e un oggetto che non si vende viene reputato di scarso valore.

All'interno delle catene artista-critico-gallerista e collezionista-direttore di museo-mass/media-pubblico, quale posizione occupa dunque la rivista? L'oggetto artistico è sicuramente il fulcro attorno a cui ruota tutto. Ci sono poi, da una parte un mercante che pensa di venderla, dall'altra, un acquirente, collezionista e amatore, e dall'altra parte ancora c'è un sistema di informazioni, cataloghi e riviste, che si occupa in maniera specifica di ciò. Ci si chiede, a questo punto, se la rivista sia per l'artista o per il pubblico. Se sia cioè un mezzo attraverso cui l'artista entra a far parte del mercato, diventando spesso egli stesso critico (e capita che il gallerista sia un artista o un collezionista, tipiche sovrapposizioni di un'epoca di sfaldamenti in cui nessun ruolo è più definito), oppure sia palcoscenico per le nuove idee e proposte, testimonianza e specchio della realtà in atto, e quindi vero e proprio strumento di informazione. Uno dei problemi fondamentali dell'arte contemporanea risiede nella insufficienza di comunicazione con la società e chi meglio di una rivista specializzata potrebbe trovare un linguaggio accessibile e dar vita ad un dialogo?

Ci si può anche chiedere, in un momento in cui l'arte si allontana sempre più dal concetto di 'opera', duplicando il quotidiano e confondendosi con esso, insistendo sulla relazione tra le cose, piuttosto che sulla loro consistenza oggettuale, se la rivista esista perché è l'arte a non esistere e se sia essa a definire gli ambiti del sistema dell'arte o a reagire ad una frantumazione di tali ambiti.

Bibliografia

- A. ACCAME BOBBIO, *Le riviste del primo '900*, La Scuola, Brescia 1985.
- P. BALMAS, *Dalla parte delle riviste*, in «Figure. Teoria e critica d'arte», Rivista quadrimestrale diretta da F. Menna, anno 1, 2-3 (1982), p. 101.
- A. BONITO OLIVA, *Arte e sistema dell'arte*, Galleria L. De Domizio, Pescara 1975.
- E. DI MAURO, I. MULATERO, *Va pensiero. Arte italiana 1984-1996*, Edizioni d'Arte Fratelli Pozzo, Torino 1997, p. 192.
- G. DORFLES, *Juliet, Spazio alle idee*, «Trieste Oggi», 7 maggio 1993.
- G. DORFLES, *Ultime tendenze nell'arte d'oggi. Dall'Informale al Postmoderno*, Universale Economica Feltrinelli, Milano 1995, p. 211.
- G. LÚKACS, *Il marxismo e la critica letteraria*, Einaudi, Torino 1964, p. 422.
- P. PALLAVICINI, *Riviste degli anni '90: l'altro spazio della nuova narrativa*, Fernandel, Ravenna 1999.
- F. POLI, *Produzione artistica e mercato*, Einaudi, Torino 1975, p. 108.
- S. SAMBONET, *Il Marchio Juliet*, «Trieste Oggi», 29-30 dicembre 1995, p. 16.
- V. VETTORI, *Riviste italiane del '900*, Gismondi, Roma 1958.
- www.exibart.com

Fondazioni per l'arte*

S A N D R A B R E S I N

1. Introduzione. Tra i diversi soggetti del sistema dell'arte sono da annoverare anche le fondazioni: un soggetto di natura complessa e per molti aspetti sfuggente, che ha una tradizione antichissima in alcuni paesi e invece ha trovato molta difficoltà a svilupparsi in altri. Essenzialmente la fondazione è una istituzione costituita da un elemento concreto, materiale, patrimoniale (beni immobili e mobili) ed un elemento astratto, normativo e organizzativo: un insieme di soggetti, ruoli e norme, finalizzati alla gestione di un patrimonio. Carattere peculiare delle fondazioni, che le distinguono da altri tipi di organizzazioni sociali, sono quindi la loro base (fondamento) patrimoniale e la loro finalità non lucrativa: esse gestiscono il patrimonio non nell'interesse materiale dei loro gestori, ma per realizzare interessi morali di altri soggetti. Le fondazioni, tipicamente, sono 'organizzazioni che fanno doni' e insieme ad altre figure organizzative e ad altri soggetti costituiscono l' 'economia del dono',¹ così diversa da quella del profitto. In termini più attuali, esse sono parte importante del 'terzo settore'.

Il ruolo socio-economico delle fondazioni ai giorni nostri è sempre più importante. Anche nell'ambito dei beni culturali e dell'arte, la quantità di iniziative messe in atto e guidate da fondazioni sono innumerevoli. In questo campo, le fondazioni possono essere definite l'equivalente moderno dell'antica istituzione dell' 'evergetismo' e del mecenatismo.

Il mondo delle fondazioni può essere inquadrato da più angolazioni. Per il diritto italiano la fondazione è un patrimonio dotato di personalità giuridica, istituito per perseguire uno scopo socialmente utile. Per l'economia la fondazione è un ente non commerciale dotato di reddito, ma senza finalità di lucro, che gode di particolari agevolazioni fiscali. Per la politica rappresenta un mezzo di espressione della società civile con capacità di governo locali e autonome. Per la storia si accredita come un'istituzione molto antica che ha saputo sopravvivere, evolversi e adattarsi a molte situazioni. Per la religione è la forma nella quale si sono tradotte molte opere caritatevoli e assistenziali. Per la statistica è un fenomeno emergente, in crescita, costituito da aspetti operativi eterogenei e multiformi. Per l'arte la fondazione rappresenta in molti casi un committente, sia nella conservazione che nella promozione, ed anche spesso l'opportunità di uno spazio espositivo. Per la sociologia dell'arte è un insieme di manifestazioni socialmente rilevanti che mirano alla costituzione di una comunità artistica e ad una crescita culturale collettiva.

Il presente lavoro si articola come segue. La prima parte tratta delle fondazioni in generale, in un'ottica molto ampia sia nel tempo che nello spazio che nelle dimensioni disciplina-

* Sintesi di *Le fondazioni culturali di diritto civile: aspetti sociologici*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002, pp. 186.

¹ K.E. BOULDING, *Notes on a theory of philanthropy*, in *Collected papers*, vol. 2: *Economics*, Colorado Univ. Press, Boulder 1971, pp. 233 ss.

ri: nel primo capitoletto si affrontano alcuni aspetti storico-teorico-concettuali del tema del dono e delle relative istituzioni, nel secondo si compie una rassegna storico-statistica delle fondazioni nella società moderna, nel terzo si fa cenno ad alcuni aspetti delle fondazioni nella realtà italiana.

Nella seconda parte si concentra l'attenzione sul ruolo delle fondazioni nel settore della cultura e dell'arte. Nel quarto capitolo se ne tratta in generale, nel quinto si tratteggia la situazione italiana, e nel sesto si presentano finalmente alcuni *case-studies* di fondazioni attive sul territorio nazionale nel campo dell'arte contemporanea: la Querini Stampalia di Venezia, la Caraiian di Trieste, la Sandretto-Re Rebaudengo di Torino-Guarene, la Teseco di Ospedaletto (Pisa). Lo studio di questi casi ha compreso, oltre all'acquisizione e analisi di documentazione cartacea e informatica (via Internet) anche la visita dei siti reali delle fondazioni e interviste in profondità con i loro responsabili.

2. Evergetismo, dono, terzo settore. Nell'antichità greco-romana beneficenza e filantropia erano pratiche fondamentali nella vita sociale e politica: una virtù pubblica, più che una qualità morale. Con le donazioni di privati si erigevano monumenti, sovvenzionavano banchetti, distribuivano derrate, organizzavano giochi, celebravano sacrifici religiosi, riscattavano prigionieri. Si fondavano e mantenevano anche scuole filosofiche: così, ad opera di Platone nel 380 a.C. sorse l'Accademia, provvista di un patrimonio che fruttava un reddito; Epicuro in un preciso dettato lasciò le sue proprietà per sostenere la propria scuola; e così fece Teofrasto per il Liceo fondato dal suo maestro Aristotele.

Secondo lo studio di sociologia storica di Paul Veyne, nell'antichità classica, più che in ogni altra epoca storica, la ricchezza personale era considerata «una sorta di fedecomesso, come una proprietà su cui l'intera comunità avesse dei diritti». ² Il mecenatismo in campo artistico-culturale è solo una variante storica dell'evergetismo (in greco *evergetes* = benefattore). ³ Tra gli evergeti più noti dell'antichità si può ricordare Erode Attico, che nel II secolo a.C. impiegò le sue immense ricchezze in una lunga serie di interventi edilizi e monumentali, in Atene e altrove.

Nell'opera di Veyne il mecenate viene definito come chi sacrifica i suoi beni a fini estranei alla sfera politica, perché spinto dalla propria sensibilità ai valori collettivi della cultura. Il mecenate era colui che non si aspettava per i suoi favori un riconoscimento politico; il suo poteva sembrare un interesse per così dire 'disinteressato'. D'altronde, l'autore è conscio anche delle motivazioni personali latenti nelle elargizioni, e non tutte risultano così virtuose. Ciò che può assolvere l'interesse individuale dell'evergete è il fatto che esso diventa allo stesso tempo interesse collettivo.

Aristotele nell'*Etica Nicomachea* collegò la filantropia alla nozione di amicizia: «dare e ricevere lega gli uomini nella loro vita», e la definisce un valore «greco e umano allo stesso tempo». Anche Seneca, quattrocento anni più tardi, nella sua opera *De Beneficiis* trattando della natura del dono, ne discusse come quella che egli chiamò: «una pratica che costituisce il principale impegno della società umana». ⁴

Nelle moderne scienze sociali la logica del dono ha suscitato, da parte di antropologi, sociologi ed economisti, pareri contrastanti. Allo stesso tempo è innegabile che la pratica del

² P. VEYNE, *Il pane e il circo*, Il Mulino, Bologna 1984, p. 143.

³ J.T. GODBOUT, *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, Torino 1993 (trad. it), pp. 209-230.

⁴ U. GALIMBERTI, *La chimica della solidarietà*, «La Repubblica», 26 luglio 2002, p. 14.

dono esista fin dalle civiltà arcaiche, e nonostante ne siano mutate le forme e i modi, da sempre questo uso ha interessato tutti i rapporti sociali. Il dono è propriamente un sistema di rapporti sociali interpersonali.

La più famosa tra le teorie del dono è quella di Marcel Mauss: il suo *Essai sur le don* (1925) attraverso l'osservazione delle varie forme di dono in differenti società ed epoche, intendeva scoprire i motivi che sono alla base del principio di reciprocità. Nella parte iniziale del suo lavoro egli afferma che nonostante la natura libera e gratuita di questa prestazione, il dono nasconde tuttavia un carattere obbligato e interessato: chi riceve un dono sente l'obbligo di restituirlo, per ubbidire all'impegno che si assume nell'accettarlo. Il dono entra così in una spirale di dare e ricevere che ne impone la sua ragione d'essere, ne motiva il significato e lo qualifica come una tipologia di investimento.

Lo stesso autore, pur esponendo questa teoria in chiave di utilitarismo economico, viene poi a confutarla, e propone una spiegazione più interessante: dei tre obblighi da lui distinti nella rappresentazione del dono, che sono il dare, ricevere e ricambiare, quello più adatto a svelare il sistema del dono sarebbe quest'ultimo. L'obbligo di ricambiare racchiude in sé il significato 'di rendere all'altro ciò che è in realtà una particella della sua natura e della sua sostanza'. Mauss trae questa chiave essenziale del suo saggio da un testo maori che si può sintetizzare così: l'oggetto che mi è stato donato possiede una forza, lo *hau*, il quale rappresenta l'essenza del dono, ed io lo rendo spinto da questa anima, e ciò che io rendo è la particella dello *hau*.

Chi riceve viene sostanzialmente investito da questo obbligo della reciprocità, perché attraverso il dono riceve un qualcosa in più, che trascende l'oggetto, e che è rappresentato dallo spirito del donatore, e lo stesso spirito si trasmette a chi lo riceve.

Nel caso della donazione, è necessario fare due precisazioni: il grande benefattore trasmette attraverso la cosa donata il proprio spirito, che possiamo meglio identificare in termini di altruismo, generosità, filantropia, ma non si aspetta certo che il suo dono risponda a criteri di reciprocità e di equilibrio. Più precisamente, nel ciclo della cosa donata, egli si identifica nella veste di chi ha ricevuto e si sente obbligato a donare.

A partire da Mauss sul tema del dono e della reciprocità si è sviluppata un'amplissima letteratura sociologica; ma è giusto ricordare che il tema dell'altruismo, delle relazioni disinteressate, degli scambi non economici, costituisce un tema fondamentale della sociologia fin dalla sua nascita, con Comte,⁵ e uno dei criteri principali della sua distinzione dalla scienza economica.

Quando si insiste su fattori personali ed egoistici, non ci si sofferma abbastanza sul semplice piacere del dono, di una perdita voluta, che nella visione del donatore è utile, oltre che a se stesso, alla collettività. Esisterebbe quindi sempre nel piacere di donare una compensazione tra la privazione patita e la gratificazione ottenuta. I recenti risultati di una ricerca della Emory University di Atlanta, condotta da Gregory Berns, affermano che a livello istintuale, il

⁵ Il termine altruismo è stato coniato da Auguste Comte (1798-1875) in opposizione ad egoismo, per designare la dottrina morale del positivismo. Nel *Catechismo positivista* (1852) Comte enunciò la massima fondamentale dell'altruismo: 'vivere con gli altri'. Secondo lui, l'uomo possiede, accanto agli istinti egoistici, anche istinti simpatetici. Il fondamento dell'etica altruista è naturalista, perché essa fa appello agli istinti naturali che portano l'uomo verso gli altri (cfr. N. ABBAGNANO, *Dizionario di filosofia*, Utet, Torino 1971, p. 18).

comportamento altruistico eccederebbe di molto quello egoistico, se non fosse per il tipo di società competitiva che abbiamo costruito.⁶

La donazione pubblica non si conclude con un uno scambio tra due individui, ma estende i suoi effetti al complesso delle relazioni sociali, e ci porta ad osservare il comportamento dell'uomo collettivo. Chi partecipa ai riti della reciprocità e del dono vuole mettere in evidenza la sua appartenenza alla comunità, partecipa alla comunità. L'appartenenza si acquisisce con la lealtà e la dimostrazione di atti disinteressati.⁷

Lo scambio interpersonale regolato dal Mercato e dallo Stato non impedisce che vi sia, al di fuori di questi luoghi, un altro sistema di socialità. Infatti le fondazioni rientrano per definizione nel 'terzo settore', che si affianca gli altri due sistemi di azione sociale.⁸

La crescente importanza di questo settore mette in discussione il sistema competitivo, che caratterizza gli altri settori principali, confermando l'esistenza di un sistema cooperativo basato sull'altruismo.

Una tendenza che emergerebbe anche nell'ipotesi di Franco Garelli, il quale rileva come i temi del dono e del gratuito siano oggi al centro del dibattito pubblico, e sembrano essere controcorrente rispetto ai temi dell'utilità e del profitto. Egli nota invece come verrebbe a verificarsi nella società un equilibrio dei sentimenti e degli orientamenti, che tenderebbero all'armonia dei corpi sociali: infatti in una società che si autorappresenta con la logica di mercato, a un certo punto, quando emergono delle esagerazioni, si scatenano dei correttivi, che si possono definire di compensazione. Il valore del dono rappresenterebbe una compensazione alla distorsione dei valori materialistici.⁹

I rapporti sociali sono regolati da un sistema di relazioni che non possono sottostare esclusivamente alle regole di mercato e del potere politico, o per lo meno nessuno si augura che questo avvenga.

Il meccanismo di mercato e l'azione politica sono a volte insufficienti a soddisfare i bisogni della collettività (soprattutto quelli più particolari), così si rende necessario che essi vengano affiancati dall'azione del privato, che si pone non come sostituto ma come collaboratore nell'offerta di beni pubblici.¹⁰

Tuttavia è possibile concettualizzare evergetismo e filantropia, e quindi anche le fondazioni, in tutt'altre prospettive teoriche. Una fa capo a Thorstein Veblen, e inquadra le donazioni nella teoria del 'consumo ostentativo (cospicuo, vistoso)': donare ingenti somme a titolo caritativo, sociale, culturale, ecc., e 'farlo ben sapere', è un modo per acquistare prestigio sociale (per questo, nel Vangelo, Gesù raccomanda che gli atti di carità siano tenuti nascosti). La teoria di Veblen può essere considerata un caso particolare dell'approccio sociologico detto 'conflittualista' che evidenzia i meccanismi del potere sociale. In quest'ottica, dono,

⁶ G. BERNIS, cit. in «la Repubblica», 26.07.2002. Sull'altruismo, cfr. anche B. CATTARINUSI, *Altruismo e società*, Franco Angeli, Milano 1991; ID. (a cura di), *Altruismo e solidarietà*, Franco Angeli, Milano 1994.

⁷ W. SANTAGATA, *Simbolo e merce*, Il Mulino, Bologna 1998, p. 42. L'autore riporta una classificazione delle sfere di scambio coniata da Walzer nel 1983, secondo la quale ad ognuna di esse corrisponderebbe un bene dominante: 1) nella sfera dei legami e in quella politica il bene dominante è l'autorità; 2) nella sfera del mercato il bene dominante è il denaro; 3) nella sfera della socialità il modello è quello della reciprocità e il bene dominante è l'appartenenza alla comunità.

⁸ P. DONATI, I. COLOZZI (a cura di), *Il Terzo Settore in Italia*, Franco Angeli, Milano 2004.

⁹ F. GARELLI, *Barometro della solidarietà degli italiani*, Atti del Convegno 'Forme e valori del gratuito', Venezia, Fondazione Giorgio Cini, 2-12 settembre 2002.

¹⁰ W. SANTAGATA, *Offerta privata di beni pubblici*, Il Mulino, Bologna 1991.

carità, mecenatismo, ecc. sono uno dei modi in cui il potere economico si traduce in potere sociale, politico e culturale, e quindi contribuisce a legittimarsi e consolidarsi. Questo è, storicamente, il meccanismo elementare di formazione di quel particolare tipo di società che è il capitalismo. Secondo la teoria del potere, ogni forma 'pura' di potere (economico, politico e culturale) tende inevitabilmente a tradursi nelle altre due ('effetto alone'). Senza consenso e legittimazione socio-politico-culturale, le ricchezze accumulate nell'attività puramente economica sono precarie, ad alto rischio di esproprio. Chi è riuscito ad accumulare ricchezze, facendo leva sulle tecniche proprie dell'economia, tende inevitabilmente ad acquisire potere (o quanto meno influenza, autorevolezza, ecc.) anche nel mondo della politica e in quello della cultura.¹¹ La storia del filantropismo e del mecenatismo dell'ultimo secolo e mezzo è piena di industriali e finanziari che investono le loro ricchezze per procurarsi anche autorevolezza morale e prestigio sociale promuovendo opere di beneficenza, missioni religiose, istituzioni di studio e ricerca, nonché teatri e musei.

3. Le fondazioni in Occidente: cenni di storia e statistica. La storia del dono e delle istituzioni ad esso connesse è molto lunga.¹² Nel medioevo esse si esprimono, come ogni altro momento della vita sociale, nelle forme della religione. La manifestazione senza dubbio più macroscopica ne sono i monasteri, nati di solito grazie alle donazioni dei potenti. I monasteri a loro volta avevano nella carità uno dei compiti fondamentali; ma non si devono dimenticare altre istituzioni, più specifiche, come gli enti ospedalieri e le confraternite, e le stesse *Universitates Studiorum*. In un'epoca in cui l'usura era peccato, l'arricchimento privato era visto con sospetto, e il lusso era moralmente e talvolta anche giuridicamente condannato, una quota importante delle ricchezze acquistate con il commercio e l'industria veniva devoluta alla comunità, in opere di culto (edifici, cerimonie), di istruzione e di carità. Le Fabbriche dei Duomi consumavano risorse imponenti della comunità, per tempi lunghissimi. Nel Rinascimento si assiste all'inizio della secolarizzazione anche in tema di carità e di pubblica assistenza: molti governi urbani istituiscono propri uffici ed enti in questo campo, erodendo il monopolio della chiesa cattolica, già peraltro sfidato anche per molti altri aspetti. Un editto di Carlo V del 1521 codifica le riforme di questo tipo già attuate in molte città dell'impero. La crescita delle istituzioni laiche, nate da donazioni private e pubbliche, prosegue nei secoli successivi, in parallelo alla crescita della borghesia capitalistica e del più generale processo di secolarizzazione e razionalizzazione. Tuttavia in alcuni paesi essa trovò un ostacolo nella pretesa del potere politico centrale di estendere il proprio controllo diretto su ogni forma di attività privata. Il caso estremo è quello della Francia. Turgot, allora ministro dell'economia ed esponente di punta dell'Illuminismo, nel suo articolo sulle fondazioni apparso sull'*Encyclopedie*, ha parole di fuoco contro questa istituzione, definita come manifestazione di 'frivola vanità' privata. Egli propone che tutti i patrimoni di questo tipo fossero assorbiti nel demanio dello Stato, unica autorità responsabile del benessere e degli interessi di tutti i cittadini. Queste indicazioni divennero programma di governo nella Francia rivoluzionaria e repubblicana. Le principali ragioni di questa ostilità erano due. La prima si basa sulla lotta

¹¹ Tra i moderni teorici del potere, eredi di una lunga tradizione che risale almeno a Machiavelli, cfr. ad esempio A. ETZIONI, *The Active Society*, The Free Press, New York 1968.

¹² L'exkursus storico-statistico che segue è basato largamente sul lavoro di A. SCHLÜTER, T. VOLKER, P. WALKENHORST (eds.), *Foundations in Europe. Society, Management and Law*, Bertelsmann Foundation, London 2001.

contro il potere ecclesiastico: gran parte delle fondazioni avevano un'origine, un carattere e finalità religiose. La seconda si basa sul principio dell'*égalité*, e quindi la lotta anti-aristocratica: le fondazioni potevano essere un modo per aggirare le norme successorie ('legittima', divieto di fidecommesso, tasse di successione, ecc.) tese a smembrare i grandi patrimoni di origine feudale. Per quasi due secoli la Francia mantenne una politica avversa alle fondazioni, ed esercitò un forte controllo statale sulle poche esistenti. Sulla posizione francese si appiattì, come sempre, anche il Belgio.

In Spagna, pur nella ben diversa situazione dei rapporti tra chiesa e stato, la natura fortemente accentrata di quest'ultimo determinò effetti non dissimili, nei riguardi delle fondazioni. Negli ultimi due secoli l'atteggiamento fu non dissimile da quello della Francia.

All'estremo opposto si pose la Germania, dove la frammentazione del potere politico diede luogo ad una grande varietà di situazioni locali, ma dove in generale la tradizione medievale delle fondazioni (*Stift, Stiftung*) si mantenne e fiorì, anche grazie alle peculiarità dei rapporti tra i principi e le diverse confessioni religiose. Cose simili si possono dire anche per i paesi scandinavi. Tuttavia è da ricordare che nel corso degli ultimi due secoli vi sono state notevoli fluttuazioni in questo campo. Una certa ventata di secolarizzazione e statalizzazione (*Kulturkampf*) investì anche i paesi tedeschi nel corso dell'Ottocento, con le conseguenti politiche di limitazione delle fondazioni ecclesiastiche; mentre verso la fine del secolo vi fu una fioritura di fondazioni laiche, a finalità caritatevoli, sociali e culturali; ma anche come modo di gestione dei patrimoni familiari. Con il regime nazional-socialista, negli anni '30 del XX secolo, tutto questo mondo cadde sotto lo stretto controllo dello Stato, e fu in gran parte eliminato (a cominciare, ovviamente, da tutte le numerosissime fondazioni ebraiche). Esso fu interamente ripristinato dopo la guerra.

In Inghilterra, patria del liberalismo, le fondazioni (*trusts* o *foundations*) trovarono sempre un ambiente molto favorevole, e nel tempo estesero il loro campo d'azione dai tradizionali settori della carità e dell'assistenza ospedaliera a quelli dell'istruzione di ogni ordine e grado, e addirittura a quello delle opere pubbliche (ponti, porti, canali, ecc.) e ad interventi di supporto alla vita economica (ed esempio nell'incoraggiamento all'avvio di imprese da parte dei giovani commercianti).

Questa tradizione si trasferì anche nelle colonie americane, dove le fondazioni trovarono un terreno d'elezione, come caso speciale di quel più generale fenomeno americano che già tanto aveva colpito de Tocqueville verso il 1830, cioè l'associazionismo. Come vedremo più avanti, le grandi fondazioni americane sono state d'esempio a tutto il mondo, soprattutto nel campo della promozione della ricerca scientifica, delle scienze sociali, della cultura e dell'arte. Nel 1996 negli Stati Uniti esistevano circa 40.000 fondazioni, con un patrimonio complessivo di quasi 200 miliardi di dollari. Di esse, circa l'88% sono di tipo individuale o familiare; le altre possono essere distinte in fondazioni d'impresa (*corporate foundations*) e di comunità (*community foundations*).

Con questi brevi cenni storici si è voluto evidenziare che le fondazioni, come manifestazione della libertà individuale di disporre dei propri patrimoni secondo la propria volontà, e di destinarli anche a finalità di pubblico beneficio, fioriscono nei regimi liberali, e sono represses in quelli statalisti, sia tradizionali (assolutismo) sia moderni (giacobinismo, totalitarismo), dove per definizione lo Stato si arroga il diritto-dovere di provvedere in via esclusiva al pubblico interesse.

Nella seconda metà del ventesimo secolo si è assistito in generale ad una nuova ondata di sviluppo, in numero e importanza, delle fondazioni, connessa all'espansione della libertà,

della democrazia e del pluralismo in tutto l'Occidente e, negli ultimi anni, anche nei paesi ex-comunisti. Esse appaiono ora una forma fondamentale di espressione della società civile e di partecipazione *non-profit* dei privati al perseguimento degli interessi collettivi. Inoltre, esse si rivelano uno strumento flessibile ed efficace di gestione anche di interessi particolari, a disposizione non solo dei privati e delle famiglie ma anche delle imprese e dello stesso Stato.

I modelli operativi, le finalità e il ruolo sociale delle fondazioni presentano una tipologia estremamente variegata. Un recente studio distingue 4 tipi fondamentali: 1) fondazioni individuali (o di piccoli gruppi associativi, o di famiglie); 2) fondazioni d'impresa (che rappresentano l'estensione nel campo sociale e culturale delle attività di un'impresa); 3) le fondazioni comunitarie, a base e finalità locali); 4) fondazioni governative. Come esempio di queste ultime, si può ricordare che la Francia, pur avendo allentato la sua tradizionale ostilità, e riconoscendo l'esistenza di circa 500 fondazioni private, le raggruppa tutte sotto una fondazione-ombrello, la *Fondation de France*, che in realtà opera come una specie di ministero delle fondazioni, con forti poteri di controllo e intervento. In Scandinavia invece alcune associazioni private-familiari esercitano un'influenza massiccia sulla vita economica di quei paesi. In Germania, Svizzera e Liechtenstein le fondazioni sono divenute una modalità diffusissima di gestione dei patrimoni familiari; se ne contano 10.000 in Svizzera e altrettante in Germania, e 30.000 nel Liechtenstein.

Negli anni '90 si è riscontrato un notevole interesse scientifico-culturale per il mondo delle fondazioni, promosso di solito dalle fondazioni stesse, tese ormai a prendere coscienza della propria storia, dei propri problemi presenti e delle prospettive future. Nella tabella 1 si presenta il numero delle fondazioni in Europa per paese e tipo (operativo, erogativi, misto o altro), mentre nella tabella 2 si evidenziano i settori di attività. Nella tabella 3 si raggruppano le fondazioni a seconda del modello socio-politico complessivo cui sono ispirate e in cui operano.

Tab. 1 Numero delle fondazioni in Europa, per tipo. Fonte: Schlüter, Volker e Walkenhorst, 2001.

Paesi	Totale	N. ogni 100.000 ab.	Fondazioni erogative	Fondazioni operative	Tipi misti	Altri tipi
Austria	803	10			maggioranza	Escluse 1.097 f. private
Belgio	310	3	minoranza		maggioranza	Esclusi 40 fondi, gestiti dalla F. Roi Baudoïn
Gran Bretagna	8.800	16	100%			Solo 12 f. sono indicate come operative
Danimarca	14.000	272				Maggioranza di piccoli fondi
Finlandia	2.522	49	50%	30%	20%	
Francia	404	1		maggioranza		Escluse 487 f. gestite dalla F. de France
Germania	8.312	10	50%	25%	25%	Escluse 35.000 f. ecclesiastiche
Grecia	500	5		maggioranza		
Irlanda	30	1	27%	70%	3%	

Italia	1.300	2	15%	39%	43%	Escluso un n. non stimato di f. ecclesiastiche
Liechtenstein	600	1911		maggioranza		Escluse 40.000 f. private
Lussemburgo	143	34		maggioranza		
Paesi Bassi	1.000	5	maggioranza			Escluse 131.000 associazioni definite fondazioni
Norvegia	2.989	68			maggioranza	Escluse 63.000 f. commerciali
Portogallo	664	7		maggioranza		
Spagna	6.000	15	5%	95%		Escluse 1.100 f. ecclesiastiche
Svezia	20.000 30.000	200				Escluse 37.000 piccole f. con patrimonio minimo
Svizzera	8.000	111		maggioranza		Esclusi 11.300 fondi pensionistici
Turchia	9.326	16			maggioranza	Escluse 1.005 f. pubbliche

Tab. 2 Settori di attività delle fondazioni in Europa. Fonte: Schlüter, Volker e Walkenhorst, 2001.

Paesi	Arte e cultura	Educaz. e ricerca	Medicina	Servizi sociali	Ambiente	Sviluppo alloggi	Assistenza legale	Cooperazione internazionale	Religione ed etica	Altro
Austria	11	36	8	34	1	1	1	-	4	4
Belgio	16	46	17	16	-	-	-	-	5	1
Gran Bretagna	10	41	12	15	5	2	1	-	9	4
Finlandia	23	47	-	12	2	-	4	-	1	11
Francia	1	14	56	23	-	2	-	-	-	5
Germania	21	57	12	55	6	3	2	4	6	8
Grecia	4	41	5	39	1	2	-	-	6	2
Irlanda	13	18	30	1	1	37	1	-	-	-
Italia	20	36	8	23	-	5	-	1	4	2
Paesi Bassi	11	10	25	25	4	1	6	14	3	1
Norvegia	5	21	1	43	3	1	1	-	-	26
Portogallo	29	14	6	43	1	1	2	1	3	-
Spagna	44	20	26	-	-	-	-	-	-	10
Svizzera	20	30	10	30	5	5	-	-	-	-
Turchia	6	21	5	26	2	6		-	12	-

Tab. 3 Classificazione delle fondazioni in Europa secondo il modello complessivo. Fonte: Schlüter, Volker, Walkenhorst, 2001.

Modelli	Paesi	Fondazioni operative	Fondazioni erogative	Confini istituzionali
Social-democratico	Svezia Norvegia Danimarca Finlandia	Maggioranza di f. operative integrate nel servizio pubblico	Minoranza di f. costituite da individui; grandi f. d'impresa	Demarcazione confusa tra mercato e fondazioni
Centralizzato	Francia Belgio Lussemburgo	Forte supervisione statale	Minoranza di f. Erogative; cartelli quasi pubblici di fondazioni	Confine complesso tra stato e fondazioni
Corporativo	Germania Paesi Bassi Austria Svizzera Liechtenstein	F. operative fanno parte del welfare, stretti legami con lo stato, funzione sussidiaria	F. erogative meno importanti, molte fondazioni miste	Complessi confini tra stato e fondazioni, fondazioni e mercato
Libera	Gran Bretagna	Poche f. operative	Alta maggioranza di f. erogative	Relativamente chiari i confini, relazione indiretta con lo stato
Periferico	Grecia Irlanda	Le f. compensano le falle del settore pubblico	Poche f. erogative	Complesse relazioni storiche, con le religioni dominanti e l'immigrazione.
Mediterraneo	Spagna Italia Portogallo Turchia	Lunga storia di f. operative ecclesiastiche, parallele alla previdenza statale	Sviluppo ritardato di f. erogative	Relazioni complesse con le istituzioni religiose
Post-statalista	Est Europa	Sviluppo ritardato di f. operative, parallele allo stato previdenziale	Molto poche le f. erogative e di piccole dimensioni	Complessi confini tra stato e fondazioni, fondazioni e mercato

4. Le fondazioni in Italia. La storia delle fondazioni in Italia non si discosta, in generale, da quanto avvenuto nel resto d'Europa. Anche qui, fino all'Ottocento, esse erano in gran parte di natura religiosa e rivolte a fini assistenziali e sociali (conventi, fabbricerie, confraternite, 'opere pie'). Con le riforme settecentesche e napoleoniche molte vennero soppresse e sostituite da organizzazioni pubbliche laiche; tendenza non rovesciata nella prima metà dell'Ottocento. Con la formazione dello Stato unitario si consolida l'orientamento 'alla francese', di tradizione statalista e giacobina, di avversione a questi enti intermedi. Le fondazioni private (Enti Morali), classificate come IPAB (Istituzioni Pubbliche di Assistenza e Beneficenza) vennero messe sotto il controllo e la tutela del Ministero degli Interni, e dunque delle prefetture (riforma Crispi del 1890). Il regime fascista tenterà di restringere ancor più gli spazi di autonomia di queste istituzioni, come di ogni altro ambito della vita privata e civile. Il Codice Civile del 1942 non le prende in considerazione specifica, ma ne tratta genericamente nel Libro I, Titolo II, 'Delle persone giuridiche'. Questi enti nascono mediante il riconoscimento giuridico, di competenza del capo dello Stato, a indicare l'eccezionalità del

caso. Nel dopoguerra la situazione si è lentamente mutata, nel senso di maggiore liberalità. Tuttavia permane a lungo l'atteggiamento 'statalista', di generale freddezza verso tali istituzioni, sia da parte delle pubbliche autorità che della pubblica opinione. Solo negli anni '70, con le riforme nel senso del decentramento regionale dei poteri, si facilita il riconoscimento giuridico degli enti privati (DPR 616/77), e ulteriori facilitazioni sono concesse negli anni più recenti (DPR 361/2000); e si apre la strada a nuovi modelli organizzativi, come le 'fondazioni di partecipazione', basate su interpretazioni innovative delle norme del Codice e della Costituzione. Ma si promulgano anche leggi specifiche per questo settore. Di gran lunga le più importanti, per 'enormità dei patrimoni in gioco', riguardano le fondazioni di origine bancaria (legge Amato-Carli n. 218 del 1990, legge Ciampi n. 461 del 1998, e legge finanziaria 448 del 2001). Altre leggi speciali riguardano gli enti lirici (D.L. 367/96, 'legge Veltroni') e altre singole istituzioni.

In Italia, studi sociologici e statistico-economici sulle fondazioni sono stati condotti nel quadro delle ricerche sul 'terzo settore',¹³ ma uno dei più focalizzati e completi è stato condotto nel 1996 da una delle principali fondazioni culturali del nostro paese, la Fondazione Agnelli, che ha creato anche un apposito Centro di Documentazione permanente sulle fondazioni.¹⁴ I principali risultati quantitativi di questa indagine sono sintetizzati nelle tabelle 4 e 5.

Tab. 4 Distribuzione (%) delle fondazioni italiane secondo i soggetti fondatori. Fonte: Fondazione Agnelli, 1997.

Una o più persone fisiche	72,1
Uno o più enti privati	12,6
Uno o più enti pubblici	4,3
Persone più enti privati	3,4
Persone più enti pubblici	1,5
Enti pubblici più enti privati	4,0
Persone più enti pubblici ed enti privati	2,1
<i>Questionari</i>	<i>(totale) 530</i>

Tab. 5 Distribuzione (%) delle fondazioni italiane secondo il settore prioritario di attività. Fonte: Fondazione Agnelli, 1997.

Tutela beni culturali	9,1
Ricerca in campo artistico	7,4
Formazione, istruzione	28,8
Assistenza sociosanitaria	18,1
Beneficenza	7,0
Ricerca nelle scienze umane e sociali	11,1
Ricerca biomedica	10,1
Ricerca nelle scienze fisiche, matematiche e naturali	3,5
Religione e culto	2,9
Cooperazione internazionale	0,8
Tutela dell'ambiente	1,2
<i>Questionari</i>	<i>514</i>

¹³ Fondazione Roma Arte e Cultura, *Incontro delle fondazioni culturali europee*, Atti del Convegno del 1993, in *Quaderni di vita italiana*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma 1994; cfr. anche L. BOCCACIN, *Le fondazioni: una formula tradizionalmente innovativa nel terzo settore*, e F. FERRUCCI, *Le fondazioni bancarie*, in P.P. DONATI (a cura di), *Sociologia del Terzo Settore*, La Nuova Italia Scientifica, Roma 1996. Cfr. anche C. BEDOSTRI, *Le fondazioni di origine bancaria: nuovo soggetto del terzo settore e del moderno mecenatismo*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 1999-2000.

¹⁴ G. AGNELLI, M. PACINI, J. RICHARDSON et al., *Per conoscere le fondazioni. I mondi delle fondazioni in Italia e all'estero*, Ed. Fondazione Giovanni Agnelli, Torino 1997.

5. Le fondazioni per l'arte nel mondo. Come si è più volte evidenziato, uno dei settori tradizionali di impegno delle fondazioni è quello della cultura. In senso lato, la cultura comprende anche l'istruzione e la ricerca scientifica; in questo paragrafo ne trattiamo in una definizione più ristretta, focalizzata sulle arti. Dalle recenti indagini risulta che oggi in Europa la percentuale di fondazioni impegnate in questo campo oscilla tra l'1% della Francia e il 44% della Spagna, con una media del 14%; in Italia la percentuale sale al 20%.

Le fondazioni culturali sono tra le più significative manifestazioni del mecenatismo contemporaneo. Gli esempi più famosi, cui in qualche misura il resto del mondo si è ispirato, risalgono ai primi anni del XX secolo, negli Stati Uniti. In quel periodo i magnati dell'industria e della finanza, come i Carnegie, i Kellogg, i Mellon, i Rockefeller, i Morgan, i Duke, i Frick, i Gardner, e più tardi i Ford e moltissimi altri fanno a gara per istituire musei, teatri, biblioteche, centri di ricerca, e intere università, servendosi di solito delle fondazioni come braccio operativo. Per quanto riguarda l'arte contemporanea il nome più famoso è quello della famiglia Guggenheim, arricchitasi con miniere e fonderie.¹⁵

Un'altra fondazione attiva nel campo dell'arte, ma non specificamente contemporanea, è quella del magnate del petrolio Paul Getty, a cui si deve l'iniziativa di dotare la California di istituzioni museali in grado di competere con quelle della costa orientale; ne è nato il faraonico museo di Malibu. Dalla costa pacifica degli USA sta ora sorgendo una nuova superpotenza artistico-culturale, quella del monopolista globale dell'informatica, Robert Gates (Microsoft).

Negli USA le statistiche sulla nascita di nuove fondazioni, sulle loro dotazioni e donazioni a favore della cultura e dell'arte sono strettamente correlate a quelle dell'economia e delle misure fiscali. Ad esempio negli anni '80, con l'economia in forte crescita e deduzioni fiscali sulle donazioni molto incisive, si sono avute crescite superiori a qualsiasi altro decennio del Novecento.

Nel resto del mondo occidentale l'esempio americano fa scuola in tempi, modi e misure molto differenziati. Come si è visto, in Inghilterra esiste una robusta tradizione autoctona in questo campo; si può citare l'Art Fund, istituito nel 1903 allo scopo di raccogliere fondi da assegnare ai musei per l'acquisto di opere. Oggi essa raccoglie 100.000 soci

Sul continente in generale si deve aspettare la rinascita economica, dopo la seconda guerra mondiale, per l'avvio di tali iniziative. In Francia permane a lungo l'avversione della Repubblica alle fondazioni: ben poche vengono create negli anni '60 e '70 (ad esempio la Belem, Cziffra, Louis Vouard, e Maeght). Si dovrà aspettare il governo Mitterrand e il ministro della cultura Jack Lang, per l'avvio di iniziative tese a promuovere il mecenatismo individuale e d'impresa, sul modello americano. Un frutto di questa stagione è la Fondation pour l'Art Contemporain, istituita nel 1984 dalla mega impresa di gioielleria e beni di lusso Cartier. Ma ciò che continua a caratterizza la Francia è l'intervento diretto dello Stato, con le sue burocrazie ministeriali e prefettizie, anche nel campo della promozione dell'arte contemporanea (il 'Ministero della Creatività' istituito dal ministro della cultura dei governi Mitterrand, Jack Lang).

Nella Germania del miracolo economico si sono avviate le grandi fondazioni Bertelsmann, Bosch, Volkswagen, tutte attive anche in campo culturale. Nel 1991 la

¹⁵ M. PASIANOTTO, *Arte e architettura nella politica della fondazione Solomon R. Guggenheim*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002.

Federazione delle fondazioni tedesche ha avviato Maecenata, un centro di documentazione delle fondazioni attive in campo culturale, e nel 2001 è nata la Fondazione Culturale Federale, allo scopo di coordinare l'azione delle fondazioni culturali di tutti i Länder. Nel 2000 la grande società di assicurazioni Allianz ha lanciato una propria fondazione specificamente tesa a promuovere l'arte e la cultura a livello europeo.

In Spagna il fenomeno si è avviato solo con l'avvento della liberaldemocrazia post-franchista. Oltre il 70% delle fondazioni oggi esistenti sono state create dalla fine degli anni '70 in poi. Nei due decenni seguenti, il settore culturale, l'educazione e la ricerca hanno visto la Spagna in testa, a livello europeo, nella nascita delle fondazioni. Si possono ricordare, per l'arte contemporanea, le fondazioni Picasso di Malaga, Mirò di Barcellona, e a Madrid quella istituita dal finanziere Juan March. Dopo il 1989 anche l'Europa ex-comunista si è totalmente aperta alle fondazioni ma è da ricordare che alcune fondazioni occidentali, come la Ford, la Humboldt, la Korber, la Rockefeller, la Soros e la European Cultural Foundation erano riuscite a stabilirvi teste di ponte anche nel periodo precedente.

Uno dei casi più interessanti è la Fondazione George Soros. All'inizio la fondazione del super-speculatore finanziario globale (americano di origine ebreo-ungherese) George Soros aveva obiettivi legati alla riconversione al capitalismo, alla modernizzazione del sistema economico-finanziario, alla creazione della cultura d'impresa, e simili. Negli ultimi anni pare che Soros stesso abbia subito una profonda riconversione culturale che lo ha spinto su posizioni molto critiche verso il capitalismo; e sta dedicando gran parte dei suoi sforzi, e importanti risorse, alla promozione dell'arte. Nel corso degli anni '90 egli ha creato, nell'Europa centro-orientale, una ventina di Soros Center for Contemporary Art.

6. Le fondazioni per l'arte in Italia. Come si è visto, secondo la ricerca della Fondazione Agnelli del 1995-96, la percentuale di fondazioni attive nel settore culturale è pari al 16,5%, mentre secondo la ricerca comparativa a livello europeo, nel 1997-8, nel settore 'Tutela dei beni culturali' sono attive in Italia il 19,9% di tutte le fondazioni.¹⁶

Molti e diversi sono i modi in cui le fondazioni si impegnano nel settore culturale: dalla gestione di collezioni all'organizzazione di eventi culturali, dalla realizzazione di mostre alla promozione di futuri artisti, da momenti di formazione a progetti di studio e ricerca, e altro ancora. Una categoria di speciale importanza è costituita dalle fondazioni di origine bancaria, e in particolare dalle fondazioni delle Casse di Risparmio.¹⁷ Come si è visto, per legge, fin dall'Ottocento le Casse di Risparmio dovevano devolvere ad attività sociali una quota dei loro profitti, e di questa quota, una parte andava spesso alla promozione di attività culturali. Uno dei casi più noti in questo campo è la Fondazione Cassamarca di Treviso, che da alcuni anni promuove le grandi mostre di Casa dei Carraresi, a cui accorrono centinaia di migliaia di persone.¹⁸

¹⁶ G.P. BARBETTA, M. DEMARIE, *Italy*, in A. SCHLÜTER, T. VOLKER, P. WALKENHORST (eds.), *Foundations in Europe...* cit.

¹⁷ Tuttavia è da ricordare che attività nel settore culturale e artistico sono promosse anche direttamente dalle banche: cfr. M. PITUELLO, *L'attività di promozione e tutela del patrimonio artistico e culturale operata dagli istituti di credito*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2000-2001.

¹⁸ Cfr. L. TURCHET, *Il fenomeno delle grandi mostre a Treviso*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2001-2002.

Una ricognizione avente come oggetto le fondazioni culturali¹⁹ ha permesso di conoscere sinteticamente l'attività svolta da 77 fondazioni, mettendone in evidenza i molteplici interessi.

Alcune fondazioni, ad esempio, si qualificano come veri e propri musei: edifici o spazi di particolare rilevanza storica e artistica destinati a ospitare e rendere pubblicamente fruibili le collezioni di proprietà della fondazione stessa. Sono di norma fondazioni sorte conseguentemente al testamento di un collezionista o di un antiquario, come ad esempio la Fondazione Mormino di Palermo o quella di Palazzo Coronini Cronberg di Gorizia.

Accanto a questo modello si possono però trovare casi di fondazioni che possiedono un bene architettonico e si occupano della sua salvaguardia, nate appositamente per il restauro di un palazzo storico, come la Fondazione Palazzo Bricherasio di Torino. Molto spesso il patrimonio delle fondazioni è costituito, oltre che da beni immobili, dalle collezioni che individui o famiglie hanno raccolto nel corso del tempo, donate per assicurarne la conservazione e l'unità. Queste fondazioni nascono quindi per mantenere, valorizzare, ed eventualmente incrementare questo fondo artistico, e per renderlo fruibile, come la Fondazione Antonio Mazzotta di Milano.

Alcune fondazioni sono costituite dalle biblioteche di studiosi insigni, come la Fondazione di Studi di Storia dell'Arte Roberto Longhi, di Firenze, che mettono a disposizione il materiale raccolto per attività di ricerca.

Frequenti sono le fondazioni create da artisti o da loro familiari, per valorizzarne l'opera; tra queste la Fondazione Giorgio e Isa De Chirico di Roma.

Ci sono i casi delle fondazioni promosse da imprese, come la storica Fondazione Adriano Olivetti sorta nel 1962 a Roma. Una delle iniziative più recenti di questa fondazione si chiama 'nuovi committenti, nuovi mediatori' e mira a sviluppare una nuova figura di operatore nel campo dell'arte, che svolga una funzione di mediazione tra la 'domanda di servizi artistici' da parte di soggetti collettivi, più o meno istituzionali (ad esempio, un consiglio di quartiere, una comunità montana, un ente religioso) e l'offerta da parte degli artisti. Tale figura deve conoscere il mondo dell'arte, per individuare l'artista più indicato a soddisfare la domanda espressa dal 'nuovo' committente; ma deve saper anche interpretare correttamente tale domanda, e fungere poi da 'mediatore culturale' tra i due soggetti, spesso appartenenti a mondi simbolici assai separati.²⁰

Un'altra importante fondazione culturale d'impresa impegnata nel campo artistico è quella IBM di Novedrate (Como), che promuove la progettazione di siti Internet applicati a musei.

Nel panorama italiano si incontrano anche fondazioni che si propongono in primo luogo come centri di produzione e diffusione culturale: fondazioni che organizzano festival internazionali, eventi culturali, iniziative didattiche, seminari, corsi di studio e formazione. L'organizzazione di attività culturali è molto diffusa e riguarda il 76% delle fondazioni.

Il rapporto citato ha messo in evidenza anche che l'80% delle fondazioni culturali si è

¹⁹ L. DANZI, *Secondo rapporto sulle fondazioni culturali italiane*, «Il giornale delle fondazioni», allegato a «Il Giornale dell'Arte», 213 (settembre 2002).

²⁰ V. FRANCO, *'Nuovi Committenti' e nuovi mediatori nel sistema dell'arte. Analisi dei programmi della Fondation de France e della Fondazione Olivetti*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004.

costituito negli ultimi trent'anni, e di queste il 41,5% negli ultimi 10 anni. Anche in questo settore si nota una tendenza positiva.²¹

Un'ultima considerazione può essere fatta in merito alle prospettive occupazionali: le fondazioni culturali non utilizzano molto personale dipendente, preferendo di norma le 'collaborazioni coordinate e continuative'. Esse si avvalgono inoltre di volontari e prestazioni di stage. La media dei dipendenti è da due a tre persone, e spesso il fondatore e i membri del consiglio di amministrazione prestano gratuitamente la loro opera.

Nella tabella 6 sono evidenziate le principali attività delle fondazioni che operano nel campo artistico-culturale.

Tab. 6 Distribuzione delle fondazioni operanti nel settore artistico culturale, per settore principale, secondario e terziario di attività. Fonte: Danzi, 2002.

Acquisizione opere d'arte	3	1	
Attività di catalogazione		9	4
Attività di ricerca	2	6	6
Attività editoriali			9
Case-museo	7	4	
Collezioni e raccolte tematiche	11	1	1
Collezioni monografiche	11	1	2
Conservazione archivi	7	8	3
Conservazione beni artistici monumentali	6	1	
Conservazione e divulgazione cultura locale	6	4	1
Conservazione e fruizione biblioteche	7	4	1
Erogazione premi e borse di studio	1	4	1
Formazione, attività didattiche	9	7	5
Organizzazione convegni e seminari	2	11	14
Organizzazione mostre e eventi culturali	3	11	18
Tutela beni culturali nel territorio nazionale	2		
<i>Totale</i>	<i>77</i>	<i>72</i>	<i>65</i>

Le attività maggiormente svolte dalle fondazioni culturali risultano quindi, nell'ordine, 1) l'organizzazione di mostre ed eventi culturali (41); 2) le attività editoriali (25); 3) l'organizzazione di convegni e seminari.

7. Le fondazioni italiane per l'arte contemporanea: alcuni casi. In quest'ultimo capitolo verranno presentate alcune realtà italiane, attive nel settore dell'arte contemporanea, che hanno adottato la forma giuridica della fondazione.

Nella scelta dei casi si è ritenuto di dare evidenza a quelle fondazioni che rispondevano ai seguenti tratti significativi: a) valorizzano il rapporto con gli artisti contemporanei; b) offrono un avvicinamento e un'educazione all'arte contemporanea.

Le istituzioni prese in esame sono caratterizzate dal fatto di perseguire una finalità di promozione delle nuove esperienze artistiche. Essendo la fondazione un organismo concretamente più agile nell'organizzare eventi e incontri culturali, poiché riesce a mobilitare risorse in tempi brevi e realizza progetti mirati, si intende verificare se possa rappresentare un efficace strumento di innovazione, rispetto ad altre istituzioni pubbliche o private, e come sia in grado di promuovere nuove proposte nel settore dell'arte contemporanea.

²¹ L. DANZI, *Secondo rapporto...* cit., p. 10.

La rilevazione dei casi ha dovuto seguire un percorso non rigidamente strutturato: partendo da un questionario, le interviste si sono trasformate in una lunga conversazione, che ha spaziato in aspetti e particolari non strettamente previsti dalle domande predisposte. Questo a voler confermare che ogni fondazione culturale privata assume una sua personalità propria, e si differenzia per gli aspetti personali che le sono stati impressi dal suo fondatore.

Gli incontri e le visite alle fondazioni si sono svolti durante i mesi di novembre e dicembre 2002.

7.1 *Fondazione Querini Stampalia*

Sede: Santa Maria Formosa, Castello 5252, Venezia.

Referenti intervistati: Babet Trevisan, responsabile del complesso sede; Marta Savaris, assistente museale.

La Fondazione Querini Stampalia vanta una lunga storia: essa ha inizio nel 1869 quando si istituì per volontà testamentaria del conte Giovanni Querini, ultimo discendente del ramo Stampalia (dal nome dell'isola nell'Egeo acquisita dalla famiglia nel 1330). La sua dotazione patrimoniale, in terreni, edifici, e titoli azionari, era stimabile all'equivalente di 200 milioni di euro. Tra i suoi direttori, una delle figure più dinamiche nel secondo dopoguerra fu Giuseppe Mazzariol, storico dell'arte molto coinvolto nelle vicende dell'arte contemporanea, specie venete. Grazie alle sue frequentazioni la fondazione dispone di un patrimonio di 140 opere di questo periodo.

La sede attuale della fondazione comprende, oltre al palazzo cinquecentesco, antica dimora del conte, le più recenti addizioni a lato, che ne hanno permesso l'ampliamento. La fondazione conserva nella propria sede la parte dell'eredità comprendente gli arredi, i dipinti e i libri. Con centotrentatré anni di attività alle spalle, la fondazione si presenta attualmente come un incastro ben strutturato, oltre che di locali, anche di attività, rispecchiando l'edificio che la ospita, che è anch'esso un connubio tra vecchio e nuovo. Al piano terra l'area restaurata da Carlo Scarpa ha saputo creare un equilibrio tra elementi antichi e nuovi, usando materiali cari alla tradizione veneziana. La nuova ala, che si affaccia sul Campo Santa Maria Formosa, è stata sottoposta ad un intervento di ristrutturazione, ancora in corso, su progetto di Mario Botta.

La biblioteca dispone di 300.000 volumi, di cui 1.600 edizioni del XVI secolo, ed è aperta al pubblico fino a notte tarda (dalle 16 alle 24) e nei giorni festivi. L'appartamento patriarcale originario ospita una delle più ricche collezioni d'arte della città lagunare, con oltre quattrocento dipinti, insieme agli arredi e porcellane del Settecento.

Fiancheggiano la fondazione i soci del Circolo Queriniano, che raccoglie enti pubblici, altre istituzioni culturali e aziende (tra cui la Fondazione Enrico Mattei); e dal 1991 gli amici della Querini Stampalia, che ora ammontano a circa 300. V'è inoltre una stretta collaborazione con la Fondazione della Cassa di Risparmio di Venezia, che dal 1996 gestisce il Museo della fondazione. Insieme, le due fondazioni hanno costituito l'Associazione delle Fondazioni Veneziane per la Cultura. Nel 1999 la fondazione ha approvato un nuovo statuto per essere riconosciuta come Onlus. Il nuovo statuto riproduce le disposizioni testamentarie del fu conte Giovanni Querini, escluse quelle anacronistiche, mantenendo tutte le principali indicazioni sugli scopi e la conduzione della fondazione. Le entrate della fondazione attualmente provengono per circa un terzo dal reddito del patrimonio fruttifero, per un terzo da finanziamenti pubblici, e per un terzo dall'utilizzo del patrimonio strumentale.

L'attuale direttore Giorgio Busetto opera per rendere la fondazione un luogo di cultura viva e aperta, garantendo il buon funzionamento della Biblioteca e del Museo e offrendo allo stesso tempo un luogo di produzione culturale attento alla contemporaneità. Dal 2000 ogni anno la fondazione istituisce un premio per giovani artisti italiani, in collaborazione con l'azienda bolognese Furla, leader nel settore degli accessori moda: il 'Premio Querini Stampalia-Furla per l'arte'. Il premio rispetta le volontà del fondatore, il quale nel testamento aveva previsto la possibilità di premi per opere di Pittura, Architettura e Scultura. Sono in corso inoltre cicli di incontri, dibattiti, laboratori.

Altre iniziative rivolte all'arte contemporanea (fotografia, arti visive, architettura) si svolgono in concomitanza alle manifestazioni internazionali dal contenuto affine presenti in città, e collaborando costantemente con le altre istituzioni culturali. Tuttavia, secondo la coordinatrice di questi programmi, Marta Savaris, non è facile far avvicinare il pubblico all'arte contemporanea. Il terzo piano, dove si svolgono queste mostre, viene piuttosto trascurato. Si stanno sperimentando accorgimenti di tecnica museale e comunicativa per incoraggiare l'avvicinamento del pubblico all'arte contemporanea, ma è ancora presto per misurarne i risultati.

7.2 Fondazione Lilian Caraian

Sede: via Milano 29, Trieste.

Referente intervistato: Bianca de Rosa di Giorgio, presidente.

La fondazione è stata costituita nel 1986, per volontà testamentaria di Lilian Caraian, pianista, poetessa e pittrice. L'artista triestina volle che con un fondo di 220 milioni di lire si costituisse una fondazione avente lo scopo di incoraggiare e premiare i giovani che si dimostrassero meritevoli nelle arti figurative e nella musica.

La fondazione si occupa, secondo le disposizioni statutarie, esclusivamente dell'organizzazione di concorsi allo scopo di devolvere premi a giovani artisti.

La fondazione è retta da un consiglio direttivo, di cui fanno parte oltre al presidente, il direttore del Conservatorio statale di musica G. Tartini, M.O. Massimo Parovel, la dottoressa Anna Rosa Rugliano, il presidente del Sindacato regionale artisti, pittori, scultori ed incisi, professor Paolo Marani, ed il dottor Marcello di Giorgio, con mansioni di segretario.

Di norma una volta all'anno il consiglio direttivo si riunisce per definire il regolamento dei concorsi che saranno istituiti nell'anno in corso.

Nel 1986 furono indetti i primi concorsi, a carattere provinciale: uno per la musica e uno per le arti figurative. Ogni anno furono ripetuti due concorsi all'anno, ad eccezione del 1987 in cui si organizzò un terzo concorso dedicato alla composizione. Dal 1990 l'attività della fondazione venne estesa al campo regionale. In occasione del decimo anno di attività nel 1995, i concorsi vennero eccezionalmente estesi al territorio nazionale.

La partecipazione a entrambi i concorsi è aperta ai giovani artisti, studenti e diplomati nati o residenti nella Regione Friuli Venezia Giulia che non abbiano ancora compiuto i 35 anni.

Nel campo musicale la fondazione ha indetto concorsi per pianoforte, flauto, musica da camera, chitarra, violino, canto. Nel 1990 la fondazione ha assegnato una borsa di studio per la frequenza di un corso di direzione d'orchestra. L'ultimo concorso del 2002 ha riguardato la musica jazz.

In ricorrenza del primo decennio dalla scomparsa della fondatrice, la fondazione ha orga-

nizzato la mostra postuma retrospettiva di Lilian Caraian, curata da Sergio Molesì e Marina Parladori. Le opere della pittrice di proprietà della fondazione, sono 84, prodotte dal 1954 al 1972, tra cui le pitture-sculture create a partire dal 1963, che l'artista chiamava *Strutture*.

Nello stesso anno la fondazione ha curato l'edizione del libro di poesie della fondatrice.

7.3 Fondazione Sandretto Re Rebaudengo

Sede espositiva e uffici: via Modane 16, Torino.

Altre sedi: Palazzo Re Rebaudengo, piazza del Municipio, Guarene d'Alba, Cuneo.

Referenti intervistati: Patrizia Sandretto Re Rebaudengo, presidente; Angiola Maria Gili, responsabile ufficio stampa.

La fondazione viene costituita a Torino il 6 aprile 1995, per volontà di Patrizia Sandretto Re Rebaudengo, discendente di una grande famiglia nobile e imprenditoriale torinese e appassionata d'arte e collezionista. La fondatrice, laureata in economia e commercio, inizia ad avvicinarsi all'arte contemporanea nel 1992, e realizza fin da allora una collezione chiaramente strutturata intorno ad alcuni filoni tematici del contemporaneo. Nel settembre 1994 presenta a Sant'Antonio di Susa il primo nucleo della sua collezione, composto da 16 artisti inglesi. In seguito incrementerà la propria collezione interessandosi ad artisti americani, attivi a Los Angeles. Con altrettanta attenzione seguirà le nuove tendenze emergenti in ambito nazionale, e la creazione artistica femminile. La passione di collezionista la porterà presto a costituire, nel '95 la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo per l'arte. Direttore artistico ne è Francesco Bonami, una delle stelle del mondo curatoriale internazionale: curatore del Museo di Chicago di arte moderna, curatore della Biennale di Venezia del 2003, e ultimamente anche direttore artistico delle mostre di Villa Manin di Passariano, per conto della Regione Friuli Venezia Giulia.

La fondazione opera nel campo dell'arte contemporanea come osservatorio sulla ricerca e la produzione delle più interessanti creazioni artistiche, lavorando con le nuove generazioni di artisti, critici e curatori.

Nel 1997 con 'Guarene Arte 97', la fondazione inaugura il suo primo spazio espositivo. A Guarene d'Alba è stato completamente ristrutturato e adattato a spazio espositivo il settecentesco Palazzo Re Rebaudengo. La sede è stata scelta per poter dare una fruizione pubblica alle opere della collezione e diffondere l'arte contemporanea, nel territorio circostante e in Italia, attraverso l'organizzazione di mostre temporanee.

Nel 2001 la fondazione ha finanziato, come evento a latere della Biennale di Venezia, l'installazione di Maurizio Cattelan, consistente nella scritta 'Hollywood', identica al famoso originale, con lettere alte 23 metri di altezza per 170 di lunghezza, piazzata sopra una delle discariche dell'immondizia della città di Palermo. Per l'inaugurazione dell'opera la fondazione ha organizzato un volo speciale per il direttore della Biennale, con seguito di critici, giornalisti e collezionisti d'arte di tutto il mondo.²²

Nel settembre 2002 è stata inaugurata la nuova sede di Torino in via Modane: un parallelepipedo cieco, orizzontale, candido all'interno come all'esterno, lungo 133 metri, largo 21 e alto 9, per 3.550 mq di superficie coperta. Oltre all'immenso spazio espositivo, comprende un auditorium di 150 posti, più i servizi accessori ormai indispensabili in questo tipo di cen-

²² Sull'episodio cfr. anche S. CARNELOS, *Un mondo nuovo? Voci e visioni dal sistema dell'arte*, in R. STRASSOLDO (a cura di), *Muse neotecniche. Ricerche di sociologia dell'arte*, vol. 2, Forum, Udine 2002, p. 318.

tri (bookshop, sala Internet, sala didattica, ristorante e caffetteria). Il nuovo spazio vuole essere una struttura aperta ad artisti, critici, curatori e collezionisti. Risponde allo scopo di promuovere i giovani artisti, non solo offrendo loro un luogo in cui lavorare ed esporre, ma anche uno spazio in cui confrontarsi e dialogare. Oltre a mostre dedicate alle arti figurative si organizzano eventi di musica, cinema, teatro, danza, letteratura, per permettere a pubblici diversi di avvicinarsi attraverso altre discipline all'arte contemporanea.

La fondazione collabora con musei e centri culturali di tutto il mondo. Ha collaborato con l'Hara Museum di Tokyo, con il Domaine de Kerguehennec di Dignan, con la Kunsthalle di Kiel, il Museo d'Arte Moderna di Bolzano, il Rupertinum di Salisburgo, con il Kunstverein di Ludwigsburg, il FRAC di Limoges e il FRAC di Marsiglia. La fondazione è stata inoltre invitata a partecipare a Madrid alla fiera 'ARCO 2002' dedicata all'Italia con una mostra dove esonevano contemporaneamente artisti italiani e stranieri.

La fondazione è impegnata costantemente a offrire dei percorsi didattici per avvicinare l'arte ai giovani e ai bambini. Oltre alle attività specificatamente indirizzate ai più piccoli, la fondazione propone anche dei progetti per studenti dell'università, del DAMS e dell'Accademia di Belle Arti di Torino.

Emanuela de Cecco, critica d'arte, coordina un progetto rivolto agli studenti e a un pubblico più adulto. Si cerca di creare uno strumento diverso dalle visite guidate, che dia la possibilità di svolgere individualmente una lettura critica dell'opera. Per mezzo di un'analisi bibliografica, vengono forniti i diversi punti di vista elaborati da critici, in tempi diversi o attivi in contesti differenti.

7.4 Fondazione Teseco per l'Arte

Sede: via Sant'Andrea 50, Pisa.

Sede collezione: Stabilimento Teseco, via Monasterio 4, Ospedaletto, Pisa.

Referente intervistata: Ilaria Mariotti, segretaria organizzativa.

La Fondazione Teseco per l'Arte nasce dall'impegno dell'omonima impresa che opera da oltre vent'anni nel settore dell'ingegneria ambientale.

Teseco Spa è specializzata nel risolvere stati di degrado ambientale, realizzando progetti di bonifica per aree contaminate, al fine di ristabilire l'equilibrio ambientale, attuando la rimozione della fonte inquinante. Inoltre progetta impianti per il trattamento energetico dei rifiuti industriali, studia trattamenti biologici che convertono gli inquinanti in composti non pericolosi a basso impatto ambientale.

La missione che guida tutte le attività dell'impresa è quella di ricostruire un equilibrio armonico tra ambiente, industria e società. La responsabilità verso l'ambiente si spinge oltre le tematiche strettamente connesse alla propria impresa. Nel 1998 Gualtiero Masini, presidente del gruppo, decide di costituire la Fondazione Teseco per l'Arte, alla cui presidenza è posta sua moglie, Maria Paoletti. Coordinatrice per le attività culturali in sede è la storica dell'arte Ilaria Mariotti; curatore della collezione è Gail Cohrane, che propone le nuove acquisizioni. La fondazione nasce dalla precisa convinzione che ambiente e cultura siano inscindibili per lo sviluppo sociale. Il percorso culturale intrapreso viene a realizzare il concetto di 'sostenibilità culturale', non solo dal punto di vista ambientale e quindi legato all'attività dell'azienda, ma allargato alla dimensione sociale e culturale. Uno sviluppo sostenibile e responsabile in cui l'arte è intesa come risorsa per l'eliminazione dei fattori alienanti presenti nell'ambiente di lavoro e nel vissuto quotidiano in generale.

A tal fine la fondazione costituisce progressivamente una collezione di arte contemporanea, esposta nella propria sede direzionale, all'interno dello stabilimento situato nella zona industriale di Pisa a Ospedaletto. La collezione è ciclicamente rinnovata (grosso modo due volte all'anno). Le opere sono distribuite nei modernissimi spazi aziendali, in modo da non costituire una presenza ingombrante per le persone che vi lavorano, ma allo stesso tempo avere un forte impatto visivo. Alcune opere sono site-specifiche fisse.

Maurizio Nannucci è l'autore della scritta luminosa di neon blu, lunga circa 25 metri, *Decouvrir Differentes Directions*, posta in maniera permanente sulla linea del margine superiore della Palazzina Direzionale. Quest'opera fa parte del progetto che vuole realizzare delle presenze e dei segni d'arte permanenti nelle aree esterne dell'edificio.

La fondazione promuove anche molte attività sperimentali, espositive, divulgative e didattiche esterne, anche in collaborazione con altri enti e istituzioni della regione, e anche in altri luoghi.

Nel 2000 è stato creato il Laboratorio per l'Arte Contemporanea, destinato ad ospitare anche musica, teatro e altre discipline, luogo d'incontro tra tecniche e modalità espressive differenti. Si presentano video, web art, spettacoli di teatro e danza, si organizzano letture ed incontri con artisti, critici e galleristi.

Nello stesso anno la fondazione si merita il premio 'Guggenheim Impresa e Cultura' per i risultati raggiunti.

8. Conclusioni. La fondazione costituita per atto testamentario rappresentava in passato la soluzione ideale quando si voleva conservare un patrimonio artistico, sia in presenza, ma più spesso, in assenza di eredi; la fondazione con atto *inter vivos* è invece uno strumento inteso a investire risorse per un patrimonio artistico ancora da realizzare.

La personalità del fondatore è decisiva nella definizione dello scopo perseguito dalla fondazione. Lo scopo definito dal fondatore, o dai fondatori, è un obiettivo che si desidera realizzare in proprio, e non delegare ad altri.

Gli elementi che contraddistinguono le fondazioni culturali contemporanee (per distinguerle da quelle tradizionali), sono:

- Il fondatore è consapevole che la fondazione non rappresenta solo un impegno finanziario.
- Lo scopo è legato alla sua passione personale, e la fondazione rappresenta il modo per condividere la propria ricerca culturale con la collettività.

È pensabile che il fatto di legare il proprio nome alla fondazione (anche nel caso di un'impresa), rivela anche in questo senso un'assunzione di responsabilità, che invece nel caso tradizionale della fondazione testamentaria costituiva una delega. La donazione, come gesto spinto dalla generosità, o da altri motivi, in questo caso passa in secondo piano: conta principalmente lo scopo che la fondazione si propone di realizzare.

Le strategie vincenti che hanno permesso l'evoluzione dal modello tradizionale si possono riassumere in tre punti:

1. la collaborazione con altre strutture che si occupano di arte contemporanea;
2. una profonda conoscenza del settore in cui si opera, che si realizza avvalendosi di consulenti esterni prestigiosi;
3. un alto investimento nella comunicazione, organizzando eventi formativi.

Questo fa in modo che le risorse vengano indirizzate a proposte valide e selezionate.

Si è iniziato questo lavoro evidenziando che le fondazioni sono organizzazioni che fanno

doni. Vorrei concludere affermando che esse realizzano progetti. Sono anche un investimento finanziario, ma soprattutto un impegno sociale.

Le esperienze esposte, ad avviso di chi scrive, rappresentano l'evoluzione dal modello di fondazione tradizionale costituita per atto testamentario alla contemporanea fondazione che nasce per un preciso progetto sociale e culturale.

Esse vengono a testimoniare il passaggio da strumento giuridico 'passivo', nel senso che delega ad altri la responsabilità della gestione del patrimonio, a strumento 'attivo', imperniato sui seguenti punti: progettualità, investimento sociale, coinvolgimento e condivisione.

Bibliografia

- G. AGNELLI, M. PACINI, J. RICHARDSON et al., *Per conoscere le fondazioni. I mondi delle fondazioni in Italia e all'estero*, Ed. Fondazione Giovanni Agnelli, Torino 1997.
- L. AGNESE, *Non dimenticarsi di ringraziare*, in «Il Giornale dell'Arte», 216, dicembre 2002.
- «Centro Documentazione Fondazioni Network», 3 (novembre 1998), 4 (marzo 1999), 9 (dicembre 2001).
- L. DANZI, *Secondo rapporto annuale sulle fondazioni culturali italiane*, in «Il Giornale delle Fondazioni», allegato a «Il Giornale dell'Arte», 213 (settembre 2002), pp. 10-27.
- M. DEMARIE, *Il problema delle fondazioni*, relazione al Convegno all'Accademia dei Lincei, 1-2 aprile 2004.
- P.P. DONATI (a cura di), *Sociologia del Terzo Settore*, La Nuova Italia Scientifica, Roma 1996.
- F. FERRUCCI, S. STANZIANI, *Le Fondazioni sociali*, in P. DONATI, I. COLOZZI (a cura di), *Il Terzo Settore in Italia*, Franco Angeli, Milano 2004.
- Fondazione Roma Europa Arte Cultura, *Incontro delle Fondazioni Culturali Europee*, Atti del Convegno, Roma 1993, in *Quaderni di Vita Italiana*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, 1994.
- J.T. GODBOUT, *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, Torino 1993 (trad. it.).
- R. GUIDERI, *Ulisse senza patria: etica e alibi del dono*, L'Ancora, Napoli 1999.
- A. MARTINI, *Innovazione e politiche sociali. Un ruolo per le fondazioni*, Atti del seminario, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, febbraio 1999.
- A. MONTEVERDI, *Fondazioni straniere: primo rapporto*, in «Il Giornale delle Fondazioni», allegato a «Il Giornale dell'Arte», 213 (settembre 2002), pp. 28-36.
- W. SANTAGATA, *Offerta privata di beni pubblici*, Il Mulino, Bologna 1991.
- A. SCHLÜTER, T. VOLKER, P. WALKENHORST (eds.), *Foundations in Europe. Society Management and Law*, Bertelsmann Foundation, London 2001.
- M. TRIMARCHI, *Economia e cultura: organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, Franco Angeli, Milano 1993.
- P. VEYNE, *Il pane e il circo*, Il Mulino, Bologna 1984.

Sitografia

- <http://www.beniculturali.it>
<http://www.darc.beniculturali.it>
<http://www.efc.be>
<http://www.fondazioni.it/info>
<http://www.fondsrr.org>
<http://www.fundersonline.org>
<http://www.querinistampalia.it>
<http://www.tesecco.it/fondazione>

La percezione di *Guernica*: un'indagine psico-sociologica*

KATJA TONELLI

Detesto al Guernica porque el telòn de fondo de su decorado
pertenece a una obra cuyo final aùn no ha acontecido.

Antonio Saura

1. La storia. Prima di essere un quadro Gernika è un paesino basco ricco di storia e tradizione. Il suo simbolo è il tronco di una quercia secolare. All'ombra di quest'albero, seicento anni fa, i re di Spagna giuravano di rispettare *los fueros*, cioè i diritti democratici della regione di Biscaglia.

A partire dal secolo scorso il nome di Gernika perde la sua orgogliosa aura di democrazia e passa alla storia con un marchio ben più fosco: quello delle bombe che l'aviazione nazista gli scarica sopra, il pomeriggio del 26 aprile del 1937. Siamo in piena guerra civile spagnola. A trasformare la tragedia in un messaggio universale di pace penserà Pablo Picasso, denunciando con i mezzi dell'arte «coloro che hanno affondato la Spagna in un oceano di dolore e morte».

Picasso, residente a Parigi ormai da molti anni, nel gennaio del 1937 aveva ricevuto l'incarico di dipingere una grande tela. A commissionarla era stato il Governo Repubblicano spagnolo: chiedeva la rappresentazione artistica dei propri ideali all'Esposizione internazionale delle arti e delle tecniche della vita moderna, che avrebbe aperto le porte a primavera nella capitale francese.¹ Il pittore, riluttante agli incarichi ufficiali, lascia passare qualche tempo prima di mettersi all'opera.

Nei giorni che seguono la visita della delegazione spagnola Picasso inizia a lavorare alla realizzazione di un fumetto surrealista che prenderà il nome di *Sueño y mentira de Franco*. Diviso in diciotto riquadri su due tavole incise, *Sogno e menzogna di Franco* narra le avventure del coraggioso Caudillo, trasformato per l'occasione in un tubero deforme che ricorda ora Don Chiscotte (fig. 111), ora una gitana andalusa, il tutto ostentando i simboli della Chiesa e contemporaneamente quelli dei mori. Il fumetto è accompagnato da un lungo scrit-

* Sintesi di *La percezione di Guernica: un'indagine psico-sociologica*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Udine, a.a. 2003-2004, pp. 206.

¹ Max Aub convinse Picasso ad accettare per *Guernica* un assegno di 150.000 franchi. Ufficialmente la cifra avrebbe dovuto coprire le spese del pittore. Considerando comunque che si trattava del 15% del valore totale del Padiglione Spagnolo e di nove volte tanto il prezzo massimo di un Picasso di allora, è difficile credere ad una cifra simbolica (J. DE LA PUENTE, *El Guernica. Historia de un cuadro*, Silex, Madrid 1985, p. 78). Questo pagamento ebbe un ruolo anche nelle trattative per il trasferimento del quadro in Spagna nell'81: si trattava di capire se Picasso avesse 'venduto' o meno *Guernica* al Governo Repubblicano. Il libro di R. FERNANDEZ QUINTANILLA, *La odisea del Guernica de Picasso*, Planeta, Barcelona 1981, segue dettagliatamente le tappe di questa vicenda.

to, redatto nella caratteristica calligrafia barocca di Picasso, con la tecnica, ancora una volta surrealista, della scrittura automatica. Nelle ultime righe del poema si intuisce il rivelarsi di un grido corale, comune a creature viventi e a oggetti, che rimanda chiaramente al futuro *Guernica*. Da *Sueño y mentira de Franco* nasceranno delle cartoline, il cui ricavato andrà in aiuto ai profughi spagnoli.

Nell'aprile del 1937 Picasso è ancora incerto sul tema per il padiglione spagnolo. Incomincia a pensare a degli schizzi: abbozza 14 composizioni differenti, il tema generale è il pittore e la modella. Dora Maar, fotografa politicamente schierata a sinistra, è una delle amanti di Picasso in quel periodo. Probabilmente è lei a far notare a Picasso che il soggetto non è l'ideale per rappresentare i valori della Repubblica. Quasi sicuramente è lei a trovare per Picasso (complice l'ambasciata spagnola) l'ampio studio della Rue des Grands Augustins, dove il capolavoro prenderà forma. Inizia a questo indirizzo parigino la leggenda di *Guernica*, nelle stesse stanze dove Balzac, nel 1832, aveva ambientato la prima parte de *Il capolavoro sconosciuto*.²

Sono anni difficili per Picasso, li definirà «la peor epoca de mi vida». Nel 1935 si era separato dalla prima moglie, la ballerina Olga Koklova; dal 1927 intratteneva una relazione clandestina con la giovane Marie-Therese Walter, che da pochi anni le aveva dato una figlia. Scosso dai trambusti familiari, momentaneamente abbandonato dalla voracità creativa che aveva accompagnato quasi tutta la sua vita, Picasso ora viveva solo, con poca ispirazione, con la sola compagnia dell'amico Jaime Sebatès, e per di più con l'incubo della guerra civile che incombeva sul suo paese di origine.

Il primissimo disegno preparatorio per *Guernica* porta la data del 1 maggio 1937: sembra il disegno di un bambino prescolare, ma la sua evoluzione finirà per racchiudere lo spirito più autentico del ventesimo secolo. Nel primo bozzetto il pittore fissa tre elementi fondamentali: il toro, il cavallo, la donna con la torcia. Tutti e tre occupano la posizione che ritroveranno sulla tela, a opera terminata. Ritornano, nel primo concepimento di *Guernica*, più o meno gli stessi personaggi della *Minotauromachia*, del 1935. Se guardiamo la *Minotauromachia* allo specchio (considerando che si tratta di un'incisione), anche le posizioni delle figure sono le stesse rispetto a questo primo bozzetto (fig. 112).

Dopo aver stabilito l'impianto d'insieme, Picasso si dedica alla ricerca espressiva. Contemporaneamente lavora alla grande tela. Lavora a ritmo veloce, nervoso, si concede poche pause. È probabile che durante una di queste pause, Paul Eluard o Christian Zervos, direttore allora di «Cahiers d'Art»³ o Max Jacob,⁴ davanti alla tela ancora incompiuta, avessero esclamato «¡Guernica!», e Picasso avesse accolto con entusiasmo il battesimo dell'ope-

² *Le Chef-d'oeuvre inconnu* di Balzac è un racconto breve ed enigmatico. Ambientato nel 1612 ha come scenario nella prima parte della narrazione un'abitazione situata nella Rue des Grands Augustins, a Parigi: è la casa di François Porbus, un vecchio pittore che si rivelerà in seguito il maestro di Nicolas Pussin. Il protagonista principale è Frenhofer, artista geniale e problematico, vittima paradossale della propria arte: Frenhofer lavora per anni ad una tela che tiene maniacalmente nascosta a tutti. Inseguendo il mito della perfezione e del segreto della vita ritocca all'infinito il proprio lavoro, senza riuscire a concluderlo, confondendo l'immagine dipinta fino a renderla irricognoscibile. Alla fine si intravede solo un piede. Anche in *Guernica*, casualmente o meno, c'è un certo antagonismo dei piedi; soprattutto si nota quello in basso a destra.

³ J. LARREA, *Guernica. Pablo Picasso*, New York 1947 (trad. in cast., *Guernica. Pablo Picasso*, Cuadernos para el dialogo, Madrid 1977, p. 16).

⁴ R. FERNANDEZ QUINTANILLA, *La odisea del Guernica...* cit., p. 39.

ra. Sert, l'architetto del padiglione spagnolo, confermò che Picasso non parlò di titolo fino all'ultimo momento.⁵

Al pittore piaceva mostrare la tela agli amici che lo visitavano, ascoltava le loro opinioni, fece fotografare a Dora le fasi compositive del dipinto, per documentare, secondo le sue parole «la materializzazione di un sogno». Aveva pensato *Guernica* come un'enorme scenografia e, dipingendola, vi si era messo davanti come un attore: davanti agli amici aveva staccato, poco prima che l'opera fosse conclusa, i pezzi di collage colorati con cui aveva vestito le donne del quadro. In una occasione incollò persino un pezzo di carta igienica alla mano della donna che fugge, per provare agli amici il realismo della sua espressione sorpresa: quella di qualcuno disturbato da un avvenimento improvviso in un momento di intimità.⁶ Possiamo dire in questo senso che il primo studio sociologico su *Guernica* lo fece Picasso in persona, testando il potenziale di ciò che aveva creato sui suoi amici.

Chiuse lo spettacolo scollando la lacrima rossa di carta che scendeva dal muso del toro, e, secondo la leggenda, la affidò a José Bergamin: è il 4 giugno, *Guernica* è finalmente terminata, il giorno stesso viene trasferito all'Esposizione Internazionale (fig. 113).

Sei giorni dopo l'esposizione apre i battenti. La seconda guerra mondiale è poco lontana ma Parigi sembra non accorgersene. Celebra il progresso tecnico dell'Occidente mentre poco lontano, al di là dei Pirenei, i nazisti lo sperimentano lanciando bombe sulla popolazione civile. Migliaia di persone, in quei mesi, visitarono il padiglione. L'intento di sottolineare i meriti della Repubblica spagnola era riuscito, ma forse era riuscito ancora meglio quello, inconsapevole, di annunciare il futuro prossimo dell'Europa. I visitatori che varcarono la soglia del padiglione spagnolo non potevano non rimanere impressionati dalla tragedia della guerra civile, pur non sapendo che dopo pochi anni, la stessa tragedia si sarebbe abbattuta su di loro.

A novembre del 1937 *Guernica* parte per un viaggio nel nord Europa. Ritournerà a Parigi nell'aprile del 1938 per permanere a casa di Picasso fino a settembre. Da qui ripartirà per Londra, dove, grazie anche all'esposizione in diverse città inglesi, contribuirà alla raccolta di fondi per i rifugiati spagnoli.

È dello stesso Picasso l'iniziativa di inviare il quadro, accompagnato dai suoi disegni preparatori, a New York. La traversata si realizza a bordo della nave francese 'Normandie'. Sullo stesso mezzo viaggia il presidente del governo repubblicano in esilio, Juan Negrín. *Guernica* e il presidente sbarcano in America il primo maggio 1939.

Con l'intento di raccogliere altri fondi per i rifugiati spagnoli, la tela partecipa a numerose esposizioni nelle più importanti città degli Stati Uniti: dopo New York, Los Angeles, San Francisco, Chicago. Alla fine dell'anno *Guernica* ritorna a New York: il Museum of Modern Arts, che da poco è stato inaugurato, lo espone nell'ambito di una retrospettiva dedicata a Picasso. Da simbolo della guerra civile spagnola assurge ad opera fondamentale per l'arte del ventesimo secolo. Nel frattempo, in Europa, ha inizio la guerra e Picasso stabilisce che il capolavoro resti sotto la custodia del MoMA almeno fino alla fine del conflitto.

L'ultimo viaggio di *Guernica*, che dopo la guerra è stato esposto nuovamente in molte città del vecchio continente, risale al 1957. Lo stato di conservazione della tela, arrotolata e srotolata durante i numerosi trasferimenti, richiede un intervento di restauro: vi provvederà il MoMA.

⁵ *Ibid.*

⁶ P. CABANNE, *El siglo de Picasso*, Ministerio de la Cultura, Madrid 1982, p. 20.

Se l'anima di *Guernica* è spagnola, stanca di tanto viaggiare, la tela non ha ancora toccato il suolo della patria. Il primo tentativo spagnolo di recuperare il quadro risale alla fine del 1969. Il direttore generale di Belle Arti del governo di Franco accenna alla questione di *Guernica* all'ambasciata spagnola di Parigi: è consapevole di quanto sia importante recuperare il dipinto. Nonostante l'ambasciata si rivolga a Picasso con una certa discrezione, quest'ultimo, per la sua personale avversione al Generalissimo, si irrita oltremisura. Dichiara alla stampa: «questo quadro appartiene al Governo della Repubblica spagnola, il suo proprietario legale, e non al Governo del Generale Franco». Un anno più tardi il «New York Times» informava i suoi lettori di un accordo discusso tra Picasso e il MoMA: *Guernica* andrà alla Spagna solo quando cambierà il suo regime politico, quando cioè «le libertà pubbliche siano ristabilite nel paese». Chi deve giudicarlo è lo stesso Picasso, e alla sua morte, il suo avvocato Roland Dumas.⁷

Negli anni '60 *Guernica* pur restando ferma nella sala del MoMA, scende nelle strade attraverso i manifesti pacifisti che la riproducono. La sua anima senza tempo le permette di essere adeguata anche contro un'altra guerra: *Guernica* scende in piazza contro la guerra del Vietnam. La permanenza di *Guernica* tra le mura di un museo degli Stati Uniti diventa fonte di malcontento per i pacifisti. Centinaia di lettere di protesta giungono all'indirizzo di Picasso: gli Stati Uniti, responsabili di innumerevoli nuove Gernika in Vietnam, non hanno il diritto di conservare il quadro entro i loro confini. Quattro anni dopo il malcontento intorno al dipinto non è ancora finito: il 28 febbraio 1974 l'artista iraniano Tony Shafrazi, ancora una volta in segno di protesta contro il coinvolgimento americano in Vietnam, vandalizza l'opera con la vernice spray, scrivendo lo slogan «kill lies all». Di questa scritta restano alcuni frammenti di vernice rossa visibili solo al microscopio.

L'8 aprile del 1973, a novantun anni, Pablo Picasso muore di congestione polmonare. Il desiderio del pittore che *Guernica* fosse esposto in terra spagnola si avvera soltanto nel 1981, anno del centenario di Picasso, e non è un arrivo privo di polemiche. I baschi volevano che il quadro trovasse posto nella loro terra: dopotutto portava il nome di una loro tragedia. Madrid però ebbe la meglio senza troppi sforzi: era la capitale del paese, possedeva le strutture adeguate ad accogliere il quadro e secondo molti era la destinazione che lo stesso Picasso aveva desiderato.⁸ Fu così che il 10 settembre 1981, scortato dalla guardia civile, protettissimo contro tutti i terrorismi, non ultimo quello dell'ETA, *Guernica* atterrò all'aeroporto di Madrid. Trovò posto al Casòn del Buen Retiro, sotto la tutela del Museo del Prado. Vi rimase esattamente per dieci anni, tra l'altro non troppo a proprio agio, dietro una teca di vetro che intendeva proteggerlo da ogni tipo di aggressione. L'ultimissimo viaggio di *Guernica* risale al 10 settembre 1992: il quadro percorre i pochi metri che separano il Casòn del Buen Retiro dal Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

L'ultimo capitolo della storia di *Guernica* porta la data del marzo 2003. In occasione del discorso di Colin Powell all'ONU in sostegno delle posizioni militariste degli Stati Uniti in Iraq, dietro le spalle del Segretario di Stato, al Palazzo di vetro, veniva casualmente a trovarsi un arazzo che riproduceva *Guernica*. La riproduzione, non è chiaro se per esigenze sceniche o per un certo imbarazzo, veniva coperta con un drappo blu. La stampa e gli amanti del-

⁷ R. FERNANDEZ QUINTANILLA, *La odisea del Guernica...* cit., pp. 70-72.

⁸ B.H. CHIPP, *Picasso's Guernica: History, Transformations, Meaning*, Univ. of California Press, Berkeley, Los Angeles, California 1988, p. 172.

l'arte sollevarono un polverone... *Guernica* tornava protagonista in una guerra del XXI secolo.

Dalla lunga e complessa biografia di *Guernica* apprendiamo che il pittore trovò il modo di fornire la sua opera di una promessa di longevità: ci riuscì perché fu capace di non raffigurare Gernika in *Guernica*. Sui disegni preparatori e poi sulla tela definitiva non c'è traccia di bombardieri nazisti, non c'è traccia dell'albero di Gernika, non si allude agli aerei che volavano bassi per mitragliare i fuggitivi... immagini forti, impressionanti, che i giornali riportarono pochi giorni dopo il bombardamento e che Picasso, sicuramente, ebbe modo di osservare. Non c'è nemmeno traccia del più ampio conflitto tra il fascismo e i suoi oppositori: in *Guernica* non ci sono schieramenti opposti, solo vittime. Le posizioni politiche della parte avversa a Franco, che *Guernica* avrebbe dovuto propagandare, sono anch'esse universalizzate. A questo proposito è illuminante un particolare della tela: lo squarcio a forma di mandorla che si vede sul corpo del cavallo nella versione definitiva, non è che il gomito di un braccio che si alzava, in una delle fasi intermedie della tela, nel saluto comunista. Non è difficile rintracciare altre allusioni a questo gesto: la donna che si sporge dalla finestra e porta nel pugno la lampada, il guerriero steso a terra che stringe, allungando il braccio, un pugnale spezzato e un fiore insieme. Un gesto chiaramente schierato e storicamente caratterizzato in *Guernica* si fonde e si identifica con un pugno che stringe una lampada, un pugnale spezzato, un fiore: diventa un gesto umanissimo, estremamente espressivo, essenziale, universale e paradossalmente apolitico.

2. *Guernica* come fenomeno sociale. La complessità della biografia di *Guernica*, le sue relazioni con la politica, con l'attualità, le coincidenze storiche che hanno originato aneddoti più o meno leggendari intorno al capolavoro, la vastità della letteratura critica esistente sull'argomento, rendono possibile e forse necessario lo studio di *Guernica* non solo come capolavoro artistico, ma anche come *fenomeno sociale*. Questa prospettiva, a mio avviso, permette un equilibrio di giudizio diverso rispetto a chi si avventuri in un'analisi del dipinto solo in un'ottica di interpretazione simbolica o iconografica o estetica o storico-artistica. Scavare dentro *Guernica* vuol dire, molto spesso, perdersi in un gioco di specchi intricatissimo. Bastino l'esempio del toro e del cavallo, sull'interpretazione dei quali, chiunque abbia scritto su *Guernica* si è soffermato, senza tuttavia raggiungere alcun risultato concreto.

Il mio punto di osservazione sul dipinto è più esterno. Se, come ho già sottolineato, *Guernica* non rappresenta semplicemente Gernika, mi è sembrato necessario occuparmi prima di tutto di individuare le influenze sociali che agirono sull'esecuzione del capolavoro e sul suo battesimo tardivo; in secondo luogo ho cercato di ripercorrere le vie che permisero all'opera una tale vastità di fama nonché una straordinaria varietà interpretativa.

Le vie di influenza su *Guernica* hanno da una parte carattere *microsociale* e dall'altra un'impronta più ampiamente *socio-culturale*. Dal primo punto di vista emerge l'importanza delle persone che nei mesi di creazione di *Guernica* erano più vicine a Picasso, e attraverso le quali giungevano a lui le influenze culturali fondamentali; e che possono essere sintetizzate in surrealismo, comunismo e 'generazione del 27'.

Come si è già accennato, a battezzare *Guernica* furono molto probabilmente gli amici di Picasso che all'epoca frequentavano lo studio parigino della Rue des Grands Augustins. Dora Maar seguì dettagliatamente l'esecuzione dell'opera e con tutta probabilità espresse le proprie valutazioni. Lo stesso fece Paul Eluard, che proprio in quei giorni scrisse una poesia dal titolo *La vittoria di Guernica*. Confrontando il testo della poesia e il dipinto di Picasso è pos-

sibile rintracciare una certa affinità poetica: entrambe le opere d'arte potrebbero portare come titolo *Gli orrori di tutte le guerre* e non necessariamente il nome di *Guernica*, entrambe fanno appello a valori umani universali, a diritti umani brutalmente volati. Tra Picasso ed Eluard correva una profonda amicizia e una stima reciproca: il poeta aveva un vero e proprio culto per il pittore e il pittore prendeva in prestito immagini dal poeta, dalla voce del quale rimaneva incantato. Eluard all'epoca era vicino al gruppo surrealista, aveva aderito al PCF e, assieme a Dora Maar (fu proprio Eluard a presentare la fotografia a Picasso), è tra le personalità che più influirono sull'orientamento politico dell'artista, che tuttavia si iscrisse al Partito soltanto nel 1944. È bene ricordare che il tributo dei surrealisti a *Guernica* non si limita ad un orientamento politico. I surrealisti e Picasso avevano un simbolo in comune: è il Minotauro, con l'effigie del quale Picasso aveva decorato la prima copertina di «Le Minotaure», rivista parigina che lasciava ampio spazio alla corrente fondata da Breton. La vicinanza a questo gruppo ebbe tra l'altro l'effetto di influenzare la critica su *Guernica*, che in qualche caso viene definita un'opera surrealista.⁹ Se quindi da una parte gli stretti rapporti con Eluard condizionarono il linguaggio pittorico di Picasso e lo resero consapevole delle proprie potenzialità politiche, dall'altra la vicinanza al gruppo surrealista mette *Guernica* in una luce onirica, notturna, surreale appunto.

Ma all'epoca di *Guernica*, oltre a Paul Eluard, c'erano altri poeti a frequentare lo studio della Rue des Grands Augustins. Tra loro il poeta spagnolo Josè Bergamin, legato da un lato all'Ambasciata Spagnola di Parigi,¹⁰ dall'altro alla cosiddetta 'generación del 27', ovvero a quel gruppo di letterati spagnoli che, in un momento di profonda crisi come quello che precedette la guerra civile, seppero reagire con impegno e consapevolezza attraverso la loro produzione poetica. I loro nomi erano Federico García Lorca, Rafael Alberti, Luis Cernuda e altri... Possiamo immaginare i discorsi che animavano i due spagnoli, il pittore e il poeta: le giovani morti di quegli anni, quella di García Lorca; il dolore ma anche la necessità di lottare in quei tragici giorni.

Esiste un grazioso aneddoto che unisce Bergamin, *Guernica*, e una 'lacrima furtiva'. Ci fu un periodo, nell'elaborazione di *Guernica*, in cui Picasso sperimentò il colore: lo fece attraverso il collage, attaccandovi pezzi di stoffa colorata e altri materiali spesso piuttosto originali. Pare che un giorno tagliasse la sagoma di una lacrima di carta rossa e provò ad attaccarla al volto di tutti i protagonisti di *Guernica* per vedere a chi donasse di più. In un primo momento il toro ebbe la meglio ma Picasso non era ancora soddisfatto. Disse a Bergamin: «la metteremo in un astuccio e andremo almeno il venerdì ad attaccarla al toro». Secondo alcune fonti, come già anticipato, fu proprio il gesto di staccare la lacrima l'ultimo tocco al capolavoro.¹¹

Uscendo dallo studio della Rue des Grands Augustins nella Parigi e nell'Europa di quegli anni scopriamo ulteriori condizionamenti socio-culturali su *Guernica*, questa volta di carattere più generale. Lo spirito del tempo è caratterizzato dalla sensazione di trovarsi in un periodo di una profonda, forse terminale crisi della civiltà occidentale, capitalista, industria-

⁹ Si veda in proposito il saggio di J.A. RAMIREZ, *Guernica, la historia y el mito, en proceso*, Electa, Madrid 1999: secondo l'autore, *Guernica* è il massimo capolavoro del surrealismo.

¹⁰ Alcune fonti (Palau y Fabre 1979, p. 15, De La Puente 1987, p. 77) testimoniano che fu proprio Bergamin a informare Picasso del bombardamento di Gernika. Anche J. Larrea faceva parte del gruppo 'generazione del 27' che frequentava l'ambasciata spagnola di Parigi in questo periodo.

¹¹ P. CABANNE, *El siglo...* cit., p. 16.

le; sensazione anticipata già da qualche decennio dagli spiriti più preveggenti, e che la catastrofe della Grande Guerra e l'avvento dei totalitarismi aveva confermato. Il periodo tra le due guerre è caratterizzato dalla 'letteratura della crisi' (Spengler, Freud, Hesse, Ortega y Gasset, Jaspers, e molti altri), in cui ricorrono i temi della trasformazione della tecnica da strumento di controllo della natura a strumento di distruzione dell'umanità, l'avvento di una nuova barbarie tecnologica, le nuove schiavitù basate sui mezzi di comunicazione di massa.¹²

L'angoscia per l'impatto mortifero della tecnica sarebbe chiaramente indicata in *Guernica* dalla presenza centrale della lampada elettrica. Su una natura umana violata, divisa, terrorizzata, pallida di paura, senza volume, troneggia una lampadina; forse con un riferimento specifico all'Esposizione Internazionale, che nel 1937 si inaugurava con una spettacolare illuminazione.

Ma non basta. Il riferimento alla tecnica si riscontrerebbe, secondo molte interpretazioni, anche nell'evidenza del toro. Sul significato di questa figura si è svolto un l'interminabile dibattito; ed è noto che almeno una volta Picasso, infastidito, ha sostenuto che quello non è nient'altro che un toro.¹³ Ma è anche innegabile che Toro e Minotauro siano figure ricorrenti nell'*opus* picassiano. Il toro è l'animale totemico di gran parte della cultura occidentale; per la psicologia del profondo è simbolo dell'*id*, della forza vitale primordiale, brutta, che può essere piegata al lavoro produttivo, ma anche scatenarsi in violenza insensata. Il toro è simbolo della potenza sessuale, ed è l'animale in cui Zeus si muta per rapire Europa e dare origine alla nostra civiltà. Il bue, al contrario, è il mite compagno della Sacra Famiglia nel presepio; un altro filone portante della civiltà occidentale, e anche questo è stato richiamato da

¹² M. NACCI, *Tecnica e cultura della crisi (1914-1939)*, Loescher, Torino 1982.

¹³ Le incertezze non vengono affatto chiarite da Picasso, che sull'argomento espresse nel tempo idee molto diverse. Nel 1944 fu intervistato nel suo studio di Parigi dall'americano Jerome Seckler, che come soldato aveva partecipato alla liberazione della Francia. Seckler scrisse: «Quando intervistai Picasso commisi lo stesso errore che sta commettendo ora Larrea cercando precise etichette politiche. Picasso mi chiarì che tali etichette non andavano trovate in *Guernica*». Nello stesso anno Picasso si era iscritto al Partito comunista e Seckler gli fece notare le conseguenze di questa affiliazione sull'interpretazione della sua opera da parte della gente. Seckler parlò per la prima volta esplicitamente con Picasso del significato del toro e del cavallo in *Guernica*. Picasso dichiarò «...il toro rappresenta la brutalità, il cavallo il popolo». Picasso precisò di non fare uso del simbolismo, in generale, nei suoi quadri e che *Guernica* era un'eccezione in questo senso. Rileggendo l'intervista a Picasso, Seckler si lasciò sfuggire, nella traduzione in francese, che il toro rappresentava il fascismo. Picasso lo corresse all'istante: precisò ancora una volta che il toro non rappresentava il fascismo ma la brutalità e l'oscurantismo. Seckler obiettò che non vedeva una grossa differenza tra interpretare il toro come brutalità o come fascismo. Picasso rispose: «Se lo interpreti in questo modo (cioè come fascismo) sei nel giusto, ma non era questa la mia idea originaria [...]. Se fossi un chimico, comunista o fascista e ottenessi da una mistura un liquido rosso, vorrebbe dire che sto facendo propaganda comunista?». Nel 1947 Juan Larrea pubblica un libro su *Guernica*: secondo la sua interpretazione il toro rappresenterebbe la Spagna, mentre il cavallo rappresenterebbe il franchismo, come la cavalcatura del Caudillo in *Sueno y mentira de Franco*, distribuito tra l'altro dallo stesso Larrea. Chiede conferma a Picasso e questi risponde «Sì, bisogna essere ciechi (o essere stupidi o essere critici d'arte) per non vederlo». Larrea allora chiese a Picasso il motivo per cui lasciò che Seckler affermasse che il cavallo rappresentava il popolo. Picasso rispose: «Perché contraddire qualcuno? Rappresenta il popolo falangista. Una parte della Spagna non stava dalla parte di Franco?». A questo punto una nuova richiesta di chiarimenti raggiunse l'indirizzo di Picasso: in sostanza la sentenza definitiva fu: «Il toro è un toro e il cavallo è un cavallo. C'è anche una specie di uccello, un pollo o un piccione, ora non ricordo esattamente cos'è, su un tavolo. Questo pollo è un pollo. Certo, sono dei simboli. [...] Ci sono alcuni animali. Questi sono animali, animali massacrati. Questo è tutto, per quel che mi riguarda. Che il pubblico veda ciò che vuole».

alcuni esegeti. In tempi relativamente più recenti (sec. XVIII-XIX) il toro è divenuto l'animale totemico della cultura spagnola (e del suo paesaggio),¹⁴ il protagonista di quella quintessenza della Spagna tradizionale che è la corrida, spettacolo di coraggio, eleganza, passione, colore e sangue, cui Picasso è molto legato; in questo senso, il Toro in *Guernica* è stato interpretato come simbolo della Spagna violentata dal fascismo franchista; ma anche, al contrario, della violenza fascista stessa. Ma il toro è anche il Minotauro, il mostro che invano Dedalo, personificazione dell'abilità tecnica, cercò di rinchiudere nel suo labirinto; e dunque il Minotauro rappresenta, per metonimia, la tecnica stessa. L'impresa di Dedalo fallì, il mostro che era riuscito a imprigionare richiedeva comunque cruenti sacrifici umani. Il Minotauro divora le vergini, ed è quindi simbolo della sessualità violenta e distruttrice, sintesi di eros e thanatos, in cui Picasso spesso si identifica (fig. 112). Nel confronto col Minotauro, Dedalo divenne consapevole del suo ruolo di uomo di scienza e mise in guardia il figlio Icaro, che non gli diede ascolto e volò troppo vicino al sole. Nel 1924, Haldane in *Dedalo, la scienza e il futuro*, faceva notare:

Il lavoratore scientifico del futuro rassomiglierà sempre di più alla figura solitaria di Dedalo, via via che egli diventerà consapevole della sua missione terribile, e insieme orgoglioso di essa.¹⁵

Nel 1957 Picasso decorerà un salone della sede dell'UNESCO di Parigi proprio con il tema della caduta di Icaro. La confidenza di Picasso con i temi mitologici, mediati quasi sempre nell'opera con miti più personali, ci ricorda che questo grande rivoluzionario della pittura è prima di tutto un grande tradizionalista. Le sue opere, nuove nella forma, raccontano motivi vecchi come l'uomo: *Guernica* non fa eccezione. *Guernica* è un quadro tradizionale, avvicicabile ai tanti *Massacri degli innocenti* della pittura occidentale. Il dipinto si attiene ad un impianto semplice, quasi banale, in grado di aprirsi ad un'incontrollabile vastità di interpretazioni. Così ha definito *Guernica* Fernandez-Quintanilla:

Quattro donne, un guerriero e un bambino attorno a tre animali biblici: il toro, il cavallo, la colomba. Due armi, la lancia e la spada, tanto eterne come l'Umanità e un unico riferimento al tempo presente: la lampadina ardente che fa da pupilla all'occhio zenitale. Questo è lo schema della composizione. Il resto è Pablo Picasso.

I critici, attraverso queste premesse, si sbizzarriscono su *Guernica* perché hanno a loro disposizione i simboli più semplici, più assoluti, più grandi e più ampiamente leggibili. Per lo stesso motivo l'uomo comune, osservando Picasso, potrebbe scoprirsi anch'egli critico d'arte. Le conclusioni delle due parti sono spesso, come si vedrà, straordinariamente simili...

3. La ricerca. È stato soprattutto il coinvolgimento di *Guernica* come manifesto pacifista in occasione della guerra in Iraq a motivare la mia curiosità intorno al quadro. Nel marzo del 2003, «Il giornale dell'arte» si era occupato della copertura della riproduzione di *Guernica* all'ONU: l'autrice dell'articolo sosteneva che quello che gli amanti dell'arte e coloro che credono nel suo potere consideravano un tributo alla valenza tragica e ancora attuale del dipinto non era che un gesto dettato da esigenze sceniche: *Guernica* dietro le spalle di Colin Powell che giustifica la guerra non era un paradosso, *Guernica* non era uno scenario scomodo, ma

¹⁴ Ci riferiamo alle colossali sagome nere di tori, con corna e testicoli bene in evidenza, che fino a qualche anno fa si ergevano sui più bei paesaggi spagnoli, come insegne pubblicitarie di una famosa marca di brandy.

¹⁵ Citato in M. NACCI, *Tecnica e cultura...* cit., p. 188.

solo sgradevole, esteticamente inadeguato, semplicemente troppo frammentato e sconnesso. O almeno così l'avevano percepito coloro che ne avevano chiesto la copertura.

Con la mia ricerca ho voluto indagare le direttive di tale percezione, i modi attraverso i quali *Guernica* arriva a chi lo guarda, in definitiva le reazioni, le emozioni, che il quadro è in grado di suscitare nello spettatore.

Il disegno di ricerca è stato articolato in due momenti.¹⁶ Il primo è stato compiuto a Udine nel mese di settembre 2004, nella cerchia amicale e familiare e in quella dei colleghi studenti universitari (del polo umanistico), sulla base di interviste libere. Il secondo si è svolto nel mese di ottobre a Madrid, al Museo Reina Sofia, dove il *Guernica* è ospitato, mediante uno strumento più formalizzato, il 'differenziale semantico'.

3.1 Le interviste libere

Nella prima parte del nostro lavoro, abbiamo chiesto a 48 persone, scelte in modo casuale (senza preoccupazioni di rappresentatività statistica) di osservare una riproduzione in formato abbastanza grande (17 x 39 cm) di *Guernica* e di esprimere con immediatezza le sensazioni provate. Si è trattato di persone di vario livello culturale, ma che in grande maggioranza non avevano mai visto prima il quadro, e ancor meno erano a conoscenza della letteratura critica su di esso. Il primo risultato sorprendente di queste interviste è stato che in due casi la libera interpretazione dell'immagine dei soggetti intervistati coincideva con l'interpretazione critica di Granell, autore di *El Guernica de Picasso: El final de una era española*. Granell, attraverso uno studio approfondito e a volte fin troppo immaginativo, individua negli elementi del dipinto la fine di due miti tradizionali spagnoli: la natività e la corrida araba (o corrida moderna).

Vilma, pensionata, 82 anni: «Vacche, tori, non so cosa mi fa venire in mente, la corrida: il toro che calpesta questa donna. Guerre e corride, vedi, lì c'è la corrida, il toro che prende sotto quelli lì, la donna col bambino in braccio e non so, sono ignorante... *gues, che osties, gues, mi ven in cour il barba Berto ca l'ha iudut dos gues...*» (e incomincia a raccontare aneddoti della guerra).

Sandra, casalinga, 55 anni: «È un presepe: il bue, una Maria disperata col bambino in braccio, morto».

In questo caso l'interpretazione di *Guernica* da parte di due persone comuni coincide con l'interpretazione di un critico. Altri casi sono meno felici. Alcuni soggetti hanno espresso con difficoltà le proprie sensazioni, a volte dichiarando di non comprendere ciò che stavano osservando («è un quadro incomprensibile per la maggioranza»), a volte contraddicendosi subito dopo («non mi suscita emozioni, tendo ad essere schematico. Però mancano i colori e questo mi mette angoscia»). Si è trattato tutto sommato di eccezioni: la maggior parte degli intervistati si è dimostrata disponibile ad esprimere le proprie impressioni.

Eccone alcuni esempi: «A me questo quadro piace. È un quadro severo. Mi dà l'idea di sofferenza e ribellione di fronte alla sofferenza». «Contrasto tra luce ed ombra, disordine totale, sofferenza, drammaticità. La guerra è il cavallo che investe quest'uomo». «Inquietudine. Realismo delle emozioni: ti fa subito capire lo stato d'animo e la circostanza. Senso di cupezza, di paura e di dolore. Agitazione. Angoscia. [...]. Colori freddi, tristezza, nero, assenza di colore, morte».

¹⁶ La ricerca vera e propria è stata preceduta da quella bibliografica. Quest'ultima si è svolta interamente a Madrid (presso la Biblioteca Nacional e presso la Biblioteca del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia) tra luglio e agosto 2003.

3.2 *Il differenziale semantico*

Nella seconda parte della nostra ricerca abbiamo utilizzato le prime interviste libere come fonte lessicale per un 'differenziale semantico', ovvero una serie di coppie di aggettivi opposti separati da uno spazio a intervalli ('scala') entro il quale all'intervistato veniva richiesto di collocare la propria posizione (punteggio). Si tratta di uno strumento largamente usato in psicologia e sociologia per facilitare l'espressione di sentimenti e atteggiamenti interiori che spesso i soggetti non sono in grado, da soli, di concettualizzare, comunicare e verbalizzare. Allo stesso tempo, con questo strumento, e in particolare con la scala ad intervalli, le espressioni acquistano un carattere quantitativo che ne rende possibile il trattamento statistico.¹⁷ Le coppie di aggettivi sono state individuate mediante un'accurata analisi, anche lessicale e semantica, ed interpretazione delle precedenti interviste libere. Nel confezionamento dello strumento si è tenuto presente, oltre alla frequenza dei concetti nelle interviste libere, da una parte il livello di interesse per la nostra ricerca, dall'altra la presenza degli stessi concetti nella letteratura su *Guernica*. Il differenziale è stato poi tradotto in spagnolo e in inglese e somministrato a 63 visitatori del Museo Reina Sofia. Grazie alla cortesia della Direzione del Museo, è stato possibile raccogliere le interviste in gran parte (40) nella sala stessa in cui il quadro è appeso, o nelle sue immediate adiacenze; le altre sono state raccolte all'uscita del museo. I risultati sono riportati nella tabella a fianco.

Dai dati raccolti apprendiamo che *Guernica* comunica in chi lo osserva soprattutto disperazione, dolore, angoscia. È ancora vivo nel messaggio di *Guernica* il concetto della guerra e della sua tragicità. *Guernica* è capace di comunicare tutto questo in maniera forte, attraente, attuale. Questi sono i dati quantitativamente più decisi, confermati, in tutti i casi, dalle interviste libere.

La prevalenza di sensazioni negative, angosciose, di dolore accomuna anche le interviste libere e spesso è accompagnata da commenti che sottolineano la forza e l'efficacia di tale emozione nonché l'attrazione, l'apprezzamento di questo tipo di effetto (vedi es. 1). Allo stesso tempo gli intervistati individuano in *Guernica* una serie di contrasti tra sensazioni e concetti opposti: ribellione di fronte alla sofferenza, contrasto tra luce ed ombra. I dati raccolti attraverso il differenziale confermano ancora una volta questo aspetto: alcune scale di aggettivi producono valori medi, sensibilmente pendenti verso il secondo elemento di ogni coppia. Analizziamo ad esempio il risultato della scala 'vitale-mortifero' alla luce anche della tabella di frequenza corrispondente: 12 soggetti su 63 barrano il primo grado della scala, 16 l'ultimo, ben 14 il secondo. Possiamo quindi dedurre che lo spettatore di *Guernica* percepisce nell'immagine una lotta di fondo, un contrasto, una guerra continua tra vita e morte. Lo stesso ragionamento è valido per altre scale, come ad esempio chiaro-cupo, che definisce la lotta tra luce e tenebre già sottolineata nelle interviste libere.

¹⁷ Il testo classico in questo campo è C.E. OSGOOD et al., *The measurement of meaning*, Univ. of Illinois Press, Urbana, Il., 1957. Nel campo della sociologia dell'arte, il differenziale semantico è largamente usato in particolare da M. Tassarolo; cfr. ad esempio B. SANGUANINI, M. TESSAROLO, *Beni culturali e modernità*, Reverdito, Trento 1994. Ringrazio la professoressa Lucia Zanuttini per avermi familiarizzato con questo strumento e avermi guidato nella trattazione statistico-informatica dei dati raccolti, ben al di là di quanto richiesto dal ruolo di correlatrice.

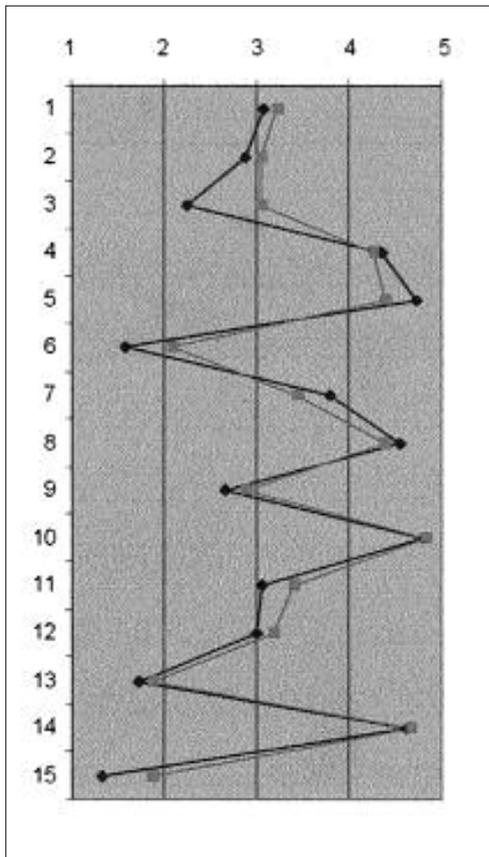


Grafico 1. All'interno e all'esterno del museo.

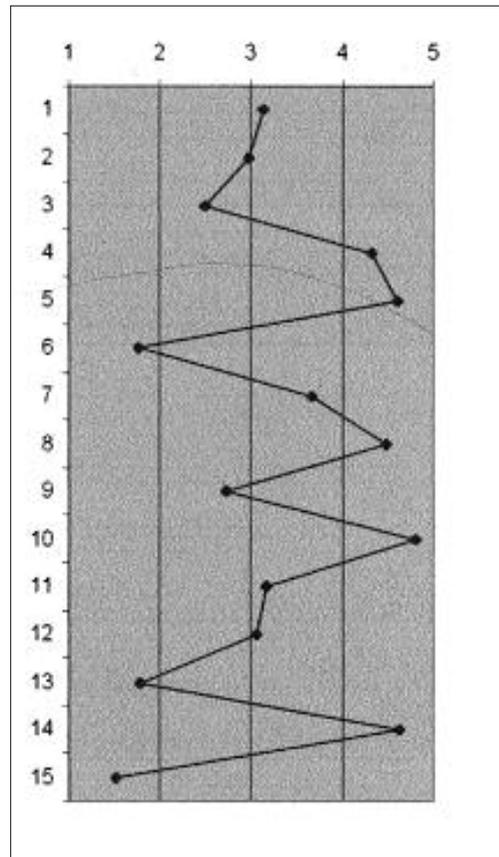


Grafico 2. Media totale.

1	ordinato	3,1	3,2	confuso	1	ordinato	3,1	confuso
2	chiaro	2,9	3	cupo	2	chiaro	3	cupo
3	umano	2,3	3	animale	3	umano	2,5	animale
4	fiducioso	4,4	4,3	disperato	4	fiducioso	4,3	disperato
5	gioioso	4,7	4,4	doloroso	5	gioioso	4,6	doloroso
6	forte	1,6	2,1	debole	6	forte	1,8	debole
7	silenzioso	3,8	3,4	rumoroso	7	silenzioso	3,7	rumoroso
8	tranquillizzante	4,6	4,4	angosciante	8	tranquillizzante	4,5	angosciante
9	caldo	2,7	2,9	freddo	9	caldo	2,7	freddo
10	comico	4,8	4,8	tragico	10	comico	4,8	tragico
11	intero	3,1	3,4	frammentato	11	intero	3,2	frammentato
12	vitale	3	3,2	mortifero	12	vitale	3,1	mortifero
13	attraente	1,7	1,9	ripugnante	13	attraente	1,8	ripugnante
14	pace	4,6	4,7	guerra	14	pace	4,6	guerra
15	attuale	1,3	1,9	superato	15	attuale	1,5	superato

Scala 12: vitale-mortifero		
Freq.	%	Valide %
1,00	12	19,0
2,00	14	22,2
3,00	11	17,5
4,00	10	15,9
5,00	16	25,4
Totale	63	100,0

Se poi sottoponiamo i dati raccolti attraverso il differenziale ad un'analisi di varianza, scopriamo come la variazione non risulti significativa secondo fattori di sesso ($F_2 = 2.324$: $P = 0.1$; interazione età-scale: $F_{28} = 1.338$: $P = 0.114$), nazionalità ($F_1 = 0.18$: $P = 0.702$; interazione nazionalità-scale: $F_{14} = 0.853$: $P = 0.611$), grado di istruzione ($F_1 = 0.432$: $P = 0.5$) o del luogo in cui è avvenuta l'intervista ($F_1 = 1.214$: $P = 0.274$; interazione luogo-scale $F_{14} = 0.984$; $P < 0.5$). Il messaggio di *Guernica* è vivo in tutta la sua universalità. Il confronto risulta significativo soltanto in un caso, cioè confrontando le variazioni dei dati raccolti davanti al quadro e di quelli raccolti all'uscita dal museo tenendo questa volta in considerazione solo alcune scale di aggettivi: per le scale 'umano-animale', 'gioioso-doloroso', 'forte-debole', 'intero-frammentato' e 'attuale-superato' in base al luogo dell'intervista, abbiamo un risultato significativo: $F_1 = 4.295$: $P > 0.05$; $F_4 = 2.125$; $P > 0.07$. L'immagine può risultare comprensibilmente più confusa nel ricordo.

4. Conclusioni. Una tale convergenza di giudizio intorno a *Guernica* è conforme alle teorie di Rudolf Arnheim, autore di un importante studio proprio sul dipinto di Picasso. Arnheim, in *Arte e percezione visiva*,¹⁸ sottolinea come ogni opera d'arte sia pensata attraverso una struttura interna portatrice essa stessa di significato. Nel suo studio su *Guernica* Arnheim individua in ogni aspetto del dipinto, e soprattutto negli atteggiamenti delle figure rappresentate, una particolare posizione, una particolare attitudine, portatrici da sole di un tema, di un significato universale e immediatamente percepibile. Il concetto che più frequentemente ricorre in Arnheim in rapporto all'opera di Picasso è quello di *tensione*. In *Guernica*, Picasso si serve del cubismo proprio per creare questo effetto. Basti osservare il volto del guerriero steso a terra: gli occhi sono raffigurati l'uno come se l'uomo stesse per sollevare il capo, l'altro come se ormai fosse irrimediabilmente immobile a terra. Lo si percepisce perfettamente coprendo prima un occhio e poi l'altro della figura. La tensione di *Guernica* è espressa attraverso figure percepite da punti di vista differenti, è espressa da un bianco e nero senza scampo, è espressa dalle braccia tese, dai pugni stretti e dalle mani gigantesche dei personaggi, aperte in tutti i casi a mostrare le linee del destino, un destino spezzato.

Per concludere, possiamo affermare che la nostra ricerca intorno a *Guernica* svela il quadro come un'opera irriducibilmente *attuale*. In rapporto ai dati del differenziale il risultato della scala 'attuale-superato' ci sembra uno dei più interessanti e allo stesso tempo riassuntivo di tutti gli altri: se *Guernica* comunica ancora 'l'oceano di dolore e morte' che volle denunciare Picasso quasi settanta anni fa, non possiamo non riconoscere al capolavoro la vitalità del suo messaggio. Tale messaggio, a nostro avviso, è in grado di arrivare ai nostri giorni con tutta la sua carica emotiva in primo luogo grazie al genio di Picasso, che scelse di raffigurare in

¹⁸ R. ARNHEIM, *Arte e percezione visiva*, Feltrinelli, Milano 1971.

Guernica dei valori universali, liberi da riferimenti storici troppo espliciti; e in secondo luogo dalla scelta di riempire lo spazio di *Guernica* con simboli tradizionali, carichi di suggestioni immediate e profonde. La terza via del successo di *Guernica* è quella della natura stessa dell'arte, del suo potenziale comunicativo.

Se l'arte non fosse in grado di far altro che riprodurre le cose della natura, sia direttamente che analogicamente, o dilettere i sensi, sarebbe certo ben poco giustificato il fatto che una parte così ragguardevole le è stata riservata in ogni comunità sociale a noi nota.¹⁹

Bibliografia

- J. ALIX, *Guernica: guía informativa*, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid 1997.
- R. ARNHEIM, *El Guernica de Picasso. Genesis de una pintura*, Gili, Barcelona 1981 (1962).
- A. BLUNT, *Picasso's Guernica*, Oxford University Press, New York, Toronto 1969.
- BRASSAI, *Conversazioni con Picasso*, Allemandi, Torino 1964.
- P. CABANNE, *El siglo de Picasso*, Ministerio de la Cultura, Madrid 1982.
- B.H. CHIPP, *El Guernica de Picasso: historia, transformaciones, significado*, Polígrafa, Barcelona 1991 (ed. inglese, Univ. of California Press, Berkeley, Los Angeles 1988).
- H. DE BALZAC, *Il capolavoro sconosciuto*, Ed. La Repubblica, Roma 1997 (1832).
- J. DE LA PUENTE, *El Guernica. Historia de un cuadro*, Silex, Madrid 1985.
- D. DE REVENGA, *Panorama crítico de la generación del 27*, Editorial Castalia, Madrid 1987.
- R. FERNANDEZ QUINTANILLA, *La odisea del Guernica de Picasso*, Planeta, Barcelona 1981.
- E.F. GRANELL, *El Guernica de Picasso: el final de una era española*, Fundación Picasso, Malaga 2002 (I ed. in inglese, 1967).
- Guernica in politica funziona ancora*, in «Il giornale dell'arte», marzo 2003, p. 1.
- J. LARREA, *Guernica. Pablo Picasso*, New York 1947 (trad. in castigliano, *Guernica. Pablo Picasso*, Cuadernos para el dialogo, Madrid 1977).
- M. NACCI, *Tecnica e cultura della crisi (1914-1939)*, Loescher, Torino 1982.
- E. OPPLER, *Picasso's Guernica: illustration, introductory essay, documents, poetry, criticism, analysis*, Norton & Company, New York, London 1988.
- J. PALAU, I. FABRE, *El Guernica de Picasso*, Editorial Blume, Barcelona 1979.
- P. PICASSO, *Scritti*, a cura di Mario de Micheli, SE, Milano 1998.
- F.D. RUSSEL, *El Guernica de Picasso: el laberinto de la narrativa y de la imaginación visual*, Editora Nacional, Madrid 1981.
- A. SAURA, *Contra el Guernica: libelo*, Turner, Madrid 1982.
- R. STRASSOLDO, *Forma e Funzione. Introduzione alla sociologia dell'arte*, Forum, Udine 1998.
- A. VALLENTIN, *Storia di Picasso*, Einaudi, Torino 1961.

¹⁹ *Ivi*, p. 366.

Finito di stampare
nel mese di novembre 2005
presso la Lithostampa
di Pasian di Prato (Ud)