

"Oggi ognuno può avere diritto a 15 minuti di notorietà". Questa frase, famosa, pronunciata da Andy Warhol più di 40 anni fa è ancora oggi attualissima e sagace spunto per alcune riflessioni in merito al ruolo che i mezzi di comunicazione (*media*, come solitamente si definiscono) svolgono nella nostra società. Ruolo, appunto; quindi, per estensione, interpretazione, capacità di assumere un preciso compito di divulgazione.

Questo ruolo di attore protagonista è oggi sempre più interpretato dalla televisione che, come un improbabile Saturno all'inverso, divora voracemente i suoi "padri" (giornali, radio, cinema, libri) e si presenta, sfavillante, come unica dispensatrice di *veritas*. Una verità equivoca, superficiale e un po' subdola, accattivante e luminosa; un tripudio di pixel tricromatici di efficace forza persuasiva (ricordate la bambina di *Poltergeist*?) che penetra, come una lama calda nel burro, nei nostri occhi e nelle nostre menti.

E' necessario a questo punto precisare che non è nostra intenzione alimentare il solito dibattito sulla TV dispensatrice e causa di tutti i mali di questa nostra fragile società. Quel che intendiamo fare è partire da una considerazione generale e comunque ampiamente condivisa per arrivare a centrare l'aspetto che più ci sta a cuore: l'opera d'arte. O meglio, il ruolo (eccolo, ancora) che l'opera d'arte occupa nella nostra società alla luce dei cambiamenti significativi che negli ultimi tempi sono avvenuti riguardanti gli strumenti di divulgazione e conoscenza.

E' inutile negare che il concetto di Arte stesso abbia compiuto notevoli cambiamenti, nel secolo che ci siamo lasciati alle spalle. Un cambiamento dovuto non tanto al normale e comprensibile mutare della società e del suo modo di vedersi e di rappresentarsi, quanto alle modalità nelle quali l'Arte stessa si è proposta ai suoi interlocutori (cioè noi tutti).

Il mutare delle forme espressive, partito dalla grande rivoluzione impressionista, si è progressivamente evoluto assumendo forme sempre più articolate e complesse che, come un corso d'acqua sotterraneo, ha cercato percorsi diversificati e progressivamente tortuosi negli spazi favorevoli che ha trovato lungo la propria strada. I protagonisti di questo cammino hanno spesso scelto (o dovuto scegliere) percorsi impegnativi, ardui, tanto ardui da costringere le persone a compiere grandi sforzi per poterli seguire. E molte persone si sono perse per strada. Non sono state più in grado di seguirli. L'Arte, l'Arte dei nostri tempi, ha così via via ristretto il campo dei propri interlocutori. E questo nonostante (o forse proprio per quello) in un'epoca che offre tanti e diversificati mezzi per poterla conoscere.

Si assiste così ad un fenomeno singolare: da un lato un'Arte che diventa sempre più d'élite, che risulta comprensibile ed apprezzabile ad un numero relativamente sempre più ristretto di persone; dall'altro la sua possibilità di diffusione e di conoscenza senza nessun tipo di ostacolo.

Fino al XIX° secolo chi voleva vedere gli affreschi della Cappella Sistina, o ammirare un quadro di Caravaggio, o camminare tra le rovine del Partenone, doveva recarsi lì, sul posto. Non c'era altro modo per poter conoscere le opere dell'ingegno umano, a meno che non ci si accontentasse della descrizione da parte dei pochi fortunati che avevano avuto la possibilità di vedere con i propri occhi. Oggi avviene il contrario. Un'opera, solitamente, la conosciamo prima attraverso la stampa, la TV, la fotografia, il cinema, e alle volte questo

approccio ci basta, tanto da rendere superflua una visita sul luogo. Sono tanti coloro che hanno visto dal vero la Gioconda, ma sono sicuramente di più coloro che la conoscono senza essere mai stati al Louvre. E in fondo, se proprio vogliamo provocare un po', che differenza fa? Vedere un'opera d'Arte in TV, anzi, può perfino essere più interessante e vantaggioso. Con la TV (e, meglio ancora, con qualche CD Rom multimediale) abbiamo la possibilità di vedere meglio l'insieme e i dettagli, e poter poi rivedere tutto comodamente, magari mentre stiamo mangiando un panino, per tutto il tempo che vogliamo, senza l'ingombro di orde di giapponesi flashanti, o gli spintoni della signora che vuole vederla da tutte le angolazioni "perché ti segue con lo sguardo", o la scolaresca annoiata che incombe minacciosa alle spalle. Basta accantonare l'emozione, o non considerarla del tutto, e il gioco è fatto.

E' una questione di abitudine.

Oggi agli occhi delle nuove generazioni l'Arte assume un ruolo sicuramente diverso dal passato. E la TV è il mezzo che legittima questa trasformazione.

Perché può avere un semplice ruolo in-formativo, ma può anche esercitare un potere. Un potere persuasivo di irresistibile attrazione, un ruolo coercitivo di grande fascino che stupisce e cattura con i suoi tentacoli vellutati e che getta tutto nel gran calderone delle facili emozioni. In questo faraonico *pout-pourri* fatto di suoni e colori è facile perdere il centro, e ognuno può ritagliarsi il proprio spazio, o farselo cucire su misura addosso. Il confine tra opera d'arte sapiente e no si indebolisce, diventa sempre più evanescente. Il margine tra artista di valore e ciarlatano diventa sfuocato, difficilmente distinguibile. E anche il falso (pratica sicuramente non nuova, né recente) riceve nuova linfa. Ricordate i finti Modigliani?

La più atroce beffa degli ultimi anni, che riuscì nell'intento di gettare nel ridicolo più di un critico d'Arte, ebbe la propria consacrazione proprio da parte della TV, che trasmise il filmato che gli stessi autore dello scherzo avevano girato e fornito alla RAI. In esso si vedevano appunto i tre mentre "scolpivano" le teste "di Modigliani" con un normalissimo trapano industriale. La TV come testimonianza, quindi. La TV come prova di autenticità (scusate l'ossimoro) di un falso.

E allora, a cosa (o a chi) credere? Siamo sicuri che il quadro "straordinario" che ci viene presentato in TV sia effettivamente di valore, o è solamente un abbaglio? Siamo sicuri che questo Artista (o presunto tale) sia veramente il futuro Picasso, o è solo suggestione indotta (magari da un persuasivo venditore)? Quelle teste scolpite sono vere o sono false?

E ancora: siamo sicuri che l'opera d'Arte che abbiamo di fronte sia *autentica*?

In fondo, il linguaggio della TV non accetta mediazioni, per la semplice ragione che non ci dà il tempo di pensare, di ragionare. Due secondi di silenzio nella realtà quotidiana sono nulla, ma in televisione diventano un'eternità. Chi si ferma è perduto, ma anche se ci si perde non si può star fermi, perché il dubbio permane. E questo aumenta man mano che si crede invece di controllare meglio le nostre certezze.

Perché la nostra società multi-mediale, credo sia proprio questo. Pensiamo di poter avere tutto, di poter essere informati su tutto, siamo i belli della diretta, sappiamo tutto in tempo reale. Ma più aumentano queste possibilità, più crescono le incertezze, perché non riusciamo a porci dei limiti; e più crediamo di poter controllare ciò che vogliamo come vogliamo, più

ci allontaniamo da una capacità autonoma di pensiero. E quando il pensiero si spegne, si spengono anche le emozioni, e allora anche noi ci spengiamo.
E non c'è telecomando che possa riaccenderci.