

In media stat virtus?

Mi è capitato recentemente di vedere il film "L'ultima catastrofe di Mr. Bean". Chi conosce il genere sa di cosa sto parlando, e magari, sotto sotto, avrà già cominciato a ridere.

Mr. Bean è un'esilarante personaggio inventato da quell'autentico genio che risponde al nome di Rowan Atkinson. Maldestro, arruffone, un po' carogna, opportunista ma anche di una bontà spropositata e, soprattutto, meno ingenuo di quanto possa sembrare, Mr. Bean è il protagonista di una fortunata serie inglese di cortometraggi trasmessi in tutto il mondo.

In questo lungometraggio (il primo di Atkinson distribuito in Italia) il nostro, guardiano alla National Gallery di Londra, viene imprudentemente scambiato per un esperto mondiale d'arte, e in questa veste viene chiamato da un importante Museo di Los Angeles in occasione della restituzione di un quadro famoso, *Composizione in grigio e nero* di J. Whistler, artista americano di fine '800 (nel film il quadro è chiamato *La madre di Whistel*).

Naturalmente accade di tutto, in un crescendo di situazioni che giustificano il titolo del film. Infatti, prima Mr. Bean rovina irrimediabilmente il quadro e successivamente, per risolvere la situazione, lo stesso viene sostituito - naturalmente all'insaputa di tutti - con una riproduzione presa direttamente dal *bookshop* del Museo e opportunamente "trattata". Inutile dire che nessuno si accorgerà dello scambio, e la cerimonia che suggella il ritorno del quadro nel Museo si concluderà in un trionfo.

Questo aspetto trattato dal film mi ha naturalmente fatto riflettere circa il ruolo che l'opera d'arte svolge oggi, in una realtà sempre più complessa e problematica dove le certezze, talvolta, durano lo spazio di uno spot pubblicitario.

Chi ci assicura - ad esempio - che la *Gioconda* che ammiriamo al Louvre sia veramente *lei*? In fondo, anche il *Marco Aurelio* della Piazza del Campidoglio non è che una copia, così come la quadriga che troneggia sulla facciata di San Marco a Venezia, e il *David* di Michelangelo davanti alla facciata di Palazzo Vecchio, a Firenze. E stiamo parlando di opere note.

La questione non è da poco, a ben pensarci. In fondo, diversi motivi potrebbero giustificare davvero una sostituzione dell'opera originale con una abile copia. Solitamente sono problemi legati alla sicurezza dell'opera o, più comunemente, di deterioramento provocati dallo smog (le statue sopra citate sono state sostituite proprio per questo motivo).

Tuttavia, si prova un certo disappunto sapendo di trovarci di fronte a copie. E il disappunto diventerebbe certo aperta indignazione se queste sostituzioni non venissero rese note.

Oggi, però, agli occhi delle nuove generazioni i fatti, gli avvenimenti, i luoghi e le cose si presentano (e vengono percepite) in maniera profondamente diversa rispetto anche a soli pochi anni fa. E la TV è uno dei mezzi - forse il principale - che ha contribuito a questa trasformazione.

Perché essa ha ruolo prevalentemente informativo, 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. Magari costruite a misura di *auditel*. In questo faraonico *pout-pourri* fatto di suoni e colori relativamente facile ritagliarsi il proprio spazio, o farselo cucire su misura addosso ("*Oggi ognuno può avere diritto a 15 minuti dei notorietà*", sentenziava negli anni '70 Andy Wharol).

E anche l'Arte, il concetto stesso di Arte, si trasforma.

Oggi, il confine tra opera d'arte significativa 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 della burla avevano girato e fornito alla RAI. In esso si vedevano appunto i tre ragazzi 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 solamente un abbaglio? Siamo sicuri che questo Artista (o presunto tale) sia veramente il futuro Picasso, o è solo suggestione indotta magari da un abile venditore, particolarmente efficace e persuasivo? Quelle teste scolpite sono vere o sono false?

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 partire da una considerazione generale e comunque ampiamente condivisa per arrivare a centrare l'aspetto che più ci sta a cuore, cioè l'opera d'arte. O meglio, il ruolo 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 tutti noi).

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. Molte persone si sono perse così per strada, non sono state più in grado di compiere il percorso. 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) si viva in un'epoca che offre tanti e diversificati mezzi per poterla conoscere.

Il fenomeno al quale si assiste è emblematico: 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 praticamente illimitata.

Fino al XIX° secolo chi voleva vedere gli affreschi di Giotto, o ammirare un quadro di Caravaggio, o camminare tra le rovine del Partenone, doveva recarsi fisicamente nei luoghi dove tale opere si trovano. Non c'era altro modo per poterle conoscere. Oggi avviene il contrario. Un'opera, solitamente, la conosciamo prima attraverso 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 tante le persone che hanno visto dal vero gli affreschi di Michelangelo sulla volta della Cappella Sistina, ma sono sicuramente di più coloro che li conoscono senza essere mai stati ai Musei Vaticani. E in fondo, se proprio vogliamo provocare un po', che differenza fa? Vedere un'opera d'Arte in TV, anzi, può persino essere più interessante e vantaggioso. Con la TV (o, 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 del gruppo scolastico. Basta accantonare l'emozione, o non considerarla del tutto, e il gioco è fatto.

Tutto sommato, Magritte l'aveva già sentenziato negli anni '50. "*Ceci n'est pas une pipe*" aveva scritto sotto l'immagine di una pipa dipinta su una tela. "Questo non è una pipa" perché quella che vediamo, effettivamente, non è una pipa, ma *l'immagine* di una pipa. Noi crediamo di vedere una pipa ma in realtà vediamo soltanto un insieme di segni e una stesura di colori che, opportunamente assemblati tra di loro, contribuiscono a formare l'immagine di un oggetto che noi riconosciamo come una pipa. L'operazione che il nostro cervello compie è quindi un processo di elaborazione tra la realtà come la conosciamo e quella che percepiamo, è il frutto della mediazione tra l'oggetto reale e la sua rappresentazione.

Più o meno è quello che accade quando vediamo delle immagini attraverso lo schermo televisivo.

Ma 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 ci illudiamo invece di essere in grado 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 dalla capacità di elaborare il nostro 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.

Walter Pazzi
gennaio 2004