

GABRIELLA ROUF

LA GRANDE BELLEZZA SOTTO CASA.



VISTO il film di Sorrentino, del resto in TV e dopo l'Oscar, grande sollievo di non più parlare — perché lui lo fa una volta per tutte — dei professionali della cultura come casta di parassiti fatui che ci ispirano svariate forme di ribrezzo, né della fatua vuotaggine di arte e letteratura come performance, né della fatua sconcezza di arredi e vestiario simboli di uno status che non esiste più se non come disperata riproduzione di se stesso. E non più circo, ma scoli putridi del seraglio. E non più dubbi, ma complicità, se ne salvassimo solo uno, e distinguessimo peccato e peccatore.

E con sollievo si saluta l'articolo di Tomaso Montanari, che invita a non andare alla pubblicizzata mostra di Bologna, e raccomanda l'arte chilometro zero, che poi significa guardare quello che sempre abbiamo visto, nel nostro fortunato paese, ma da decenni vogliono convincerci che di arte non ce ne intendiamo e che la bellezza era pompa ed inganno dei potenti.

E grazie a Rodolfo Papa, che invece di chilometri ne fa tanti, e tanta gente corre ad ascoltarlo, e stupisce di vedere con occhi nuovi quello che aveva sempre visto e non aveva mai guardato.

E bellezza sovrabbondante dei mosaici di Monreale ripresi dal drone, così che l'ignoto artista di 900 anni fa mette la tecnologia all'umile posto che le compete, mentre l'inno dedicatorio di Pietro Silenziario sfonda la volta di Santa Sofia ad aprire alla visione del cielo: «Come quando i viandanti, nell'aria sgombra di nubi, rimirano le stelle che spuntano...»

La ragazza con l'orecchino di perla: marketing o conoscenza?

DI TOMASO MONTANARI

Fonte e ©: www.ilfattoquotidiano.it, 10 febbraio 2014.

La menzogna è che l'esibizione del dipinto di Vermeer abbia qualcosa a che fare con la cultura. In effetti, non c'è nulla di culturale in tutto questo: si tratta solo dello spostamento materiale di un'opera unito a una abilissima operazione commerciale. Senza una ricerca, un progetto scientifico, un senso intellettuale: un qualunque valore aggiunto di conoscenza.

Come ogni altra opera d'arte del passato, la *Ragazza con l'orecchino di perla* può giocare un ruolo davvero positivo nella nostra esperienza culturale in due casi: se la conosciamo nel contesto del suo museo (la Mauritshuis), della sua città (l'Aja), del suo paese (l'Olanda); oppure se la conosciamo in una mostra che ne ricostruisca il contesto artistico, e ne aumenti dunque la comprensione scientifica, rendendocela accessibile senza tradire né le ragioni della scienza né quelle della comunicazione.

L'aspetto più perverso di questa operazione, invece, è proprio l'isolamento del «capolavoro», la sua «assolutizzazione», e cioè, letteralmente, lo scioglimento di ogni suo legame (artistico, storico, culturale in senso lato). Con il quadro di Vermeer sono esposte a Bologna altre opere provenienti dallo stesso museo: ma tutta la comunicazione punta su quell'unico dipinto, che an-

che grazie alla sua fortuna letteraria e cinematografica viene trasformato in una specie di seconda Monna Lisa, un'icona senza tempo e senza senso. [...] Anche se ogni incontro diretto con un'opera d'arte è un'occasione preziosa, dovremmo quindi guardare a questa operazione con lo stesso scetticismo con cui ci difendiamo dal martellamento pubblicitario che subiamo ogni giorno. Tutti i giornali, tuttavia, dicono esattamente il contrario, ed esaltano l'evento senza manifestare alcun dubbio: forse anche a causa dell'enorme quantità di pubblicità che gli organizzatori hanno acquistato dagli stessi giornali. [...]


Esibire la *Ragazza con l'orecchino di perla* (ma anche la Gioconda, o il David di Michelangelo) come una reliquia magica, isolata ed irrelata, non ha nulla a che fare con la conoscenza. E anche se ci sono in fila centinaia di migliaia di persone tutto questo ha anche poco a che fare con un'emozione autentica, spontanea, non indotta.


Possiamo non vedere il problema, sul momento: tutto, anzi, congiura perché non lo vediamo. Ma, sul medio e poi sul lungo periodo, gli alberi si riconosceranno dai frutti: il marketing produce clienti, inconsapevoli e tendenzialmente infantili, mentre la conoscenza aiuta a formare cittadini consapevoli, disposti a lavorare alla propria maturazione.

Le chiese di Bologna rigurgitano di opere d'arte non meno emozionanti, e che si possono vedere gratuitamente. E l'Aja è molto vicina: la *Ragazza con l'orecchino di perla* non scappa. Dunque, non ingrossiamo le lunghe file degli accalappiati: non andiamo a vedere la mostra bolognese.

Proviamo invece a ribaltare il paradigma: visitiamo luoghi culturali gratuiti, e possibilmente a chilometro zero, cioè presenti sui nostri itinerari quotidiani. Una simile scelta equivale ad aprire gli occhi: ad accendere la luce nella casa in cui abitiamo da anni al buio perché non abbiamo mai avuto il desiderio di vederla. Ed equivale anche a essere cittadini, e non clienti; visitatori e non consumatori; educatori di noi stessi e non contenitori da riempire. Si risparmiano tredici euro: ma si guadagna molto di più.

TOMASO MONTANARI

 **A**рте e conoscenza. Le conferenze di Rodolfo Papa.

 **N**ELL'IDEA di arte a chilometro zero di Montanari c'è un appello ad una divisione naturale, spontanea dell'arte, senza marketing e grandi mostre, e rivolta invece alla conoscenza, tutela e valorizzazione del patrimonio artistico diffuso. Le persone non hanno bisogno di essere indottrinate al *rapporto con l'arte*,¹ ma al contrario sono state convinte che «non se ne intendono» proprio dal martellamento pluridecennale di teorici e imbonitori delle varie avanguardie e ora dell'arte contemporanea AC. Se la gente si riappropriasse dell'arte, nella normalità del quotidiano, nel suo contesto storico e ambientale, il castello di carte dell'arte contemporanea concettuale cadrebbe rovinosamente, o per lo meno ne sarebbe evidente a tutti il carattere unicamente speculativo.

Le grandi mostre di arte antica itineranti e pubblicizzate ossessivamente² come un rito doveroso, una nuova religione, sono analoghe in questo alle assurde esposizioni di arte contemporanea concettuale che deturpano le nostre piazze, i nostri palazzi, le nostre chiese, utilizzati come vetrine di prestigio per far salire le quotazioni di star internazionali che nessuno, se non vi fosse tale ambientazione e il coro prezzolato dei media, prenderebbe sul serio né tanto meno gradirebbe.

L'isolamento di una singola opera come evento eccezionale, toglie paradossalmente all'opera quella che è la sua vera unicità, che viene da un incrocio, certo irripetibile, di circostanze: talento, mestiere, committenza, nella storia e nel luogo, in una certa vita e in un certo am-

¹ L'informazione e formazione non deve infatti riguardare il rapporto con l'arte e con l'artista/star, come si accanisce a propagandare l'imbonitore Bonami, ma l'opera d'arte nel suo tempo e nel suo contesto — meglio se mantenuto tale —: per ciò stesso richiedendosi che opera vi sia, e stabile, riconoscibile, leggibile e valutabile, e su di essa sia impegnata l'abilità, l'intelligenza e l'etica dell'artista; e per ciò stesso siano tagliate fuori installazioni, atti scandalistici provocatori, gigantismi industriali, multipli infiniti e paccottiglia di recupero. Non è un caso che, mentre abbondano i propagandisti di codesta merce, che vogliono convincere la gente che questa è l'arte del nostro tempo e ce la dobbiamo far piacere, nel frattempo si sopprime nelle scuole l'insegnamento della Storia dell'arte ...

² V. «Mostre mostruose», *Il Covile* n. 531.



Duomo di Monreale. Le riprese con il piccolo drone. © Foto di Massimo Palmigiano.

biente. Astraendo dalla sua incarnazione, l'opera si svuota, si appiattisce su una superficie, fino ad identificarsi con la sua riproduzione, fino a dissolversi nell'evento stesso, con questo dando ragione forzatamente ai teorici della morte dell'arte nel nostro tempo. Morte per così dire retrospettiva, in quanto, rinunciando alla Bellezza come espressione del Bene, si diventa ciechi all'Arte del passato, e soprattutto a quella più consueta e vicina, o la si disgrega nella lettura ideologica e nell'aneddotica. All'altro estremo dello sviamento concettuale dell'opera d'arte, sta infatti la banalizzazione biografica della stessa, con particolare interesse verso aspetti solletticanti per le sensibilità alla moda.

Riappropriarsi dell'arte non vuol dire un approccio superficiale e ingenuo, perché la domestichezza col bello, con il significativo, con il difficile, apre nuovi interessi, domande, confronti, e certo meglio si comprende, si apprezza, si ricorda, quando la nostra esperienza visiva si collega ad informazioni storiche, tecniche, iconografiche. Siamo al corrente dell'esito trionfale dei cicli di conferenze di Rodolfo Papa, che ha comunicato a folle di ascoltatori rapiti il senso vero dell'arte, che è materia integralmente umana, perché partecipa dell'etica e della storia, e quindi mai scindibile dalla concretezza di essa.

Tra novembre 2013 e i primi di febbraio 2014 hanno potuto ascoltare il grande iconologo 2500 studenti e 1000 adulti (professori, appassionati, politici, ecc.): semina abbondantissima che porterà i suoi frutti, anche nella direzione di uno sviluppo economico che faccia leva sulla bellezza, patrimonio e talento del nostro Paese. Si sta preparando il programma delle prossime tappe siciliane, tra marzo e giugno.

La bellezza presentata come un unicum, come un miraggio perduto, è il pendant necessario della teorizzazione e accettazione della bruttezza abnorme come cifra espressiva del nostro tempo. Rodolfo Papa nel suo libro indispensabile³ cita Josef Ratzinger:

Oggi viviamo non solo una crisi dell'arte sacra, ma una crisi dell'arte in genere in misura finora sconosciuta. La crisi dell'arte è a sua volta sintomo della crisi esistenziale della persona, che, proprio nell'estremo accrescimento del dominio materiale sul mondo, è caduta in un accecamento di fronte alle questioni che riguardano il suo orientamento di fondo e vanno al di là della dimensione materiale — un accecamento che si può definire addirittura un accecamento dello spirito.

³ Rodolfo Papa, *Discorsi sull'arte sacra*, ed. Cantagalli, Siena 2012, p. 182.

«Se esiste questa bellezza, è possibile che Dio non esista?».

UN esempio luminoso di trattazione iconologica è il DVD edito dall'Arcidiocesi di Monreale a conclusione dell'Anno della Fede. Esso è allo stesso tempo esegesi fedele ai contenuti dell'opera, apologetica che scaturisce spontanea dalla mirabile creazione artistica, e preghiera. Il video, suddiviso in «Patrem omnipotentem», «Spiritum Sanctum», «Jesum Christum», permette di contemplare i mosaici della Basilica Cattedrale di Monreale, in visione ravvicinata di altissima qualità, realizzando una fusione perfetta ed efficace tra immagini e testo biblico, che reciprocamente si arricchiscono. È un'esperienza che attinge alla sorgente stessa della Fede, come testimonia il testo curato da Don Nicola Gaglio, che si compenetra nella visione dei meravigliosi mosaici:

«Come quando i viandanti, nell'aria sgombra di nubi, mirano le stelle che spuntano ora qui ora lì: uno scruta il dolce Vespero; un altro rivolge l'animo al Toro; un altro si rallegra di Boote; un altro volge l'occhio su Orione e sull'arido solco del Carro; il cielo, cosperso di una moltitudine di stelle, aprì le sue vie e persuase la notte a sorridere. Così nelle sedi della spaziosa dimora ciascuno si lascia incantare da un raggio diverso di luminoso splendore. Per tutti si dispiega un cielo sereno di gioia» (dall'inno dedicatorio di Paolo Silenziario su Santa Sofia in Costantinopoli)

All'interno della reggia il popolo trova un luogo che si comunica, che si offre — sorpresa mista ad incredulità — qui legge le storie di Dio, ed è un conoscere che tramite la via della bellezza serve ad attrarre l'uomo verso il Buono ed il Vero, verso Dio, ed anche il non credente colmo di meraviglia — come coloro che ascoltavano Cristo e ne vedevano le opere — si interroga: «se esiste questa bellezza, è possibile che Dio non esista?»

La casa eretta da Guglielmo racconta, proclama, annuncia la potenza e la gloria del Figlio di Dio. E per il fedele l'apparato musivo — teologia iconica — si dona, perché la conoscenza possa servire per amare... non vi è altra giustificazione per la bellezza delle chiese:

«Origine dell'amore è la conoscenza, la cono-

scenza genera amore. Occasionalmente la conoscenza potrebbe essere talmente forte da sortire allo stesso tempo l'effetto di un filtro d'amore. L'essere colpiti attraverso la bellezza di Cristo è conoscenza più reale e più profonda della deduzione razionale. Disdegnare o respingere il colpo provocato dalla corrispondenza del cuore nell'incontro con la bellezza come vera forma della conoscenza ci impoverisce e inaridisce la fede» (*Benedetto XVI*)

Lo stupore della bellezza arricchisce la fede, anzi, è come porta, infatti, se: «le parole generano idoli, lo stupore conosce» (*Gregorio di Nissa*); lo stupore di fronte a ciò che è bello apre la porta verso l'infinito, verso una bellezza e una verità che vanno al di là del quotidiano e spingono il cuore dell'uomo verso l'alto.

Si può annunciare il Vangelo solamente in un luogo bello: infatti, esso è arrivato a noi per mezzo di Colui che è «il più bello tra i figli degli uomini» (*Sal 45,3*).



Duomo di Monreale. Il ritorno di Esaù dalla caccia.

Il DVD può essere richiesto alla Parrocchia
S. Maria Nuova, Basilica Cattedrale,
piazza Guglielmo II 90046
Monreale (PA).