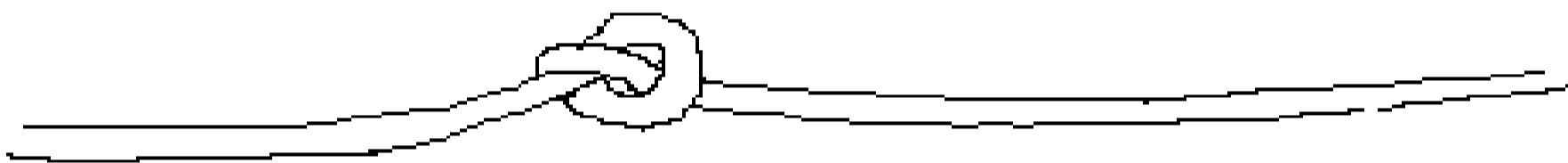


Problem (not) solving

di Marco Senaldi



■ *"Morire di fama è l'aspirazione della maggior parte dei giovani curatori. La stessa cosa si può dire degli artisti. Fra premi e residenze, articoli, blog e recensioni più o meno accreditate, l'obiettivo è lo stesso. Senza eccezioni. Il mondo si è 'velinato': un passaggio televisivo nel salotto buono della tv ha più valore di un ponderoso saggio. Una residenza all'estero è più significativa della solidità che si può vantare lavorando con acribia... La comunicazione è potenza suprema, che supera di molte lunghezze la qualità degli eventi promossi". È solo l'inizio di una veemente e-mail che mi ha inviato Anita T. Giuga, che si autodefinisce critico d'arte ma anche "poeta [?] e scrittrice". Morire di fama... Come non essere d'accordo con questa, diciamo, "diagnosi" della situazione attuale? Qualcosa però non convince quanto ai rimedi proposti. "Come guarire?", si chiede infatti Anita. "Intanto lavorando con entusiasmo, spirito analitico e rigore metodologico. Non per stupire ma per affermare un'idea di fondo chiara, avvertita, mai definitiva. Il vero problema sta nel senso da dare alla cultura, ancora considerata un orpello per pochi e di pochi. Questa sorta di elitismo [...] costringe chi si dedica ai fatti culturali a scimmiettare il vertice (che c'è, è più reale del re e non offre appigli). Quel punto apicale che*

della forza di persuasione del sapere ha fatto arma di colonialismo e imperialismo. E in forma ridotta di utilitarismo becero...". È bello vedere che i giovani (e Anita, anche se non la conosco, di certo lo è) hanno ancora questa forza di indignarsi, di protestare, ogni tanto persino di alzare la voce e non sono proprio tutti disposti a "morire di fama". Il guaio è un altro (che invece le menti giovanili spesso non sanno cogliere), cioè l'impellente bisogno di tirare le conclusioni. Per la verità, questa impazienza non è nemmeno un'urgenza giovanile, ma una distorsione culturale molto ampia, che funziona così: prima si avverte confusamente il problema, poi qualcuno riesce anche abbastanza bene a descriverne i contorni, ma alla fine quasi nessuno sa trattenerci dentro il fatto così ben definito, se non per passare subito ad altro ("Abbiamo capito! Non perdiamo tempo in chiacchiere! È l'ora di agire!" e via dicendo).

Ora, proviamo a fare un test mentale, pensando a un problema odierno qualsiasi e alla sua genesi. Dallo spam all'ingorgo, dall'inefficienza dei treni all'overbooking, a problemi assai più gravi come i catastrofici eventi sismici verificatisi recentemente in Italia, a questioni ancor più grandi come l'emergenza alimentare in Sudan o le epidemie. Non sono tutti eventi che sem-

brano condividere la stessa struttura? Non è forse la facilità stessa con cui si invia una e-mail l'origine della posta indesiderata? E se il problema era il buco nell'asfalto, come mai quello che ci fa rischiare davvero l'incidente è il biblico cantiere che dovrebbe ripararlo? Se il problema era la lentezza atavica dei treni, come mai quattro Frecciarossa riescono a far precipitare nel caos definitivo tutto il resto del traffico su rotaia? E se il problema era l'emergenza alimentare, ci stupiamo davvero che non venga risolto, dato che le numerosissime Ong occidentali che se ne occupano arrivano a trattenere per il proprio funzionamento fino al 70% (ma a volte anche l'80 o il 90) delle risorse che dovrebbero distribuire ai Paesi in cui sono chiamate a operare? Tutta questa corsa impaziente verso le "soluzioni" alla fin fine diventa più che sospetta. L'ideologia acefala (diciamo pure idiota) che si nasconde dietro il cosiddetto "problem solving" comincia a mostrare il suo vero volto. In tutti questi casi (e in moltissimi altri) si sarebbe tentati di dire che la soluzione è il problema.

E in arte non è forse la stessa cosa? Se il problema è la crescente mediatizzazione dell'arte, come mai sono proprio gli artisti più seri e più scrupolosi quelli che generano (per il loro stesso impegno!) le *media machine* più poderose? E

se invece l'"impegno" vero fosse quello di "stare dentro" il problema individuato? Cioè: e se invece (invertendo i termini) il problema stesso fosse proprio la soluzione?

Alcuni esempi arrivati chissà come sulla mia scrivania virtuale, in effetti, mi fanno ben sperare. SS4 (questa la sigla dietro la quale si cela un anonimo artista) ha fatto una sorta di web-opera collezionando le e-mail di rifiuto di dieci fra le principali gallerie internazionali (*iwant-youproject@yahoo.it*), in una specie di loop comunicativo dove il rifiuto del mercato torna al mercato stesso. A Berlino, invece, il duo Ondrej Brody & Kristofer Paetau ha realizzato una mostra con Gerard Richter, nel senso che l'"opera" consiste nelle registrazioni delle telefonate a casa Richter e delle scuse più svariate per non rispondere... Insomma: se il problema è che "la comunicazione degli eventi supera la qualità di questi ultimi", la risposta non potrebbe essere impugnare la comunicazione come tale, ossia trasformare il problema in soluzione? ■

[scrivimi:
hostravistoxte@exibart.com
illustrazione di **Bianco-Valente**]