MaxiArt

magazine

RUBRICA DI CURIOSITÀ

Lo sapevARTE?

Il questionario di Proust

domande a...

L'EDITORIALE

5 MINUTI AL MAXI

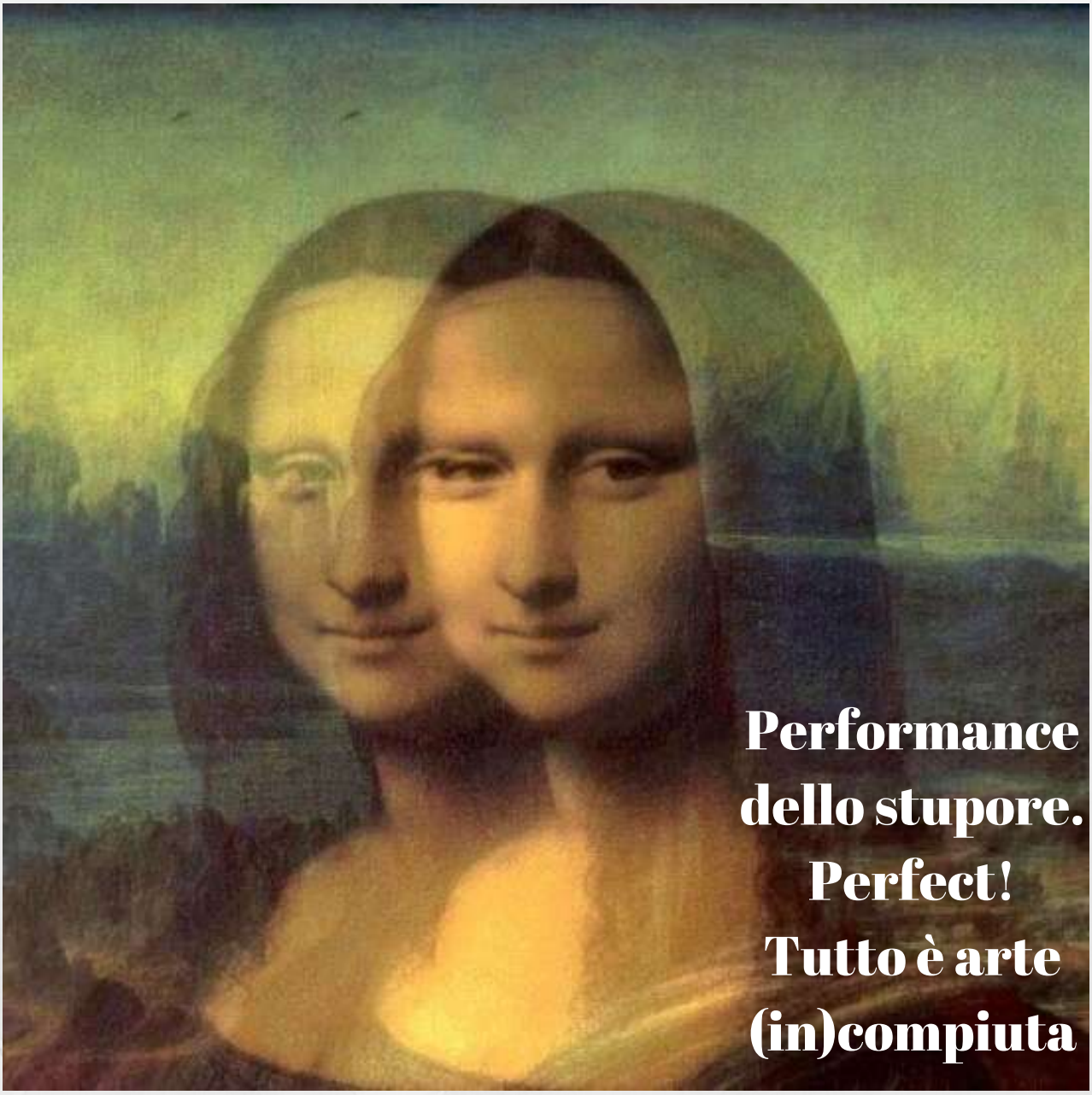
LA MACCHIA NERA

INSERTO SPECIALE

MAGAZINE
TRATTO DAL SITO
WWW.MAXIART.IT

07
OTTOBRE
2019

COMPLIMENTI COMUNQUE



Esistono canoni estetici per l'arte contemporanea? Esiste la possibilità che tutto quello che è presentato possa essere considerato arte? Quante volte ad una mostra ci si trova nell'imbarazzo totale nel chiedersi quale sia, ad esempio, l'estintore e quale l'opera d'arte? E che dire poi dei vuoti cosmici che corrispondono a stanze completamente sgombre? Sgombre da ogni pensiero e da ogni oggetto e ci si chiede "Beh?
E cosa sono venuto a vedere?", si, perché in fondo spesso una stanza libera da oggetti è comunque sempre una stanza da riempire.

Dai concerti del silenzio di **John Cage**, alle performance di **Hermann Nitsch** o **Marina Abramovic**, alle provocazioni di **Maurizio Cattelan** e **Damien Hirst**, ai colori e alle giocosità di **Takashi Murakami**, tutto si mette in gran calderone di dubbi, risposte incerte e domande: cos'è l'arte?
Domanda che si riproporrà ora, domani e fra anni. Arte è tutto ciò che esprime la creatività comunicativa attraverso i mezzi messi a disposizione, attraverso il corpo, le emozioni e anche attraverso il nulla, il vuoto.

Il vuoto... ma il vuoto assoluto non esiste e il fatto di confondere l'estintore per una moderna scultura o la parvenza di un vuoto totale in cui al centro si trova lo spettatore è considerato sempre un modo di fare arte. Certo, se ripetuto e senza altre mancanze di idee la cosa può far fare due pensieri e due conti in tasca a chi l'ha creata e organizzata: una stanza vuota? Beh potevo pensarci anch'io!
Nessuno lo nega e nessuno lo trova sbagliato. Pensaci, agisci, crea e, infine, distruggi.
L'errore sta nel volere replicare all'infinito le solite e inutile "***performance dello stupore***", ma chi bisogna sorprendere o disorientare?
Nel mondo contemporaneo si è visto di tutto e proposto qualunque cosa, quindi nulla ci sconvolge o fa paura o coglie impreparati, casomai infastiditi per paura di essere presi in giro o al massimo trattati senza rispetto.
Non è detto che un artista debba per forza lanciare un messaggio dei tempi o dar voce al popolo, se si deve comunicare oggi ci sono mille altri modi per farlo, dai ***social network***, alle ***chat***, ai **video**, al **silenzio assoluto**.
Nessuno chiede il parere di nessuno, l'opinione generalizzata e condivisa globalmente raggiunge in un lampo tutti i campi e tutti gli spazi: una gaffe, una battuta infelice, un gesto inappropriato diventa subito condivisibili, fagocitati, inglobati, digeriti, criticati, apprezzati o odiati e poi…irrimediabilmente dimenticati.

Fare l'artista, scrivere di arte, vivere di questo mestiere sembra sempre più difficile quando la creatività manca o quando le cose da dire sono già esaurite in partenza. Lo spirito di ripetere gli stessi errori della storia, di sbagliare e ricominciare, di vivere le stesse basilari emozioni personali e quotidiane non cambieranno mai e ci saranno sempre artisti pronti a esaltare o denigrare l'amore, la pace, l'odio, il dualismo del bene e del male e noi spettatori?
Noi spettatori, i veri protagonisti pronti a insultare, criticare, schifare, amare, esaltare, taggare, condividere, cestinare, meravigliarci e stupirci di fronte alla stanza vuota ricolma di idee e di realtà viste, ripetute o celebrate ex novo per chi ancora deve imparare e vedere con gli occhi e con l'anima.

Non a tutti si piace, non sempre la creatività è ripagata, gli sforzi si possono tramutare in un brutto incidente visivo come spesso accade a molte opere, altre volte la banalità dell'azione prende il sopravvento e diventa un'opera celebrata e mitizzata.
Perché nella sala del **Louvre di Parigi** dove si trova la ***Gioconda*** di **Leonardo da Vinci** è colma di spettatori estasiati e altre opere vengono (più o meno) snobbate? Forse perché il mito raggiunge e supera la bellezza storicizzata, spesso poi derisa da altri artisti o citata e sopracitata come nel caso di **Banksy** e di **Marcel Duchamp** prima.

Il patrimonio artistico non è fatto di celebrazioni e "scrigni d'arte" da ammirare e conservare, ma è l'insieme del sapere, della cultura e della diffusione che serve a capire il passato per vivere appieno il presente. Il futuro? Si costruisce o demolisce ma non si pianifica.
Quindi, abolire il contemporaneo e denigrarlo significa non rispettare il proprio passato: siamo come siamo e dove siamo proprio per la somma degli errori e conquiste effettuate, non si è né peggiori né migliori di una volta, si è uomini e, in quanto tali, fallaci e straordinari.

Massimiliano Sabbion

Vivian Maier

Creativi #aggratis!
Il precariato di Pablo Picasso

Essere creativi in Italia è sempre più difficile a quanto pare, non ci si mette solo la globalizzazione che brucia i tempi d'attesa quando si ha bisogno di collocare in cantiere un'idea o un'opera che possa arrivare al pubblico, ma oltretutto la crisi economica che, in maniera poco intelligente, al posto di incentivare le menti per uscire da un periodo buio accentua la non crescita e i tagli alla cultura.

Una soluzione che fa intravedere poca propensione ad investire nelle teste e a considerare la cultura e le arti qualcosa di superfluo, quasi un hobby a cui dedicare del tempo, tempo che appare sempre più risicato e poco prezioso secondo alcuni poiché chi si "permette" di voler vivere attraverso un lavoro emozionale e mentale è considerato un non-lavoratore e un non-produttivo per la società.

Niente di più sbagliato!
È ai creativi, agli artisti, alla cultura stessa e alla ricerca che si deve puntare per trovare una soluzione e investire quindi in coloro che possono operare in più settori per avvicinarsi ad un buon esito e risultato.
Lavorare a gratis.

Come si può chiedere di utilizzare un bagaglio di informazioni, cultura, sapere ed esperienza accumulata nel tempo in maniera gratuita?
Questo atto di pura ignoranza arriva a decretare, ancora di più, la fine di un rispetto per un'attività e la cultura generale.
Un lavoro creativo ha bisogno di essere considerato e potenziato, ha la necessità di trovare tempo e considerazione e non di essere declassato e, molto spesso, deriso o umiliato. Parole pesanti?

Si! Con la consapevolezza che non si può pretendere di riempirsi la bocca di passato storicizzato, di grandi personaggi illustri che hanno costruito l'Italia e la sua gloria, bisogna avere il coraggio anche di guardare avanti e proporre soluzioni e conservazione di quel magnifico trascorso di secoli addietro, senza aver paura di un raffronto, ma forti del fatto che grandi e magnifici creativi ci hanno preceduto e ora la loro lezione deve continuare e non morire nel ricordo.

Purtroppo, tra i sogni e la realtà, il divario si fa sempre più concreto nel mondo contemporaneo: uomini e donne che, dopo aver passato una vita giovanile a studiare e a confrontarsi, si ritrovano a sopravvivere in un mondo che li squalifica e declassa, dove si arriva a riempire le fila di lavori precari e sottopagati, di frasi fatte di *"le faremo sapere", "è una grande opportunità quella che ti viene offerta", "sei troppo giovane", "sei troppo vecchio", "intanto partiamo, poi vediamo"*…

Come si può pretendere che un creativo o la cultura stessa progredisca se migliaia di persone si ritrovano in condizioni di precariato e releghino la propria cultura e inventiva al "tempo libero"?

Cosa si produce dopo aver passato una giornata chiusi in un negozio a far i commessi o ad avere la testa riempita di parole al vento di un call center?
Sempre rimanendo attenti alla scadenza di un contratto da rivalutare per un tot di mesi e poi chissà…

Non si tratta di gavetta o di momenti di passaggio, spesso tutto ciò consiste in una scelta univoca: o così oppure null'altro, senza possibilità di selezione e valutazione.

Perché? Perché non si dà lo giusto spazio a chi vuole davvero creare e fare dell'eccellenza nel proprio campo la sua ragione di sostentamento e vita?
È questa la generazione che deve lavorare gratis?
Senza nessun riconoscimento?
Stiamo forse vivendo una involuzione culturale?
Come fa un creativo a sopravvivere senza un mantenimento e un'approvazione di ciò che fa?

Sembra diventato tutto superfluo: arte, musica, cultura, scrittura, fantasia, inventiva, sogni…cose inutili con sempre maggior allentamento verso una qualsiasi forma di considerazione per una dignitosa reputazione sul detto "sei ciò che sei, sei quello che il lavoro ti rappresenta", ma vale ancora questa affermazione?

Si provi ad immaginare, ad esempio, **Pablo Picasso** oggi passare la sua giornata a fare il cameriere in una tavola calda a pranzo e a cena e poi, nel tempo rimasto, mettersi a dipingere, magari organizzandosi, compatibilmente con orari e cambi, per qualche mostra ed esposizione; che sarebbe stata la storia se un **Dino Buzzati** avesse scritto solo nel tempo rimasto tra un turno e l'altro all'interno di un call center? Come avrebbe insegnato **Walter Gropius** nella scuola della **Bauhaus** se fosse capitato all'interno del sistema concorsuale scolastico fatto di supplenze, chiamate, aggiornamenti?
Se a **René Magritte**, in quanto pubblicitario e creativo si fosse chiesta una collaborazione gratis "*così il tuo nome, grazie a questa opportunità, comincia a girare*" cosa avrebbe fatto nel frattempo? Il commesso in qualche negozio in sostituzione di una maternità?

E poi?
Poi sopraggiunge la stanchezza, l'età che avanza, i facili entusiasmi che si spengono e sempre più vicini a pensare che in fondo è "*meglio un uovo oggi che una gallina domani*"…allora si arriva a dire di "si" alle condizioni e confermare un lavoretto part time che non gratifica, si accende un mutuo e si abbandonano i sogni e la voglia di combattere e provarci si affievolisce.

Pablo Picasso finisce per diventare socio nella tavola calda dove lavora, accostando con gusto estetico colori e forme nei piatti; **Dino Buzzat**i apre un blog e scrive quando può; **Walter Gropius** porta a compimento il suo percorso di insegnante di disegno tecnico in un istituto professionale e **René Magritte** si diletta ad allestire le vetrine con i manichini senza volto a cui mette un cappello in testa.
Un triste scenario.

E se la storia dell'arte si fosse svolta proprio in questo modo?
Con nessun incentivo a guardare oltre e a non finanziare e premiare le persone e il mondo creativo?
A gratis appunto. Tutto dovuto!
Non si chiede la gratuità delle prestazioni! Non è così che si incentiva un Paese, qualsiasi, ad uscire dalle crisi, seppellendo la voglia di fare e l'entusiasmo a favore di "*cose che sono ritenute più utili*".

L'uomo vive di sogni e di bellezza, non scordarlo è il primo passo.
Per continuare a far si che un popolo sia ricordato per la sua grandezza, per le sue doti e la sua creatività è necessario l'incentivo alla cultura e alla valorizzazione delle scelte che si fanno, nei secoli dei secoli, sennò è la fine.
Fine della storia?

Massimiliano Sabbion

Vivian Maier

Il supermercato dell'arte, un tanto al kilo: che faccio lascio?

Il consumo non deve essere più considerato, come avveniva per le generazioni precedenti, esclusivamente come soddisfazione di un bisogno, ma anche, e oggi soprattutto, come mezzo di produzione. Là infatti dove la produzione non tollera interruzioni, le merci "hanno bisogno" di essere consumate, e se il bisogno non è spontaneo, se di queste merci non si sente il bisogno, occorrerà che questo bisogno sia "prodotto"

(Umberto Galimberti)

Il consumismo, è un tipico fenomeno di base economica e sociale delle società industrializzate, dove la massa consuma beni attraverso l'acquisto indiscriminato, spinti a volte dalla moda e dalla pubblicità, fenomeni che si legano ad un'idea di bisogno, perlopiù fittizio, solo per allargare quello strano effetto di felicità personale per mezzo dell'acquisto, possesso esclusivo e consumo di beni materiali, ebbene si, al grido di: **IO LO VOGLIO!**
Questo è il concetto di consumismo, un divorare continuo che va oltre la "fame" del bisogno e si avvicina all'idea bulimica dell'eccesso e dell'eccessivo.
Il mondo contemporaneo È il mondo del consumismo, indagato nel corso dei decenni da artisti che passano dalla moda all'arte, dalla pubblicità e al prodotto comune.

La Pop Art degli anni Sessanta è solo la punta iniziale della presa di posizione dell'arte come fonte ispiratrice per il popolo e nel popolo e non si esaurisce con la vetrina di artisti che sono diventati icone del consumismo e della moda: **Andy Warhol, Charles Oldenburg, Roy Lichenstein, Jasper Johns, Keith Haring** sono solo alcuni dei padri di questo fenomeno artistico, spesso riconoscibili per le loro opere e i loro tratti anche dai meno esperti d'arte.
L'arte che si fa strada e di strada, attraverso i graffiti e lo sguardo nuovo che gli artisti mettono in scena a partire dai giovani del decennio **1960-1970** con il **Nouveau Réealisme** quali **Arman, Daniel Spoerri, Jacques Villeglé, Christo, Gerard Deschamps, Yves Klein, Mimmo Rotella** in cui i materiali desunti dalla realtà diventano opere d'arte, come i rifiuti, scarto del mondo del consumismo.

Altri prendono spunto dalla realtà quotidiana e creano opere provocatorie come fa **Piero Manzoni** che inscatola un "prodotto eseguito dall'artista" nell'inscenare la famosa scatoletta di ***Merda d'artista***, arrivando alla provocazione che tutto ciò che proviene dall'artista è arte, tutto ciò che è scarto può diventare opportunamente arte.
Ma l'artista deve anche vendere, farsi riconoscere, creare attese e quindi lui stesso e le sue opere diventano prodotti mercificati invadendo ogni campo e, dalla moda al prodotto alimentare, l'artista firma l'arte della società contemporanea: si passa dalle pubblicità di **Terry Richardson** ai colori per la moda di **Takashi Murakami** oppure alle campagne firmate da **Damien Hirst** o **Jeff Koons**.

Invasione mediatica che cerca di coinvolgere il pubblico per avere l'idea di appartenenza di un pezzo di storia, di una libbra di arte, di un litro di conoscenza, si, siamo di fronte ad una sperimentazione non dissimile dal banco frigo dei prodotti freschi con scadenza di un supermercato: ci stanno le migliori offerte, le sottomarche, le imitazioni, la merce di qualità e i prodotti scontati (in tutti i sensi: sia nell'idea del banale sia dello sconto come riduzione di prezzo).

Ecco allora che il soggetto che tanto è piaciuto al critico o al collezionista di turno è replicato all'infinito tanto da essere definito "il marchio di fabbrica" dell'artista: una patacca a volte che si ripete solo per la vendita e per l'illusione di possedere un "pezzo d'artista" (nell'accezione del termine quale opera d'arte e parte di un artista).

Importante è possedere, importante è avere, importante è consumare, importante è essere dentro al mercato: ***I shop therefore i am*** come diceva in una celebre opera **Barbara Kruger**, di conseguenza, "***compro dunque sono.***"

A volte la sovrabbondanza dell'artista e del suo prodotto conduce ad effetti da sovraesposizione (sarebbe terribilmente banale fare nomi e cognomi ora…) ma ormai talmente riconoscibili che non si può farne a meno e la presenza diventa quasi inevitabile, un poco come il classico prosciutto crudo e melone d'estate: immancabile sulle tavole, cosi l'artista e la sua "operetta" per il popolino, immancabile nelle fiere, nei musei, nelle gallerie, nelle mostre e nelle esposizioni.
E quindi? Ci tocca sorbirlo e apprezzarlo, per carità, buono e sostanzioso ma nulla di speciale e particolare…ormai c'è! Che faccio? Ma si! Ne prendo due fette in più, abbondo, lascio che sia e che sia il mercato a decretarne prezzi e pezzi, io mangio, fagocito e digerisco.
Buon appetito!

Massimiliano Sabbion

Vivian Maier

PAGINE NERE DELL'ARTE - INDAGINE, INCURIA, INDIFFERENZA

LA MACCHIA NERA

(STRA)COTTO E MANGIATO. STORIA DI UN CURATORE D'ARTE

"Ti prego! È l'ultimo giorno, mi serve assolutamente la foto dell'opera in HD e la didascalia!" **è mai possibile che ci si riduca sempre all'ultimo degli ultimi giorni in proroga, all'ultima ora e all'ultimo sollecito per ottenere le info sopra citate richieste minimo un mese prima?**

Tutto questo è il dramma di chi si mette in testa, con passione e caparbietà, di dover curare una mostra, all'artista si richiede almeno all'inizio la foto e la didascalia dell'opera e il caos poi si apre:

arriva la foto e non la didascalia, arriva la didascalia e non la foto, arrivano entrambe, ma la foto è in bassa risoluzione, arriva prima la foto, molto dopo la didascalia, o viceversa ed è tutto un susseguirsi di: "*te la mando dopo*" (trad.: forse, se me lo ricordo e me lo ricordi); "*mi ridici per cosa ti serve?*"; "*mi rimandi il progetto?"; "pensavo di aver inviato tutto*".
Poi ci sono "quelli bravi", i primi della classe, i professionisti che rispettano anche il lavoro altrui oltre che il proprio e arriva tutto subito, impeccabile e perfetto.

In ogni caso l'ansia cresce, diventa compagna inseparabile, i tempi poi si fanno sempre stretti e partono a raffica telefonate, sms, mail… e appena tutto è pronto per la parte grafica (ovviamo la parte dell'allestimento e il recupero delle opere per ora) la domanda successiva che (quasi) spesso viene fatta è "*ma a quanto posso venderlo?*".
Giusto quantificare anche il prezzo per le tue ore di fatica e tempo, di idee e materiali caro artista, ma non ora…

Curare una mostra significa progettare, pensare e individuare il tema giusto, gli artisti corretti per il pensiero della mostra, scrivere, pianificare, lasciarsi emozionare, ma questo solo nella prima parte.

Nella seconda parte poi bisogna individuare lo spazio, gli sponsor, gli enti, il grafico, poi pensare ai manifesti, agli eventi collaterali interni, finanziamenti che non ci sono e non arrivano, conferenze, relatori da avvisare e coinvolgere, guide, guardiania, recupero delle opere, catalogo, allestimento (che non significa mettere il chiodo e appendere, ma pensare e ragionare per dare spazio e respiro alle opere e al percorso), catering, testi critici scritti, comunicato stampa, lavoro coi social e con i media, riunioni su riunioni e poi ore al pc e al telefono per coordinare tutto sempre con l'immancabile foto che non arriva dopo la richiesta fatta svariato tempo addietro.

Di che cosa ci si lamenta allora?
Il lavoro scelto non è stato di sicuro ordinato da qualcuno, vocazione forse al masochismo?
Forse, a volte sì, altra si tratta di passione o la consapevolezza che si sa fare bene solo quello.
Il problema principale è che il "sistema ti sistema": sempre più difficile parlare di arte e fare cultura in un paese popolato di salotti trash e di tagli continui fatti con l'accetta ai fianchi, non ci sono spazi adeguati, non ci sono soldi, però si restaurano o costruiscono opere e castelli nuovi come se gli spazi mancassero, ma bisogna pur far lavorare anche le imprese edili no?

Il tempo in cui rimane aperta la mostra poi è sempre troppo poco per poter giustificare il costo, la fatica e l'impegno speso.
Capita spesso di sentire dire che appena ingrana e partita la mostra subito finisce, *tempus fugit*!
Non è facile affrontare l'argomento curatoriale e la gestione di una mostra d'arte, servono poco i trattati scientifici del caso o corsi e master su come gestire la figura professionale del curatore.

Nessun testo e nessuna lezione diranno mai che la voce "imprevisti" è compresa nel pacchetto ed è sicuramente quella che più incide sia sulla mostra che sulla psiche del curatore.
Imprevisti? Cosa sono gli imprevisti?

La definizione del vocabolario recita: "*Circostanza, necessità, spesa che non è possibile prevedere; contrattempo, contrarietà, impedimento.*
Non previsto, dovuto a circostanze puramente fortuite; inaspettato."

Soffermiamo lo sguardo sulla frase "*Non previsto, dovuto a circostanze puramente fortuite*", ecco, "*circostanze fortuite*" quasi a dire: gran rotture di… (completare a piacere) e l'elenco che segue non è certo citato nei decantati corsi e master del caso:
arriva la burocrazia *in primis* con domande e protocolli, la sicurezza che prevede diminuzione degli spazi quando la mostra è già avviata e progettata, l'assicurazione sulle opere e sui visitatori incauti, le spese pervenute a sorpresa come aumento del costo del materiale pubblicitario, le attaccaglie mancanti dei quadri, il colore e lo stucco per il ritocco delle sale o dei pannelli, il manifesto da rifare perché strappato dal vento o vandalizzato, lo sponsor che all'ultimo cambia idea e si ritura, l'artista che non invia l'opera o la cambia senza avvisare, il vetro di un quadro arrivato rotto, lo scatolone con i cataloghi inzuppato dall'acqua, l'aumento del canone d'affitto pattuito cambiato in corso d'opera…

Senza contare la schiera degli *haters* di professione che avranno sicuramente sempre qualcosa da ridire, lamentele varie, tematica della mostra che sarà utilizzata per scopi politici o sociali, articoli di giornale non usciti, *social network* con *dislike*, mancanza di rispetto per gli artisti e per i loro lavori, fiumi di parole inutili e lasciate al caso, varie ed eventuali.

È una battaglia in trincea, continua. Il "nemico" sempre pronto a sparare e sparlare, a volte le cose si intuiscono, altre invece arrivano come sorprese, di sicuro la visione totale senza ostacoli e difficoltà non avverrà mai e non esiste.

Le avversità, gli imprevisti, la poca mancanza di rispetto del lavoro altrui è sempre dietro l'angolo come le classiche affermazioni del tipo "i*o avrei fatto di meglio*", già, magari è vero, ma in questo caso (peccato per te) l'ho fatto io e non tu.

Chissà perché poi il lavoro del curatore lo fanno in molti, ma bene lo fanno in pochi, nessuno ci pensa mai?
Perché?
Perché si trova già tutto pronto e confezionato, cotto e mangiato, pronto all'uso senza pensare e senza pensieri.

"L'ansia da curatore" non è prevista nelle voci in fondo alla lista, ma fa parte dell'opera completa, bisogna imparare a gestire i contrattempi, le difficoltà, le paturnie, le famiglie pazienti accanto, gli sbalzi d'umore altrui, le primedonne, i puntigliosi, i rompicoglioni, chi ti ama troppo e chi ti odia troppo.

Tutto questo per evitare di essere cotto e poi mangiato da un sistema che non prevede l'arte e la cultura come un bene necessario e insostituibile, ma come un bel passatempo, un hobby decorativo per passare le giornate, ma è il tempo stesso che insegna: gli uomini sfilano, gli anni si accavallano, il mondo si modifica e cosa resta di tutto ciò? "*Lacrime nella pioggia*"? Tempo perduto? Restano la cultura, le emozioni date, il passato vissuto, il presente attivo e il futuro che verrà.

Curare è creare l'oggi, per il domani.

La Macchia Nera

...PER CONTINUARE A LEGGERE

Iscriviti alla newsletter dal sito www.maxiart.it le emozioni

gratis il magazine ogni mese!