

Arte a sorpresa

di Matteo Zauli

novembre 2000

Faenza, è nota in tutto il mondo per la propria tradizione ceramica. Per questo motivo si fregia del titolo di terra d'arte. Ma questa nomea non corrisponde all'attuale identità della città, che di fatto è caduta, negli ultimi dieci anni, in uno stato di apatia culturale. Tutto il movimento ceramico (scuole specializzate, museo internazionale, ecc.) non sta generando giovani artisti che sappiano mettersi in luce nel panorama nazionale ed internazionale, come invece era avvenuto fino ad un recente passato. La missione della nostra associazione, dunque, è quella di introdurre in città la presenza continua dell'arte dell'ultimo decennio e delle avanguardie creative. Da tempo abbiamo scelto come strumento per questa finalità un approccio soft, leggero, spesso sensuale all'espressione creativa, cercando di attrarre un pubblico più vasto della ristretta cerchia degli abituali frequentatori; abbiamo lavorato sul recupero di edifici e luoghi cari agli abitanti della nostra città, come vecchi negozi dismessi, monumenti e parchi pubblici; abbiamo riunito, attorno ad un unico tema, diverse forme espressive, come musica, teatro, danza e cinema, per solleticare l'attenzione dei più eterogenei appassionati, abbiamo organizzato veri e propri appuntamenti mondani, come feste e rinfreschi in tema ai vari progetti culturali, per coinvolgere il più vasto pubblico possibile e tentare di superare il pregiudizio di cultura come beneficio elitario, che tanto danno ha fatto in passato. I risultati sono stati confortanti, ma non del tutto soddisfacenti: ad inaugurazioni ogni volta più affollate da gruppi di persone sempre più eterogenei non è corrisposta una presenza continua nel seguito delle manifestazioni, né un vero consenso popolare sul contemporaneo. Sulla base di questa constatazione abbiamo voluto organizzare un evento che fosse insieme una performance artistica ma anche un'operazione didattica, ossia un'operazione di marketing culturale che calamitasse l'attenzione di un pubblico molto più vasto. Per raggiungere questa finalità abbiamo pensato di stampare su manifesto tre opere d'arte contemporanea e di affiggerle in ogni angolo della città, senza pubblicizzare la cosa in alcun modo e senza indicare sul manifesto alcuna attività in particolare. In un secondo momento, poi, si è deciso di aggiungere la scritta arte contemporanea è cultura, per offrire comunque una minima chiave di interpretazione e per sottolineare l'intento "didattico" dell'operazione. Arte contemporanea è cultura, uno slogan banalissimo in senso lato, ma purtroppo non nell'attuale contesto del nostro territorio. L'affissione dei cinquecento manifesti è stata davvero intrusiva: grazie alla collaborazione dell'ufficio affissioni - che comunque doveva rispettare un limite di 50 manifesti affissi per tipo -, dell'ufficio elettorale -che ha messo a disposizione vari tabelloni destinati di norma esclusivamente alle campagne politiche- e dei nostri volontari -che durante una notte hanno tappezzato tutti i viali di circonvallazione della città, tutti i semafori, tutti i cantieri edili, e tutti gli alberi o pali prospicienti ai parcheggi pubblici- la mattina del 12 settembre ogni Faentino uscito di casa ha probabilmente visto le opere di Luisa Raffaelli, Micha Klein e DJ Lamù. La reazione è stata piuttosto vivace: un'operazione di marketing culturale, una performance d'arte contemporanea o un soltanto un gesto provocatorio? Queste le domande della gente: molti hanno telefonato agli uffici dell'assessorato alla Cultura, alla Pro Loco, alla segreteria del Sindaco per ricevere informazioni sui misteriosi e onnipresenti manifesti, senza riceverne peraltro spiegazioni esaurienti. Alcuni hanno riconosciuto la nostra mano nell'iniziativa -anche perché in città siamo gli unici ad occuparci di arte emergente- e ci hanno interrogato a proposito. Altri hanno assillato dei medesimi interrogativi l'agenzia di comunicazione nostra partner nel progetto, la cui sigla compariva in microscopici caratteri in un angolo dei poster. Non sono mancate, comunque, le critiche: qualcuno ci ha accusato di essere soltanto a caccia di facile pubblicità per l'associazione, moltissimi chiedevano se ci fossimo dimenticati data e luogo della mostra che pubblicizzavamo, altri parevano genericamente infastiditi dalla cosa. Insomma, il muro di indifferenza è parso abbattuto, il che è un grosso capitale che dobbiamo attentamente reinvestire. In altre operazioni di democraticizzazione dell'arte, naturalmente!

Copyright © Fitzcarraldo Consulting. Tutti i diritti riservati.