

Premessa

Tutti, oggi, in Italia hanno in tasca una ricetta infallibile per avvicinare gli italiani all'arte.

Ministri, sindaci, giornalisti, direttori di museo: e pazienza se quasi nessuno di costoro ha mai fatto nulla per contribuire sia pure per un'inezia a quel nobile, altissimo scopo. Forse perché – ipotesi indiscreta – per nessuno di questi loquacissimi attori del discorso pubblico l'arte è in effetti una presenza continua e necessaria della vita interiore. Virginia Woolf andava diritta al punto: «Se una persona ottiene molto successo nella sua professione, perde ogni sensibilità. La vista si atrofizza: non ha tempo di guardare i quadri. L'udito si atrofizza: non ha tempo di ascoltare la musica. Il linguaggio si atrofizza: non ha tempo da dedicare alla conversazione. Si atrofizza anche il senso delle proporzioni, dei rapporti tra le cose. E il senso dell'umano. Far quattrini diventa così importante che quella persona deve lavorare giorno e notte». Inutile girarci intorno: potrei contare sulle dita di una sola mano i ministri, sindaci, giornalisti, direttori di museo con cui mi sono trovato a dibattere d'arte, che davvero amino l'arte, e dunque conoscano ciò che pretendono di governare, sfruttare, indirizzare.

È proprio per questo che, invariabilmente, le loro ricette si riducono alle più usurate pratiche di marketing: post «dissacranti» sui social, pose giovanilistiche, influencer che dovrebbero veicolare Botticelli, come uno zuccherino fa buttar giù la medicina, ad adolescenti trattati come orde di deficienti irredimibili. Il risultato è desolante: ammesso (e per nulla concesso) che questa spintissima mercificazione serva a vendere qualche biglietto in più per i musei (che abbiamo cominciato a misurare sul fatturato proprio mentre appariva chiaro che non è sensato misurare l'economia stessa sul metro del Pil), è certo che non alimenta in alcun modo il nostro dialogo con l'arte.

È quel che penso. E quando mi capita di dirlo pubblicamente, vengo trattato da solone, parruccone, elitario, snob, professorone. Da vestale dell'arte, oltraggiata dalla profanazione del puro tempio della cultura. Ebbene, non me ne stupisco: il populismo della conoscenza – trasversale a ogni schieramento politico – prevede che i cosiddetti decisori (cioè i potenti, quelli che avrebbero il potere di cambiare le cose) facciano di tutto per mantenere in un'ignoranza identica alla propria i cittadini di cui ambiscono a com-

prare il consenso; e che, contemporaneamente, accusino coloro che sanno (gli studiosi, i professori, gli «esperti») di voler sequestrare la conoscenza, tenendola solo per sé.

Allora, diciamolo con la massima chiarezza possibile: il problema non è mai la contaminazione alto-basso, indistinguibilmente fusi dentro ognuno di noi. E gli unici che credono ancora nella sacralità dei musei sono proprio coloro che, pensando di violarla, provano a promuovere sé stessi, stupendo i borghesi. No: è una vitale questione di democrazia della conoscenza.

Quando il Louvre «noleggiò» la Gioconda a Beyoncé e Jay-Z, «La Tribune de l'Art» scrisse: «Alla radio si sono ascoltate opinioni ridicole secondo le quali si sarebbe trattato di un mezzo per attirare al museo i giovani, e le persone troppo incolte per comprendere l'arte attraverso altri canali. È un'idea particolarmente condiscendente, purtroppo molto diffusa, che vorrebbe che l'arte non possa essere compresa che da una certa élite, e che gli altri possano andare al museo solo per altre ragioni, e comunque non per vedere le opere d'arte. I poveretti sarebbero troppo bestie per poter essere educati». Temo sia vero. Credo, cioè, che dietro questo tipo di operazioni (il Louvre offre itinerari Beyoncé e Dan Brown) ci sia un vero razzismo culturale, particolarmente pericoloso perché capace di spacciarsi per il suo esatto contrario. Pericoloso quanto i potenti che accusano i sapienti di voler tenere la sapienza per sé.

Intendiamoci, gli storici dell'arte in questo paese hanno enormi responsabilità in pensieri, parole, opere e soprattutto omissioni. Roberto Longhi diceva che avremmo dovuto essere (in ogni senso) popolari: ma oggi o ci guardiamo l'ombelico, o partecipiamo a rotta di collo all'industria delle grandi mostre che desertifica ulteriormente il dialogo tra gli italiani e il patrimonio culturale (quello impastato con lo spazio pubblico in cui si svolge la nostra vita collettiva).

Ma tra una storia dell'arte ostaggio degli addetti ai lavori e la sua trasformazione in uno spot per consumatori esiste la via di una vera formazione di massa alla conoscenza dell'arte. È una partita che si vince a scuola: a scuola, a scuola e ancora a scuola. E poi, sí, anche alla radio, in televisione, a teatro, al cinema e sui social: ma siamo in pochissimi a giocarla ogni giorno. E la scorciatoia della mercificazione di massa è solo un lavacro per la cattiva coscienza collettiva e, in ultima analisi, un boomerang.

Da anni dedico ogni forza a far entrare la storia dell'arte nella vita di chi fa tutt'altro. Conosco la luce che si accende in fondo agli occhi dei ragazzi di una scuola di periferia quando stai con loro un giorno intero a parlare

di Caravaggio: ci vogliono umiltà, cura e fatica, e la convinzione profonda che tutti, ma proprio tutti, siamo fatti per amare l'arte. E per prima cosa ci vuole la volontà di amare le persone con cui si parla. Non la volontà di volerle conquistare come acquirenti di un biglietto, consumatori o clienti, ma proprio come umani. Umani capaci di pensare che fare quattrini non sia l'unico motivo per cui siamo vivi.

Le mie settimanali ore d'arte – ore d'aria, ore di libertà, ore di umanità –, le mie trasmissioni sulla Rai e su TvLoft, e ora il libro che state leggendo, si devono a questo doppio amore: per l'arte, e per tutti coloro che, conoscendola, potrebbero vivere meglio.

E per quanto diffondere l'amor dell'arte e la sua conoscenza possano sembrare obiettivi marginali in un mondo come il nostro – un mondo sfigurato dalla forza del denaro e delle armi, un mondo mostruosamente ingiusto e diseguale, un mondo ormai senza politica ma solo con l'esercizio del potere –, ebbene io credo invece che sia un compito abbastanza importante da potergli dedicare una vita intera. Perché, ancora con la profetica Virginia Woolf delle *Tre ghinee*, «Credo che se conoscessimo la verità sull'arte, invece di vagolare tra le pagine imbrattate e deprimenti di coloro che devono sopravvivere prostituendo la cultura, allora godere l'arte e fare l'arte diventerebbero cose così desiderabili che al confronto la guerra apparirebbe un gioco tedioso per dilettanti attempati bisognosi di un passatempo per tenere a bada gli acciacchi [...] Insomma, se i giornali fossero scritti da persone il cui unico scopo fosse quello di dire la verità sulla politica e la verità sull'arte, noi non crederemmo nella guerra, e crederemmo nell'arte».

Quasi tutti questi testi sono nati in origine per la mia rubrica *Ora d'arte*, sul «Venerdì di Repubblica». Alcuni li ho invece estratti dalla mia rubrica *Le pietre e il popolo*, sul «Fatto Quotidiano». Aumenta, dunque, il debito di gratitudine per la meravigliosa accoglienza che Aligi Pontani e tutta la redazione del «Venerdì», e Marco Travaglio, Maddalena Oliva e tutta la redazione del «Fatto», continuano a offrire a queste pagine d'arte.

Maria Teresa Polidoro e Andrea Mattacheo hanno reso anche la realizzazione di questo secondo libro un vero piacere.