

Premessa

L'arte, di per sé muta e indifesa, non può proteggersi che con la fama, e la fama è la critica sempre desta.

ROBERTO LONGHI¹

Il culto dell'arte del passato non è mai stato tanto diffuso quanto oggi. Ma quale storia dell'arte è stata innalzata sull'altare? E chi raccoglie davvero i frutti di questa venerazione: le masse dei fedeli che sciamano nei templi o gli avidi sacerdoti che ne gestiscono i riti? A chi serve, e a cosa serve, Michelangelo?

La storia dell'arte è ormai universalmente associata al disimpegno e al divertimento: sui giornali se ne parla solo per pubblicizzarne gli «eventi», all'università è ridotta a disciplina ausiliare della cosiddetta «scienza del turismo», e nell'immaginario collettivo la si ritiene (nel migliore dei casi) un anestetico di lusso, cioè una via di fuga verso le «cose belle» che consentono di non pensare alla «brutta realtà».

Ma nella tradizione italiana, e prima ancora in quella classica, l'arte figurativa non è mai stata un fatto privato, né tantomeno un'evasione nella neutralità morale dell'estetica: almeno quanto la letteratura, l'arte ha invece strutturato e rappresentato il pensiero e l'identità civile del nostro Paese. Chi passeggia per piazza della Signoria, a Firenze, avverte che la bellezza che lo circonda è inseparabile dal sen-

¹ Lettera a Giuliano [1944], in *id.*, *Critica d'arte e buongoverno* (*Opere complete*, XIII), Sansoni, Firenze 1985, pp. 129-32 (130).

so di cittadinanza, di giustizia e di vita morale che quasi informa ogni pietra e ogni statua. E – da Leon Battista Alberti a Giorgio Vasari, da Giovan Pietro Bellori a Luigi Lanzi, a Roberto Longhi – il discorso sull'arte è sempre stato un discorso sull'interesse pubblico, non sull'intrattenimento privato: una altissima linea plurisecolare che è sfociata nella Costituzione, grazie alla quale la Repubblica «tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione». Con nuova solennità, il dettato costituzionale ha dunque riconsegnato alla storia dell'arte il suo antico ruolo: quello di contribuire alla costruzione del futuro tenendo viva e attiva la funzione civile e morale dell'arte del passato. In altre parole, tutelare davvero «il patrimonio storico e artistico della Nazione» vuol dire insegnarne il linguaggio e il significato a ogni nuova generazione.

Ma la storia dell'arte come disciplina scientifica attraversa una fase di estrema debolezza. Non è piú sicura dei suoi valori, non è piú sicura della sua identità umanistica, non è piú sicura di voler essere “storia”. E non trova né la voglia né le parole per rivolgersi alla società. Cosí gli storici dell'arte parlano solo ad altri storici dell'arte, spesso senza comprendersi.

In compenso, molti altri hanno capito che l'amore per la storia dell'arte può essere un ottimo affare. Lo hanno compreso il potere politico e quello religioso, i mezzi di comunicazione e l'università: ed è scattata una vera e propria corsa all'abuso, all'asservimento, allo sfruttamento intensivo della storia dell'arte.

Naturalmente, la mistificazione commerciale della cultura è un fenomeno assai largo e complesso, e non riguarda certo la sola storia dell'arte. Ma la “facilità” e l’“attualità” del linguaggio delle immagini seducono un pubblico vastissimo, convinto di poter

accedere alla piú alta cultura senza alcuno sforzo. Il presupposto fondamentale è che la storia dell'arte non deve educare, ma divertire. E cosí, mentre la grande parte del patrimonio artistico nazionale è abbandonata a se stessa, un marketing implacabile costruisce continuamente «eventi» mediatici intorno a pochi oggetti-simbolo capaci di assicurare consenso ai politici locali e nazionali, ritorno di immagine agli sponsor, pubblicità ai giornali ed «evasione culturale» al grande pubblico. Il piú eloquente simbolo di questa situazione è Pompei. Invece di rafforzare le competenze tecniche capaci di assicurarne la tutela, si è preferito affidare gli scavi a commissari che ne rilanciassero l'immagine attraverso «eventi» e campagne mediatiche: il risultato è stato il clamoroso crollo della *Schola armatorum*, avvenuto il 6 novembre 2010. Se non capiremo che quel crollo si deve a una catastrofe culturale, saremo condannati a vederne molti altri.

Il degrado del tessuto artistico e paesaggistico che abbiamo ereditato è infatti direttamente connesso al degrado del ruolo che la storia dell'arte gioca nel nostro discorso pubblico: non piú sapere critico, strumento di riscatto morale, di liberazione culturale e di crescita umana, ma invece fiorente settore dell'industria dell'intrattenimento “culturale”, e dunque fattore di alienazione, di regressione intellettuale e di programmatico ottundimento del senso critico.

L'ultimo, opaco residuo della centralità dell'arte nella nostra storia nazionale è la diffusa curiosità che essa ancora suscita. I grandi media internazionali parlano spesso dell'Italia attraverso il filtro dell'arte: cioè attraverso gli specchi deformanti delle improbabili “scoperte” e dei curiosi accadimenti che hanno per protagonista, sebbene suo malgrado, il nostro patrimonio culturale. Il *David* di Donatello restaurato

dalla Protezione civile ed esposto in uno *stand* della Fiera di Milano, oppure le pretese ossa di Caravaggio portate in trionfo sulla barca di Cesare Previti²: episodi come questi possono far intuire il grado della degenerazione. Ma nessuno specchio sembra tanto grande da riflettere le premesse e le conseguenze del drammatico smarrimento della storia dell'arte.

Eppure, a ben guardare, esiste una vicenda capace di raccontare tutta intera la complessità di questa crisi: ed è quella che ha visto una dignitosa scultura anonima rinascimentale trasformarsi in un capolavoro del massimo artista della nostra storia. È la saga del *Cristo* «di Michelangelo», che è stato acquistato a caro prezzo dallo Stato italiano e ha occupato le cronache tra la fine del 2008 e l'autunno del 2009. Credo sia difficile trovare un'altra opera d'arte che sia stata esibita, nel giro di dieci giorni, al papa, al presidente della Repubblica e a quello della Camera; che sia stata portata fisicamente negli studi del Tg1; della quale sia stato progettato l'invio negli Stati Uniti, a solennizzare l'insediamento di un nuovo presidente; che sia stata esposta a Montecitorio; che, per oltre un anno dal suo acquisto, sia stata ininterrottamente protagonista di mostre monografiche da Trapani a Milano; che sia stata sommersa da un paragonabile diluvio di retorica autocelebrativa da parte del governo, e per opera della stampa tutta.

Questa vicenda appare una metafora perfetta del ruolo della storia dell'arte nella società italiana contemporanea: e raccontarla significa parlare di una realtà vastissima, che la trascende di gran lunga. Significa parlare del potere del mercato, dell'inadeguatezza

² Cfr. P. BATTISTA, *Il Merisi, le reliquie: un'incauta adorazione*, in «Corriere della Sera», 20 luglio 2010.

degli storici dell'arte, della cinica manipolazione dei politici e delle gerarchie ecclesiastiche, del sistema delle mostre, del miope opportunismo dell'università e della complice superficialità dei mezzi di comunicazione. Anzi, questa incredibile storia può rivelarsi interessante anche per chi non abbia particolarmente a cuore il destino della storia dell'arte, o quello del patrimonio artistico nazionale: essa aiuta, per esempio, a comprendere quanto siano diventati irrilevanti gli argomenti razionali nella vita pubblica italiana, ormai completamente dominata da un preoccupante infantilismo³.

Se la bolsa e fumosa retorica delle «cose belle» nasconde uno spaventoso intreccio di interessi, la conoscenza puntuale della vicenda del *Cristo* «di Michelangelo» consente di portare alla luce proprio quell'intreccio. Non è certo una vista edificante, e qualcuno potrà stupirsi che l'amore del bello possa indurre a investigare e narrare simili brutture. Ma se vogliamo salvare il nostro patrimonio artistico, prima ancora che parlare di fondi, leggi, manutenzione e competenze tecniche dobbiamo chiederci a cosa serve quel patrimonio: qual è, cioè, il ruolo dell'arte del passato nel mondo di oggi. Per far questo abbiamo bisogno di una storia dell'arte funzionante: e se vogliamo che la storia dell'arte provi a recuperare il suo statuto di conoscenza critica, la sua altissima vocazione civile e la sua missione costituzionale, è necessario guardare alle cose per quello che sono.

E, d'altra parte, il primo dovere di uno storico dell'arte non è forse quello di tenere gli occhi bene aperti?

³ È questa la prospettiva di *Come si diventa Michelangelo* di Claudio Giunta, una ulteriore analisi di questa vicenda, di prossima pubblicazione.