

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PISA  
Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere  
Corso di Laurea Magistrale in Filosofia e Forme del Sapere

Tesi di Laurea  
Pratiche collezionistiche: dai Musei a Facebook.  
Osservazioni filosofiche e antropologiche

RELATRICE

dott.ssa Manuela PASCHI

CONTRORELATORE

prof. Gennar Luigi LINGUITI

CANDIDATA

Silvia DE LUCA

ANNO ACCADEMICO 2013/2014

*Sponderò attentamente la mia sincerità  
parlerò di rivolta con caparbia  
seguirò, tratterò un sentiero ovunque sia  
una strada buia forse ma mia.*

Pierangelo Bertoli

*L'anima libera è rara, ma quando la vedi la  
riconosci: soprattutto perché provi un senso  
di benessere quando gli sei vicino.*

Charles Bukowski

# **Pratiche collezionistiche: dai musei a Facebook. Osservazioni filosofiche e antropologiche.**

## **Introduzione**

**1- Dei musei e altre collezioni.**

**1.2- Confronto tra culture.**

**1.3- Decontestualizzazione.**

**2-Il collezionismo.**

**2.1- La passione dell'amatore.**

**2.2- Collezionare se stessi: accumulare arte e cultura.**

**2.3- The meaning of thing: oggetti come segni.**

**2.4- The Rear Window.**

**3- Società collezionista vs società del Dono.**

**3.1- L'individuo solipsistico.**

**4- Il ruolo dell'arte. Una conclusione.**

## **Ringraziamenti**

## **Bibliografia**

*A Liberata, nonna dallo spirito anarchico.*

## **Introduzione.**

What is life if, full of care,  
we have no time to stand and stare.  
[...]  
A poor life this if, full of care,  
We have no time to stand and stare.<sup>1</sup>

Nel gennaio de 2007, se vi foste trovati a Washington avreste potuto partecipare ad uno dei più significati esperimenti sociali del nostro tempo. All'angolo di una stazione, un giovane artista di strada sta suonando il violino. È una delle ora di punta della giornata, le persone corrono per la metro impegnate a considerare le loro faccende e i vari impegni lavorativi e non della giornata.

Il concerto del giovane dura 43 minuti, la sua musica è superba, il violino uno Stradivari, le note di Bach, Schubert, ma in pochissimi si fermano anche solo ad osservare la scena. Nessuno si rende conto di trovarsi di fronte non solo uno dei più grandi violinisti del nostro tempo, Joshua Bell, ma anche di avere la possibilità di ascoltare alcuni tra i pezzi più belli della musica classica per violino in una stazione metropolitana. Nessuno trova il tempo per fermarsi un momento ad ascoltare, a perdersi nella magia di quel momento. Avrebbero potuto vivere un'epifania.

Lo stesso artista che tre giorni prima aveva registrato alla Symphony Hall di Boston il tutto esaurito, per quel concerto il prezzo più basso del biglietto equivaleva a 100 \$, nella metro riesce a malapena ad attrarre una trentina di persone. Il prezzo per il concerto alla stazione corrispondeva alle

---

1 W. H. Davies, *Leisure*. Wikisource, 2007, agg. 2013 [ultima cons 13/10/2014]

offerte dei passanti, alla fine Bell si ritrova con 32.17\$.

Il violinista non si trova lì per caso, si tratta di un esperimento condotto dall'editorialista Gene Weingarten del Washington Post, lavoro per il quale vincerà il premio Pulitzer per il miglior articolo. L'esperimento viene condotto per poter rispondere alle seguenti domande:

Do you stop and listen? Do you hurry past with a blend of guilt and irritation, aware of your cupidity but annoyed by the unbidden demand on your time and your wallet? Do you throw in a buck, just to be polite? Does your decision change if he's really bad? What if he's really good? Do you have time for beauty? Shouldn't you? What's the moral mathematics of the moment?<sup>2</sup>

L'esperimento era teso a scoprire come sarebbe stata accolta la bellezza, in questo caso la musica del violino di Bell, in un momento e in un luogo per lei fuori dal comune. I risultati sono stati sconfortanti.

Tutta la scena è stata filmata, e l'esperimento continuava con l'intervista di alcuni dei passanti, bisogna considerare che in quei 43 minuti delle 1000 persone che sono passate da quell'angolo pochissimi si sono fermati e hanno spostato la loro attenzione dagli impegni quotidiani alla magia di quella musica.

Non solo non si sono fermati ma la voce del violino è passata completamente inosservata, tanto che lo stesso Bell non poteva spiegarselo, visto che di "rumore" ne faceva tanto eccome. Sono stati intervistati alcuni di quelli che si sono fermati e alcuni tra quelli che non si sono fermati. Tra i primi c'è stato un certo Mortesen che di musica classica non si intendeva +affatto, ma che in quell'occasione si è fermato come catturato e poi ha spiegato all'intervistatore:

---

<sup>2</sup> G. Weingarten, "Pearls Before Breakfast: Can one of the nation's great musicians cut through the fog of a D.C. rush hour? Let's find out", *Washington Post*, 8/04/2007

whatever it was, it made me feel at peace<sup>3</sup>

il commesso del coffee shop della stazione ha sottolineato come subito si notasse la differenza tra quel ragazzo e gli altri artisti :

most people, they play music, they don't feel it.

Well, that man (Bell) was feeling it<sup>4</sup>.

Uomini, donne, vecchi e giovani, di ogni etnia, non faceva differenza, non si potrebbe fare una probabilità su chi dimostrasse più attrazione, tranne che per i bambini. Di tutti quelli che sono passati da quell'angolo, ognuno di loro non voleva proseguire, ma voleva fermarsi costringendo i genitori a far tardi, per godersi quello spettacolo. Ma come spesso accade è il genitore a guidare il bambino che veniva stratonato, non era un gioco, si faceva tardi a scuola o a lavoro. Questo dimostra la componente artistica-creativa dei bambini, le cui capacità vengono sempre sottovalutate, in questa occasione essi hanno dimostrato più maturità di tutti quegli adulti, sarà per via della loro istintiva tendenza all'anarchia.

L'invito di questa musica è stato accolto da pochissimi, la maggior parte delle 1000 persone intervenute a loro insaputa a questo esperimento non sono stati in grado di riconoscere il dono di grandiosa bellezza che in quel momento veniva offerto loro. Erano distanti, la loro più grande preoccupazione era quella di arrivare in orario in ufficio, per evitare la ramanzina del superiore, chi era intento a fare i propri calcoli matematici sulle spese, chi preferiva spendere 20\$ per dei biglietti della lotteria, piuttosto che lasciare qualche soldo per ringraziare quel giovane del regalo offerto. Nessuno aveva tempo per fermarsi, ascoltare e accogliere quella musica

---

3 *Ibidem*

4 *Ibidem*

The experiment at l'Elefant Plaza may be symptomatic of that. Not because people didn't have the capacity to understand beauty, but because it was irrelevant to them<sup>5</sup>

questa è stata l'osservazione di John Lane, autore di *Timeless Beauty: in the Arts and Everyday Life*. Ha colto un punto importante, non è venuta meno la capacità di recepire il bello e di vivere il momento estetico, viene a mancare l'interesse per il bello, viene relegato a degli ambienti, a dei momenti determinati.

Consideriamo quindi l'altro lato della medaglia. Tre giorni prima dell'esperimento all'Elefant Plaza Bell aveva tenuto un altro concerto, con un programma simile, il luogo era diverso, adibito alla percezione della musica, un luogo quasi sacro in cui anche un colpo di tosse viene recepito come un'offesa al momento. Lo stesso violinista, confesserà che l'intolleranza provata nella sala d'ascolto è completamente sparita di fronte il caos della stazione. Questo suggerisce come non sia tanto la musica ad esigere l'attenzione, il silenzio e una sala d'ascolto, questa può essere percepita come un miracolo in qualsiasi momento ed ambiente. Il fatto che molta gente non si fosse fermata non dimostra che in quell'ambiente fosse impossibile dedicarsi un momento di ozio e riflessione, la trascendenza può essere raggiunta in ogni ambiente, basta essere pronti ad accogliere la bellezza.

La differenza tra la partecipazione registrata alla sala d'ascolto e quella alla stazione, trova un'ulteriore spiegazione. Se alla base della comunicazione deve esserci un sostrato comune di linguaggio e di conoscenze, si può

---

5 *Ibidem*, John Lane.

assumere come segno<sup>6</sup> non solo “text and image”<sup>7</sup>, ma un sostrato comune formato da segni riconoscibili ed interpretabili da ogni individuo di una comunità che permette la comprensione e che sottende sia il significato che il significante, senza dei quali non potrebbe esserci interpretazione e comunicazione. Se

the sign are by their nature products of the history of their use<sup>8</sup>

la sala d'ascolto o la stazione possono essere considerati come segni i quali portano con se un bagaglio di significati.

Il segno è l'unione del significante che rimanda ad un contenuto, per fare un esempio banale la tonaca indossata da un uomo è un segno che ci fa automaticamente dedurre che quello sia un prete. Ma come ci insegna la cultura popolare: l'abito non fa il monaco. Cioè il segno tonaca trae in inganno, automaticamente si pensa che colui che la indossa sia un monaco, ma per sapere se effettivamente sia così bisognerebbe andare oltre la superficie. Il significante rimanda ad un contenuto.

Nel caso Joshua Bell, è evidente come ciò che importa non sia effettivamente la musica, ma l'immagine che si ha di sé nel gustare la musica alla sala d'ascolto, ci si dà un tono. La musica è la medesima alla stazione e alla sala d'ascolto, ma nel primo caso viene boicottata dalla

grim *danse macabre* to indifference, inertia and the dingy, gray rush of  
modernity<sup>9</sup>

nel secondo invece l'aspetto dignitoso, regale e colto attrae e permette di fare il pienone. Il segno cambia ed anche la sua significazione, la differenza sta nel fatto che questo secondo caso è un significante che

---

6 Quando userò il termine segno in questo lavoro mi riferirò alle definizioni che ne danno J.-M. Floch in *Visual Identities*, London, Continuum, 2000; e alla teoria di scambio segno formulata da J. Baudrillard in *Per una critica dell'economia politica del segno*, Milano-Udina, Mimesis, 2010.

7 J.-M. Floch, *op. cit.*, pg 8

8 *Ibidem*

9 G. Weingarten, *op. Cit.*

rimanda ad un certo contenuto, è infatti, da persone colte e raffinate sedersi in una sala d'ascolto, in un teatro e gustarsi la musica, ma la musica è in secondo piano. In primissimo c'è il compiacimento nel trovarsi lì in quel posto. Il rapporto con la cultura non è più di fruizione e sviluppo interiore, l'individuo si limita ad una manifestazione esteriore della conoscenza, rappresenta un altro pezzo da esporre per alimentare il proprio narcisismo.

Il mondo di Facebook è il mondo in cui domina questo tipo di rapporti con la cultura, quanti postano la propria immagine in un certo luogo di cultura, quanti fanno mostra attraverso il sempre più frequente citazionismo, di conoscere opere e grandi autori, che magari hanno letto, magari no, canzoni, film, rimandi e citazioni da ogni tipo di forma di cultura. Quello che vogliono attraverso questa attività è ricevere riconoscimenti che nella vita reale non potrebbero avere, perché nella vita reale il profilo è tridimensionale, non piatto oltre una superficie c'è dell'altro. Questo è un esempio di vero e proprio “accaparramento”<sup>10</sup> superficiale di cultura. Un rapporto collezionistico si è sostituito al rapporto di crescita con il sapere. Questo tipo di rapporto va oltre facebook, nella vita di ogni giorno, si incontra ogni tipo di persona che si presenta come una bella vetrina, esponendo il proprio sapere, la propria conoscenza in modo da dedurre, come nel caso del prete, che l'abito fa il monaco, e cioè che ci si trova davanti una persona colta, intelligente, acuta, dai tanti interessi, curiosa. Spesso però, andando ad indagare oltre la superficie, si scopre che tutto ciò che questa persona conosce e di cui fa mostra è frutto di un'accumulazione

---

10 Con questo termine rimando all'idea di J. Clifford in *I frutti puri impazziscono*, Torino, Bollati Boringhieri, secondo cui le pratiche collezionistiche e di accaparramento si trovano alla base non solo del confronto della cultura occidentale con le altre ma anche all'accaparramento del mondo operato dall'individuo nella costituzione della sua identità.

non di una crescita. C'è differenza tra le due cose. La crescita implica un travaglio interiore, una riflessione, un'assimilazione della cultura.

L'accumulazione no, implica la vanità del sapere. Tanta conoscenza permette di sentirsi una persona di un certo fascino, se vogliamo anche superiore agli altri.

Le forme di accumulazione non si fermano a questo, il problema subentra nel momento in cui il limite tra superficie e contenuto non esiste più ed esiste solo superficie. Avviene così che la costruzione del sé diventa un atto collezionistico. Il problema del carattere collezionistico della formazione identitaria, vedremo, comporta l'abbandono dell'approccio alla cultura come confronto. In S. Stewart<sup>11</sup> l'atto del collezionare viene paragonato alla metafora, basata sulla proprietà transitiva:

when one wants to disparage the souvenir, one says that is not authentic;

when one wants to disparage the collected objects one says “it is not you”<sup>12</sup>

confrontata con il souvenir la collezione risulta essere una costruzione arbitraria, per la quale gli oggetti perdono la loro storia per andare a definire quella del collezionista. È interessante la differenza che fa notare la Stewart, quando si vuole privare di valore un souvenir si usa dire che non è autentico, mentre per la collezione che “non sei tu”, dove il “tu” sta per il collezionista. Pone l'accento sul fatto che la collezione va a costituire parte del sé del proprietario, cioè la collezione si organizza così come si organizza l'identità del suo proprietario con un'influenza reciproca, tanto che:

the ultimate term in the series that marks the collections is the “self”, the articulation of the collector's own identity.<sup>13</sup>

---

11 S. Stewart, *On logging*, Duke University Press, 1993, edizione Kindle.

12 *Ibidem*.

13 *Ibidem*.

Cerchiamo di spiegare meglio come il collezionismo possa trovare analogia con la metafora. Prendiamo ad esempio la famosa metafora che farà innamorare Beatrice del postino Massimo Troisi, lui le dice “*il tuo sorriso si espande come una farfalla*”, quello che voleva intendere il poeta non è che effettivamente sul volto di Beatrice appare una farfalla, ma che come le ali della farfalla nascondono colori bellissimi ed al loro aprirsi si rimane stupiti ed abbagliati, così lui rimane abbagliato dal sorriso di Beatrice. Come si può vedere da questo esempio, c'è stato una sovrapposizione di immagini: lo splendore della farfalla è stato scelto per rendere lo splendore del sorriso di Beatrice. Così avviene nel collezionismo. Il collezionista seriale cerca di costruire la propria identità tramite il possesso degli oggetti, di modo che avvenga lo stesso slittamento di significato che avviene nella metafora. *Collezionare sé stessi* scrive M. Rehims, spiegando come la rappresentazione individuale spesso si trovi alla base di questa passione

l'orgoglio è uno dei motori dell'attività umana, e la storia della curiosità non potrebbe certo smentire questo assioma<sup>14</sup>

collezionare oggetti che alimentano la propria vanità e aumentano la stima dell'immagine che si ha di sé, in questo senso collezionare sé stessi. Avere la collezione davanti agli occhi è un po' come specchiarsi, per associazione, le qualità dell'oggetto e il significato cui rimanda possederli vengono assorbiti dal proprietario. Qualità che magari costui non possiede effettivamente, ma crede di possederle possedendo questi oggetti. La costruzione dell'identità non passa quindi per una conoscenza di sé, un approfondito lavoro interiore, ma tramite un assorbimento di tipo osmotico dall'oggetto al soggetto.

---

14 M. Rehims, *L'affascinante storia del collezionismo*

Si tratta di un rapporto collezionistico che si è sviluppato nei confronti della cultura, accumulare sapere non per una propria crescita individuale, ma perché la quantità ha sostituito la qualità. Correre in giro per il mondo a visitare quanti più musei possibili è una forma di accumulazione e di costruzione dell'io<sup>15</sup>.

L'ammirazione per il significato cui rimanda il significante è tale che vogliamo assumere quella forma e quell'aspetto, allora si scambia la forma per il contenuto e si suppone che basti avere quella forma per assumerne il contenuto. L'immagine dell'uomo colto, affascinante e aggiornata viene definita da *segni distintivi*, di conseguenza, sempre per l'illusione ottica dell'abito del monaco, si presuppone che per poter avere quella forma basti assumere gli atteggiamenti esteriori.

Per fare un ulteriore esempio del ribelle, si prendono i caratteri esteriori, la forma, e si assumono per potersi dare e dare agli altri l'impressione di essere dei ribelli. Spesso, grattando via il trucco si scopre che era tutta una realtà costruita, e che oltre il profilo non c'è nulla. Si tratta di un'illusione ottica basata sullo scambio tra forma e contenuto. La pubblicità è uno degli spazi che fa ampio uso di questa illusione, quello che vuole vendere è un'immagine. La linea di borse ispirate a Grace Kelly, porta l'acquirente a credere che possedendo quell'articolo assumerà l'eleganza e la finezza della principessa. Un esempio più banale: la maglietta con l'immagine di Che Guevara sta a dimostrare agli altri l'aderenza ad un'ideologia, spesso però oltre la maglietta non c'è niente. Viene adottata come *segno distintivo*, affinché gli altri abbiano un'idea di me e la loro approvazione alimenti la

---

15 Per questo tema mi sono avvalsa dei ricchi studi della CCT, "Consumer Culture Theory": E.J. Arnould & C. J. Thompson "Consumer culture theory, CCT. Twenty years of research", *Journal of consumer research*, vol. 31, March 2005. Con particolare riferimento ai lavori di Belk, 1988. Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981; S.S. Kleine & R.E. Kleine III & C. T. Allen, 1995; K. Wattanasuwan 2005; S. Sayre & D. Home, 1995.

mia vanità. Nelle pubblicità dei profumi, si spendono ogni tipo di forma, la femme fatale, la donna in carriera, la donna libera, quella ribelle, idem per gli uomini, inducendo chi compra a farlo non per la qualità del profumo, ma per l'immagine ad esso associata. Il punto è che il bombardamento che viene da tutta questa pubblicità, abitua l'uomo medio a ragionare in questo modo, a semplificare l'associazione dei *segni distintivi* a certi valori o ideali. Il contenuto, viene reso all'osso, all'immagine.

Il percorso che compio in questo lavoro, parte dalla nascita dei musei, ne indaga il senso dell'origine, per fare questo mi sono confrontata con il testo di James Clifford, *I frutti puri impazziscono*, del 1988. Il testo dell'etnografo rientra tra quelli che avanzarono le critiche al metodo etnografico ed antropologico, uno sguardo non sulle culture degli altri, ma sulla cultura occidentale, sulla nostra cultura e suoi metodi di appropriazione. Quello che costruisce Clifford nel suo lavoro è una critica alla costruzione e strutturazione dell'io occidentale. Il capitolo sul quale maggiormente mi sono soffermata è *Collezioni*, costituito da due parti: *Storie del tribale e del moderno* e *Collezionare arte e Cultura*. Il primo di questi capitoli solleva questioni interessanti riguardo l'atteggiamento tenuto dagli occidentali nei confronti dei manufatti delle altre culture. Questa analisi permette di cogliere degli aspetti funzionali alla cultura: i sistemi di valori e di codificazione ideologica. Mostra come l'atteggiamento nei confronti delle culture altre da classificatorio informativo funzionale allo studio antropologico sia passato a possessivo, nel senso che cambiando le strutture mentali ed ideologiche agli inizi del '900 cambia anche il modo di rapportarsi con gli oggetti. Quelli che prima erano

antichità, curiosità esotiche od orientali, resti dell'uomo primitivo e così via<sup>16</sup>

assumono nuova luce, ed entrano a far parte del bagaglio culturale mondiale come testimonianza di un gusto universale, grazie alla corrente primitivista del '900. In questo comportamento Clifford rintraccia il carattere tipico del collezionismo, le opere e i manufatti “rubati” alle altre culture vengono infatti selezionate, decontestualizzate e a loro viene affidato un nuovo senso, per assimilarle al *sistema degli oggetti* in cui essi possano assumere il valore arbitrario

la valutazione e l'interpretazione di oggetti tribali avviene all'interno di un moderno <<sistema degli oggetti>> che conferisce valore a determinate cose e lo rifiuta ad altre<sup>17</sup>

In questo caso riscattare le opere da tempo accumulate e stipate, dare loro la possibilità di essere esposte come geniali rappresentazioni del genio artistico dell'uomo non significa raccontare la loro storia, la loro identità, ma un'altra storia

e, in effetti, l'ignoranza del contesto culturale sembra quasi essere precondizione dell'apprezzamento artistico. In questo sistema degli oggetti un pezzo tribale viene strappato da un ambiente per poter liberamente circolare in un altro, un mondo d'arte: di musei, di mercati e di amatori.<sup>18</sup>

Il movimento collezionistico, presuppone l'appropriazione dell'oggetto, d'arte o meno che sia, la privazione del suo contesto, quindi il mancato riconoscimento del suo valore e della sua identità, per poterli liberamente sfruttare secondo la propria immagine

in order to construct this narrative of interiority it is necessary to obliterate

---

16 J. Clifford, *I frutti puri impazziscono*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010, 3° ed. pp 232

17 *Id*, pg 231

18 *Id*, pg 233

the object's context of origin<sup>19</sup>

La cultura risulta essere frutto di un presente inventivo che manipola il proprio passato, per costruire e ristrutturare la propria identità<sup>20</sup>.

Appropriazione e accumulazione di cultura, vengono quindi intesi nel mio lavoro come possono esserlo nel rapporto collezionistico.

Accumulare cultura implica un'azione che mira alla quantità non alla qualità e non presuppone un livello di crescita interiore ma solo un <<dispiegamento dell'io>>, la costruzione della collezione presuppone uno spazio ed un tempo chiuso, necessari per dare forma all'immagine del mondo che si ha. Così, come sottolinea anche Susan Stewart<sup>21</sup> il museo è il migliore rappresentate dell'attività collezionistica, in esso infatti vengono catalogati, decontestualizzati tesori che sistemati in un certo ordine possano dare una forma e un'idea della realtà. Il lavoro di Clifford, tende quindi a mostrare come non sia del tutto innocente la tendenza dell'occidente ad accumulare la cultura e come la forma collezionistica sia sempre stata e tuttora è il principale medium per costruire identità:

mettere insieme e preservare una sfera autentica d'identità non può essere naturale o innocente. Essa è inscindibilmente legata a politiche nazionalistiche , a leggi restrittive e a discutibili codificazioni del passato e del futuro.<sup>22</sup>

La costruzione di identità nazionali attraverso sistemi di valori arbitrari e manipolazioni del materiale storico-culturale dei musei, rispecchia quello che è un istinto anche dell'individuo: tendendo a costruire la propria identità non attraverso un travaglio,accontentandosi di aumentare quantitativamente il proprio sapere, dando forma *bidimensionale* al sé.

---

19 S. Stewart, *op. cit.*

20 J. Clifford, *op. cit.*

21 S. Stewart, *On Logging,*

22 J. Clifford, *op. cit. pg 252*

Clifford oppone giustamente a questo tipo di accaparramento quello delle culture del dono in cui l'oggetto viene accumulato ma per essere elargito agli altri. Nel caso del collezionista, con l'oggetto si viene ad instaurare un rapporto di esclusività. L'accumulazione così intesa, porta come figlio legittimo, la fruizione dell'opera d'arte come esibizione e quindi alla cultura del selfie e alle masse informi che popolano i musei e che non vi si dirigono per un'esperienza estetica. Questa è la prima delle forme di conoscenza, il problema è che il valore che le viene attribuito oggi è pressoché nullo, al suo posto

elementi marginali, come il piacere di collezionare, di esibire, di possedere e di apparire, si spacciano per valori estetici<sup>23</sup>

non corrisponde più ad un momento di crescita e magari di comprensione del mondo, o anche semplicemente di stupore. Questo ci porta alla domanda finale: in un mondo indaffarato, sempre più individualista, è possibile un'educazione estetica?

Quando ho iniziato a lavorare a questa tesi, non era ancora formata del tutto nella mia testa, ho iniziato a leggere, scovare libri, nei quali ho trovato spunti, osservazioni. Tutto è nato dal testo di Clifford, è stato come una folgorazione, pieno di osservazioni, critiche e punti di vista che non avevo mai conosciuto prima. Leggendolo ha iniziato a formarsi nella mia mente, l'idea che alla base dell'attuale rapporto con la cultura ci fosse un rapporto collezionistico, di accaparramento, non di “coltivazione”. Il termine “cultura” è entrato a far parte del nostro vocabolario, così come lo intendiamo oggi, solo durante il 1800. Clifford riporta lo studio compiuto da Williams in diversi suoi scritti: *Culture and Society, Keywords* nei quali

---

23 J. Dewey, *Arte come esperienza*, Palermo, Aesthetica , 2007

analizza la genesi e l'ascesa dei due concetti di *arte* e *cultura* nella società occidentale

arte e cultura emersero dopo il 1800 come domini reciprocamente rafforzanti del valore umano, come strategie per raccogliere, delimitare e proteggere le migliori e più interessanti creazioni dell'«Uomo»<sup>24</sup>.

Il termine cultura ha le sue origini nel termine latino *colĕre*, che significa coltivare. Bisogna immaginare lo studio, la conoscenza, il confronto con le opere d'ingegno degli uomini come l'azione che il contadino compie nel prendersi cura del suo orto. Ecco un altro termine che va segnalato *cura*. Il carattere collezionistico del rapporto con la cultura non presuppone nulla di tutto questo, somiglia di più, se si vuole costruire un'immagine analoga, all'acquirente che si rivolge al contadino e compra i prodotti del suo orto già belli e pronti. A differenza del primo, non metterà la stessa cura, né aspetterà con ansia che i germogli facciano capolino, né temerà le tempeste, il gelo, o il caldo torrido. Usufruirà dei prodotti della terra, probabilmente senza porvi la minima attenzione. Ho osservato il mondo, ho cercato nei libri le risposte, e alla fine il mio lavoro di studio e *coltivazione* mi ha permesso di capire. Tutto nasce forse dal disprezzo che si può provare quando si sente parlare della filosofia come un discorso da bar, utile solo a dimostrare quanto si è abili con la logica e la retorica, ma non è solo la filosofia ad essere diventata *ancella della vanità*, non più come suggeriva Wittgenstein

un lavoro su se stessi, sul proprio modo di pensare; sul proprio modo di vedere le cose<sup>25</sup>

La cultura in generale, subisce questo destino. Temo che ci siano delle strutture antropologiche e linguistiche che devono essere indagate per

---

24 J. Clifford, *op. cit.*, pg 269-270

25 L. Wittgenstein, *La Filosofia*, Roma, Donzelli, 2006, pg 5

riuscire a comprendere definitivamente perché il nostro tempo ha questo rapporto con i doni del pensiero.

## 1- Dei musei e altre collezioni.

La parola museo deriva dal greco *museion*, designava il luogo sacro alle Muse, divinità figlie di Zeus che con Apollo erano dedite alle arti e alle scienze. Il primo museo di cui la storia ha memoria è quello di Alessandria un'istituzione scientifica e letteraria in cui si confrontavano i maggiori sapienti del tempo. Fortemente voluta da Tolomeo Soter, l'istituzione alessandrina si ispira al Peripato, Liceo di Aristotele, in essa dovevano essere raccolte tutte le conoscenze fino a quel momento raggiunte e potevano aumentare. Il Museo di Alessandria, non era affatto un museo come lo si conosce oggi, era una specie di laboratorio in cui le più grandi menti del mondo conosciuto si riunivano per approfondire le conoscenze, a loro disposizione avevano la ricca biblioteca, un osservatorio, un orto botanico, un giardino zoologico, sale anatomiche e di lettura.

Altre forme di museo erano le mostre dei bottini di guerra, a cui tutte la popolazione poteva partecipare, atti a testimoniare la propria grandezza e potenza, per esempio la

collezione romana nasce dal bottino di guerra. Nasce con questa rapina (o se volete, diritto di conquista) l'accumulazione di oggetti insigni, l'orgoglio di incrementare il cumulo, il mercato che immediatamente ne consegue.<sup>26</sup>

Dal Medioevo in poi essi vengono caratterizzati da una sempre maggiore ricercatezza degli oggetti, curiosità e non solo. Anche i reliquiari erano forme museali. Già ai suoi albori, quindi questa istituzione predilige le particolarità, le ricercatezze, erano tempi in cui si viaggiava poco, ciò che si conosceva era noto grazie ai racconti dei mercanti, come il famoso *Milione* di Marco Polo e dei funzionari statali, dei pellegrini. Per poter conoscere e

---

<sup>26</sup> U. Eco, *Il museo nel terzo millennio*, Conferenza tenuta al Museo Guggenheim di Bilbao il 25 giugno 2001

vedere le grandi bellezze del mondo conosciuto si doveva viaggiare. Ma i grandi signori avevano anche la possibilità di acquistare queste rarità così nacquero i gabinetti delle curiosità, le *kunstkammern*: da Federico II al piccolo tesoro di Sisto IV che costituisce le origini dei Musei Capitolini. Si trattava di veri e propri microcosmi nei quali si poteva trovare ogni tipo di oggetto dall'ordinario allo straordinario, lo scopo di questi *gabinetti della curiosità* era di stupire.

Il Rinascimento porta alla nascita degli Uffizi di Firenze e di altre raccolte tutte curate da ricche e facoltose famiglia. Quello che caratterizza tutti i musei fin qui citati e quelli che si costituiranno fino all'inizio del XIX secolo è il loro *interesse privato*, non si tratta di musei nazionali, storici, essi sono frutto del gusto e dell'interesse del proprietario.

Dal XIX secolo in poi la frenesia della classificazione, dovuta forse in parte al crescente interesse per la storia naturale, in parte al costituirsi dei nazionalismi, porta alla costituzione di musei in base all'identità che vuole essere rappresentata: se si tratta di identità storica ecco nascere i musei di storia; l'identità nazionale trova sé stessa nel museo nazionale; la cultura scientifica si rappresenta attraverso la mostra della propria storia. Si cerca di costruire l'identità nazionale costruendo<sup>27</sup> la propria cultura.

Avviene che quello che prima era frutto di gusto estetico personale, diviene una vera e propria istituzione grazie alla quale conoscere, costruire e manifestare l'immagine di una identità. Come esempio di questo movimento di costruzione identitaria si possono citare il museo del Louvre pensato da Napoleone e il museo di Hitler. Nel progetto del primo il museo

---

27 Più avanti spiegherò cosa intendo per costruzione di culture, tema per il quale mi sono affidata alle analisi di J. Clifford, *op. cit* e Virginia Dominguez "The marketing of heritage", *American Ethnologist* Vol 13, no. 13, Ago 1986.

del Louvre sarebbe stato, e così fu, il primo museo pubblico e quale migliore nazione per ospitarlo se non la libera Francia. Doveva essere un museo nel quale raccogliere tutte le più grandi opere di genio della storia del continente, così da potere in un luogo osservare globalmente l'intera identità dei popoli. Magari un po' forzata come immagine, in realtà, alla base dell'idea napoleonica c'era nuovamente il suo cesarismo, la necessità di affermare il proprio potere non solo a livello militare e politico ma anche culturale. Il museo di Hitler, assume invece le forme di museo razziale, dopo un'attenta caccia, in questo museo dovevano raccogliersi le più grandi opere europee pure, molte opere di artisti ebrei infatti, andarono purtroppo distrutte. Il peggio sarà la famosa “Operazione Nerone”, sventata dai *monuments men*, l'ultimo comando di Hitler, comando di distruzione, tutte le opere raccolte dai nazisti durante questa caccia sarebbero dovute essere distrutte alla morte del fuhrer. La perdita per la storia e la coscienza europea sarebbe stata impensabile, un'umiliazione e una privazione a cui non si sarebbe potuto porre rimedio. Il museo del fuhrer, nella sua mente, assumeva i contorni non solo di un museo “razziale” attraverso il quale l'identità ariana poteva specchiarsi nella sua grandezza, ma anche la distruzione di altre identità.

Il Museo, quindi, diventa più concettuale, le opere che vengono esposte non lo sono per la loro bellezza, ma per la loro importanza. Vengono scelte in virtù di ciò che si vuole dimostrare e mostrare. Si passa dalla dimensione artistica, e anche fantastica se vogliamo, a quella storica<sup>28</sup>. Come in una frase vengono selezionate le giuste parole per esprimere il concetto che si vuole, così nel museo gli oggetti vengono posti per la loro importanza si,

---

28 D. Evola, “ Note per un'estetica della comunicazione museal”, *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp. 199-211.

ma relativamente a ciò che si vuole testimoniare, nelle Wunderkammer, in italiano camera delle meraviglie o gabinetto delle curiosità, ciò che contava era lo stupore di fronte a tutti quegli oggetti straordinari, stupore accompagnato certo dal valore pedagogico, quello che conta nei musei del 19 secolo è la parvenza di significato. L'esperienza estetica passa in secondo piano, se l'idea della Wunderkammer era di stupire e di avvicinarsi alla conoscenza del mondo costruendone un'immagine "microscopica", il museo assume più un carattere pedagogico, dando maggiore spazio alla funzione comunicativa-informativa<sup>29</sup>.

## 1.2- Confronto tra culture

Un valido esempio di come il museo andasse assumendo sempre più un aspetto concettuale a discapito del valore effettivo delle opere. L'esempio viene fornito dalla critica postcoloniale, la quale attraverso una critica dell'approccio etnografico ed antropologico, ha mostrato come

la costruzione operata dell'alterità operata dal museo, in quanto istituzione tipicamente occidentale finalizzata alla costruzione della *nostra* identità<sup>30</sup>.

Nel 1900 i manufatti raccolti da antropologi, etnografici durante i loro viaggi vengono ripescati nei laboratori, negli scantinati dei musei per trovare posto in prima fila accanto a opere del genio artistico occidentale. In un primo tempo questi artefatti non erano considerati "arte", ma venivano catalogati come feticci, manufatti

antichità, curiosità esotiche od orientali, resti dell'uomo primitivo.<sup>31</sup>

Al momento opportuno in questi manufatti viene riconosciuta dell'arte.

Messi a confronto con le opere dei primitivisti quali Picasso, Ernst,

---

29 *Id* pg 207

30 A. Contini, "I musei degli *altri*. Quale concetto di *arte* per le arti non occidentali?", *Studi di estetica*, n°45, 2012

31 C. James, *I frutti puri impazziscono*, Bollati Boringhieri, 3° edizione 2010, Torino.

Gauguin essi dovevano rappresentare l'universalità a-storica dell'arte, le radici comuni dell'arte occidentale e quella *non-occidentale*. L'idea a prima vista ha il suo fascino, suscita anche un certo interesse, ma analizzando più da vicino la situazione assume dei connotati inquietanti. Il concetto di questa mostra, si sta parlando della mostra tenuta dal MOMA (Museum of Modern Art) a New York negli anni 84-85 del secolo appena trascorso<sup>32</sup>, era quello di mostrare un'origine comune e una condivisione di universi e punti di vista di popoli lontani tra loro non soltanto geograficamente ma anche temporalmente. Senza badare alla reale origine e funzione degli artefatti non-occidentali i curatori della mostra si sono presi la libertà di affiancare le opere per la loro semplice affinità sensibile. Il testo del catalogo della mostra suggerisce il metodo utilizzato:

opportuni accoppiamenti di oggetti tribali e moderni dimostrano l'esistenza di denominatori comuni a esemplari artistici tra i quali non vi è influenza diretta<sup>33</sup>,

quel *opportuni accoppiamenti* testimonia la ponderata e arbitraria analisi delle somiglianze che ha determinato gli accostamenti alla ricerca di quei *denominatori comuni* che dovrebbero testimoniare l'universalità del genio artistico e creativo. Universalità alla quale vengono sacrificati contesto storico, politico, geografico e umano. Quello che risulta evidente è che la scelta di queste opere presuppone un certo punto di vista, che non è sicuramente quello delle popolazioni che hanno creato questi oggetti, i curatori della mostra selezionano gli artefatti non-occidentali in base alla somiglianza con le opere d'arte occidentali, l'importante non è che queste opere somiglino a quelle indigene, ma quelle indigene ad esse. L'occidente si riflette in queste opere cercando sempre se stesso non l'immagine

---

<sup>32</sup> *Id*, pg 221 e seg

<sup>33</sup> *Id* pg 228

autonoma di queste opere. Il punto di partenza è sempre quello occidentale che cerca una giustificazione nella somiglianza con le opere non-occidentali, ma solo quelle che somigliano, spogliate ovviamente del loro contesto. Tutto il resto risulta secondario e non necessario, perché non contribuisce al concetto che si vuole dimostrare.

I manufatti non-occidentali subiscono una nuova forma di colonialismo, di tipo diverso da quello geografico-politico, su di essi agisce la bramosia della cultura occidentale moderna. Lo sguardo della intelligenza occidentale guarda agli artefatti indigeni partendo dalle proprie classificazioni e dalla propria scala di valori artistici-culturali. Questa scala di valori viene imposta ai manufatti, fagocitati in un mondo diverso, accettati non per la loro natura, ma perché prima sono filtrati da valori conosciuti, poi identificati e compresi come segni riconoscibili. Essi sono decontestualizzati e posti all'interno di una collezione.

Questa attività di decontestualizzazione testimonia un ulteriore lato oscuro del moderno colonialismo culturale. Le opere indigene esposte non solo al MOMA ma anche in altri musei etnografici sono trattati come tesori rari salvati dalla morte della loro civiltà. Le culture che essi rappresentano sono come immerse in un passato paradisiaco che deve essere conservato, culture destinate all'estinzione, private della possibilità di evolversi,

l'esistenza concreta, inventiva, delle culture e degli artisti tribali viene cancellata in un processo di costituzione di mondi autentici, < tradizionali > o di valorizzazione dei loro prodotti nella categoria senza tempo dell'arte<sup>34</sup>.

L'ulteriore carattere del nuovo colonialismo è determinato da una certa forma di narcisismo e senso di colpa. L'immagine di superiorità che ha di

---

34 *Id*, pg 233

sé stessa porta la cultura occidentale a confinare le identità indigene in un passato a-storico, a preservarle e soprattutto a riscattarle. Considerate come estranee esse vengono codificate attraverso il codice dei segni della nostra cultura, private della loro identità possono essere esposte come culture salvate dall'oblio e dalla disintegrazione, esse in realtà risultano così esposte come l'ennesima grande operazione dell'occidente, il riscatto delle culture indigene di cui la cultura contemporanea porta la croce non è altro che la manifestazione del suo narcisismo. Essa infatti accetta le culture altre ma solo se investite come testimoni della magnanima capacità dell'occidente di confrontarsi con loro:

Spuntati a fine ottocento nei mercati delle pulci e nei musei, questi pezzi sono destinati ad essere riscattati esteticamente e a ricevere nuovo valore nel sistema degli oggetti proprio di un magnanimo modernismo<sup>35</sup>.

In queste operazioni è ancora molto evidente il pregiudizio occidentale nei confronti delle altre culture, esse non sono libere di essere esposte nella loro identità, ma devono essere associate alla nostra. Questo testimonia:

l'insaziabile desiderio dell'Occidente moderno di collezionare il mondo e il potere di farlo<sup>36</sup>.

L'altro come antitesi è sparito, è stato ridotto a categorie come “identità da salvare”, manufatti di culture fissate in un certo tempo e in un certo spazio. Effettivamente l'altro non viene riconosciuto nella sua alterità, è stato manipolato abbastanza da poter essere codificato. La civiltà occidentale nel suo narcisismo necessita di non avere antagonisti. Non può esserci conflitto, dove c'è conflitto c'è il riconoscimento di un altro con il quale confrontarsi. La civiltà di forma occidentale non riesce a reggere il

---

35 *Id.*, pg 236

36 *Id.*, pg 230

confronto, infatti sono sempre stati gli occidentali a portare la conoscenza, il sapere, il progresso. Le altre culture continuano ad essere inferiori anche nei musei in cui vengono mostrate come morte, in pericolo di estinzione. Rinnegando loro la possibilità effettiva di evolversi e lo statuto di cultura in evoluzione autonoma. Si può parlare dunque di *appropriazione* e *privazione*. Una società si arricchisce a sfavore di un'altra che perde la propria identità e la propria storia, divenendo di fatto un'antitesi-fantoccio con cui confrontarsi. Il conflitto tra tesi e antitesi termina con la sintesi, alla quale entrambe danno contributo. Eliminando l'antitesi, la tesi rimane la principale ed unica artefice della sintesi. Sintesi che non aumenta la conoscenza, anzi in questo movimento anti-dialettico l'occidente trova sempre sé stesso, l'antitesi è privata del suo potenziale di spaesamento e se si vuole anche distruttivo, per divenire un'immagine speculare della tesi. L'insaziabile desiderio dell'Occidente di collezionare il mondo e il potere di farlo di cui parlava Clifford,

una maggiore consapevolezza storica nell'esporre gli oggetti non occidentali e nel guardare ad essi può quanto meno riproporre il problema dei modi in cui gli antropologi, gli artisti e il pubblico collezionano se stessi e il mondo<sup>37</sup>.

Effettivamente questo rapporto anti-dialettico ha una struttura analoga a quello che si instaura tra il collezionista e la sua collezione, in cui ogni oggetto viene posto all'interno di una serialità, ma soprattutto decontestualizzato, la collezione per l'amatore è un'immagine speculare di se stesso.

Considerare gli artefatti non-occidentali nella loro ottica, o meglio nell'ottica dei popoli cui appartengono, conferirebbe loro un'identità, si

---

37 *Id.* pg 264

costituirebbero come antitesi autonoma, ma soprattutto, liberati dallo sguardo possessivo dell'Occidente, restituirebbero un'opposizione alla Tesi. Teoricamente uscire da questa impasse sembra impossibile. Anche volendo riconoscere loro la propria autonomia, nel loro spazio-tempo, rimane la necessità di definirli. Definendoli arte non si esce dal circolo, infatti, cosa permette ad una cultura di etichettare un'altra?

Non rischiamo forse, classificando questi oggetti come opere d'arte, di applicare loro un'etichetta che ha davvero senso solo entro i confini della cultura occidentale?<sup>38</sup>,

è legittimo scegliere arbitrariamente di classificare i manufatti di una cultura diversa in base ai propri sistemi valutativi? È sempre il soggetto (o i soggetti nel caso delle collettività) a dare valore all'oggetto,

gli oggetti antichi sono dotati di un senso di <<profondità>> dai loro collezionisti innamorati della storia. La temporalità viene reificata e salvata come origine, bellezza e sapere<sup>39</sup>.

Ecco l'importanza della decontestualizzazione e del fermo storico

l'esistenza concreta, inventiva, delle culture e degli artisti tribali viene cancellata in un processo *di costituzione di mondi autentici*, <<tradizionali>> o di valorizzazione dei loro prodotti nella categoria senza tempo dell'arte<sup>40</sup>

ponendo gli oggetti in un ambiente a-settico, cioè lontano da ogni possibile modifica, in quanto oggetto privo di vita, esso acquista autenticità e valore. Gli oggetti etnografici per rientrare nelle categorie occidentali dovevano essere morti, lontani “dalle consuetudini e dalla loro concreta situazione storica”<sup>41</sup>. Quindi, come è evidente, si parte dal presupposto, che in ogni

---

38 A. Contini, *op. cit.*

39 J. Clifford, *op. cit.* pg 256.

40 *Id.* pg 233

41 *Id.* pg 263.

modo avere un occhio critico sulle altre culture, deve essere conseguenza di un'analisi critica della propria cultura.

Si tratta di tattiche collezionistiche, gli oggetti di una collezione, vengono scelti in quanto rappresentanti di un certo ordine del mondo, cercando di dare ordine al caos esteriore, il collezionista cerca in realtà di dare ordine alla propria interiorità,

il gusto della collezione non è solo un modo di controllare, classificare, manipolare il mondo esterno, ma anche di conquistare il proprio mondo interno, quello delle emozioni e dei pensieri, sottintendendo a ciò il processo che conduce all'equivalenza tra sentimenti, pensieri e cose<sup>42</sup>.

Nella collezione, l'oggetto perde il proprio contesto, rimane certo il suo passato, ma il suo valore d'uso, viene sostituito dal valore espositivo e da quello emotivo.

Il museo dunque, è un'istituzione attraverso la quale costruire la propria culturale e attraverso questa un'identità. Nello stesso periodo in cui si sviluppa questa immagine del museo, si può rintracciare la crescita della consapevolezza di un'identità nazionale. Avviene un vero e proprio cambiamento di prospettiva, che potrebbe essere imputato ad una nuova visione della storia. Volendo considerare la trasformazione del Louvre da gabinetto reale a “*Muséum central des Arts*” avvenuta nel 1793, durante la rivoluzione, come spartiacque, si può dire che dalla fine del '700 si inizia ad avere una diversa concezione della propria coscienza nazionale. La nascita dei nazionalismi, comporta un cambiamento essenziale nella weltanschauung, con la nascita dell'idea di Nazione bisogna costituire anche un'identità nazionale storica, in un continuum spazio-temporale con il suo passato. Durante il periodo storico dell'*Ancien Régime* questa

---

42 A. & F. Molfino, *Il possesso della bellezza*, Torino, Umberto Allemandi & C., 1997.

continuità era dettata dal susseguirsi di eredi al trono appartenenti alla dinastia reale, si trattava di una garanzia di sangue. Nel momento in cui questo legame viene meno, per costruire l'unità e l'identità di una Nazione e di un popolo bisognava ricorrere ad altri strumenti, la semplice identificazione con un casa regnante era insufficiente.

L'identità di un popolo non poteva, dopo il 1789, fare riferimento al potere conferito direttamente da Dio al sovrano, le cose stavano cambiando, alla base della Nazione c'erano gli individui, con la loro coscienza storica e nazionale. Nasce, quindi, l'esigenza di ripescare le proprie origini nelle manifestazioni della propria cultura, si tratta effettivamente di costruire arbitrariamente la propria storia e la propria identità. Una nuova Weltanschauung stava prendendo piede, che trovava nel pensiero di Hegel una forte giustificazione teorica:

Facendosi oggetto e pensando il suo essere, lo spirito da un lato distrugge la natura determinata del suo essere, dall'altro ne comprende il contenuto universale e così conferisce una determinazione nuova al suo principio. In tal modo, la natura determinata che costituisce la sostanza di un dato spirito del popolo si è modificata, ovvero lo spirito è asceso dal principio di quel popolo ad un principio diverso, invero più elevato.<sup>43</sup>

La coscienza storica assume un ruolo fondamentale per la costruzione della propria identità e per la conoscenza di se stessi. Nella linea hegeliana lo spirito conosce se stesso attraverso il suo dispiegarsi nella storia universale. Lo spirito proprio di un popolo si esprime in tutte le sua manifestazioni: morale, politica, religione, arte. Ma si tratta dello spirito di quel popolo in quel dato periodo storico:

ogni grado, in quanto diverso dagli altri, abbia il suo determinato principio caratteristico. Questo principio è, nella storia, una qualità

---

43 Hegel, *Lezioni sulla filosofia della storia*. Bari, Laterza, 2012, 5° ed., pg 69

determinata dello spirito- un particolare *spirito del popolo*.<sup>44</sup>

Lo scopo dello spirito è raggiungere la consapevolezza di sé e della propria libertà, per questo si evolve per gradi diversi tra loro. Ciò che conta per arrivare a questo scopo non sono le storie personali ed individuali ma le storie dei popoli, perché è il cambiamento che permette il procedere della storia. Gli individui vengono sacrificati, ma riscattati nella storia della propria Nazione.

Costruire la propria identità attraverso la propria cultura, significa quindi, prendere consapevolezza delle manifestazioni di un popolo, selezionarne arbitrariamente quelle più significative e attraverso esse conoscere lo sviluppo della propria Storia e della propria identità.

Sistemare il passato, catalogarlo e unirlo è un po' come collezionarlo, la collezione costituisce un modo per ordinare il mondo esteriore, plasmare la storia, ricostruirla. Così nel museo, la collezione delle grandi opere di un popolo diventa testimonianza della sua esistenza e del suo essere in sviluppo, si potrebbe vedere in un museo forse anche il cimitero della cultura.

La produzione artistica diventa, come la collezione per il collezionista, quello specchio attraverso il quale un popolo vede se stesso, un'immagine che però viene costruita dal soggetto stesso, anche in questo caso dunque il confronto dialettico viene meno, testimoniando, ancora una volta l'incapacità di *auto-possesso*<sup>45</sup> dell'Occidente.

In un interessante articolo V. Dominguez spiega la tendenza a questa costruzione arbitraria e alla necessità di trovare una legittimazione storica

---

44 *Id* pg 57

45 J. Clifford, *op. cit.*

alle tradizioni. Partendo dall'analisi del atteggiamento di etnologi ed antropologi nei confronti dei manufatti indiani arriva a definire le modalità che si nascondono dietro la formazione dell'identità culturale dell'occidente.

La grande ondata di interesse antropologico per le popolazioni indiane d'America, si focalizzava sull'individuare l'identità e le tradizioni proprie di quei popoli, ma

the products were ethnological displays, not acts of Indian self-representation<sup>46</sup>

gli oggetti che acquistavano dagli indiani per poterli poi esporre nei musei, erano considerati di valore e rispondevano alla categoria di autentico e opera d'arte propri dell'Occidente. La grande ondata di interesse, secondo Dominguez era dovuta anche al carattere collezionistico tipico dell'Occidente:

Ob-jects are collected no longer because of their intrinsic value but as metonyms for the people who produced them. And the people who produced them are the objects of examination not because of their intrinsic value but because of their perceived contribution to our understanding of our own historical trajectory. It is a certain view of "man" and a certain view of "history" that make this double displacement possible.

Più avanti Dominguez spiega perché ciò fosse possibile

the idea that tradition or heritage was manifest in material objects was of Euro-American origin. To parallel the conclusion I drew above concerning 0 tradition, "heritage" could be seen as an invention itself invented by societies on finding legitimacy through history<sup>47</sup>

Questa necessità di attestare l'autenticità e la storicità degli oggetti, quindi secondo l'analisi dell'etnologa, veniva da una coscienza storica tipica

---

46 V. Dominguez, *op. cit.*

47 *Ibidem*

dell'Occidente. Attraverso il confronto con l'opera di Hobsbawm e Ranger *L'invenzione della tradizione*<sup>48</sup> sottolinea la nascita di una nuova coscienza storica a partire dalla fine del 19° secolo fino agli inizi del 20°

what makes this book particularly enlightening, however, is not that it argues that traditions are generally invented. Rather, it is that it provocatively argues that the late 19th and early 20th centuries were a period in which Western Europeans and North Americans were into inventing traditions<sup>49</sup>

Quello cui mira nell'articolo è dimostrare come piuttosto che *salvare eredità* gli etnologi fossero intenti a *costruire eredità*<sup>50</sup> attraverso la collezione di determinati e prescelti oggetti la cui importanza e il cui valore erano determinati non tanto dagli stessi indiani ma dai sistemi di valore degli studiosi occidentali

The Indians were not even encouraged to try to represent themselves. [...]. But what I then conclude is not that the value of these ethnological collections- and perhaps ethnological collections in general -lies in their being representations of the Other, but rather that they can fruitfully be read as referential indices of the Self. Their concrete objects come from other societies, but everything about the collection itself-the way the objects were collected, why they were collected, and how and why they get displayed-points to us.<sup>51</sup>

L'atteggiamento tenuto dagli antropologi nei confronti delle altre culture, testimonia un incessante ricerca di oggetti culturali e tradizioni, anche l'invenzione della tradizione di Hobsbawm e Ranger rientra in questa costruzione collezionistica dell'identità di un popolo e di una nazione.

---

48 Eric J. Hobsbawm e T. Ranger, *L'invenzione della tradizione*, Torino, Einaudi, 2002

49 V. Dominguez, *op. cit.*

50 *Ibidem.*

51 *Ibidem.*

## 1.2- Della decontestualizzazione.

Della decontestualizzazione si è già parlato sopra, è un momento essenziale alla costruzione del significante, inteso come pura forma esteriore. Il significante è la forma esteriore che rinvia al contenuto, ma nell'atto di decontestualizzazione, operato per esempio da MOMA a proposito dei manufatti indigeni di essi rimane la forma assurda a significante, privato di ogni contenuto, o meglio il contenuto proprio dei manufatti viene escluso dalla mostra e al suo posto ne subentra uno artificialmente costruito affinché risulti evidente “ l'affinità tra il tribale e il moderno”. Abbiamo visto come essenziale all'introduzione dei manufatti non-occidentali all'interno della mostra primitivista fosse l'annullamento di ogni riferimento alla loro storia e alla loro origine

il punto non è semplicemente che l'immagine della cerimonia *kava* e della società di status sia una distorsione della realtà samoana o che quasi ovunque nella Hall of Pacific Peoples la storia sia stata spazzata via. [...]. Al di là questioni di esattezza, c'è una questione di sistematica codificazione ideologica. Situare i popoli <<tribali>> in un tempo astorico e noi stessi in un tempo diverso, storico, è una scelta tendenziosa e ormai inaccettabile. Questo riconoscimento getta un dubbio sulla percezione di un mondo tribale in agonia, salvato reso prezioso e significativo o come <<cultura>> etnografica o come <<arte>> primitivo-moderna<sup>52</sup>.

Clifford più avanti fa anche notare, confrontandosi con il catalogo della mostra *Igbo Arts: Community and Cosmos*, questo tipo di atteggiamento collezionistico nei confronti dei loro manufatti presupponga una

concezione estetico-etnografica dell'arte tribale come qualcosa di confinato nel passato, qualcosa di buona da collezionare e cui attribuire valore

---

52 J. Clifford, *op. cit.* pg 235

estetico<sup>53</sup>

e come da parte delle popolazioni tribali non esista questa visione degli oggetti, i quali non vengono percepiti come opere d'arte e non viene riconosciuto loro

un qualsiasi valore solo in ragione della loro antichità<sup>54</sup>.

La decontestualizzazione viene anche riconosciuta dalla Stewart come momento essenziale nella costruzione di una collezione

in acquiring objects, the collector replaces production with consumption: objects are naturalized into the landscape of the collection itself.<sup>55</sup>

Parlando delle somiglianze che intercorrono tra il museo e la collezione, individua due momenti essenziali affinché la collezione, quella museale e quella privata, possa prendere il posto del mondo, nel senso che essa possa diventare rappresentazione ordinata dell'universo:

Thus there are two movements to the collection's gesture of standing for the world: first, the metonymic displacement of part for whole, item for context; and second the invention of a classification scheme which will define space and time in such a way that the world is accounted for by the elements of the collection. We can see that what must be suppressed here is the privileging of the context of origin<sup>56</sup>

Il momento decontestualizzante dunque, è forse il più importante nella costruzione della collezione. Attraverso di esso, l'opera viene privata del suo *hic et nunc* come lo definisce Benjamin : “ la sua esistenza *unica* nel luogo in cui si trova”<sup>57</sup> , viene privata del senso storico e artistico che le ha

---

53 *Id.*, pg 240

54 Cole, Herbert e Aniakor, Chike, *Igbo Arts: Community and Cosmos*, Museum of Cultural History, UCLA, Los Angeles, cit in Clifford, *op. cit.* , pg 241

55 S. Stewart, *op. cit.*

56 S. Stewart, *op. cit.*

57 W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, in *Aura e Choc*, Giulio Einaudi, 2012, Torino.

dato origine, della sua autenticità, l'impatto emozionale di fronte ad essa perde del valore di spaesamento e di ammirazione. La domanda che viene naturale porsi è: che cosa rende unica ed autentica un'opera d'arte? Si potrebbe dire che l'autenticità è data dalla creazione, cioè l'atto attraverso il quale l'invisibile prende forma visibile mediante gli occhi e le mani di un uomo, di un artista. È la creazione che dona autenticità e bellezza all'opera, quel momento in cui qualcosa di esistente solo nella mente di un uomo prende vita. Entrare nelle Stanze di Raffaello in Vaticano, permette ancora al visitatore di respirare l'atmosfera che portò il pittore a realizzare la magnifica Scuola d'Atene affresco di fronte al quale non si può fare a meno di perdere il fiato, immenso e bellissimo, con il suo *hic et nunc* ancora integro. Visitare un museo richiede spesso grande impegno, la carrellata di immagini da cui veniamo bombardati ci lascia frastornati, spesso per la fretta non si riesce a cogliere la bellezza di un'opera, alcune sono sopravvalutate, altre messe in un angolo o in un corridoio quasi ad indicare il senso di passaggio rapido che l'occhio compie su di esse. È come essere immersi in un caleidoscopio. Le opere sono esposte spesso secondo un ordine, che sia cronologico, tematico, opere di uno stesso artista, raccontano una storia, ma non la loro storia. Vivono di una identità che non è più la loro, esse sono state catalogate, inserite in un sistema di decifrazione utile al fruitore non per cogliere il significato dell'opera e avere un'esperienza estetica di confronto e crescita, ma per cogliere la propria identità come in uno specchio.

Come acutamente osserva Benjamin con l'avvento della società di massa sono due le tendenze che bisogna considerare nel cambiamento dell'approccio con l'opera d'arte: la necessità di “ portarsi più vicino” e la

“tendenza al superamento dell'unicità”<sup>58</sup>. Il museo da sfogo alla prima di queste due tendenze. Esso infatti avvicina l'opera al pubblico, ma non viceversa. Non è il livello cognitivo del fruitore ad elevarsi alla conoscenza dell'opera ma è questa che viene avvicinata al suo sguardo, perdendo di fatto il suo potere sconvolgente. Il museo è divenuto una forma di fruizione della cultura massificato, l'idea iniziale della cultura a portata di tutti ha un suo valore, al giorno d'oggi però assume, suo malgrado, un uso malsano. Spesso coloro che escono dal museo non ne escono arricchiti, ma hanno soltanto accumulato ulteriore sapere.

Come le cartoline dei luoghi visitati ornavano le valigie dei viaggiatori incalliti, così oggi la conoscenza è divenuta accumulazione che deve essere mostrata. Alla base del rapporto conoscitivo c'è una tendenza collezionistica, conoscere assume un significato non dissimile dal collezionare.

Nel moderno museo vince la logica spettacolarizzante che comporta la “percezione distratta” o “fruizione nella disattenzione”<sup>59</sup>, allontanando effettivamente il fruitore dalla conoscenza e dall'esperienza estetica e avvicinandolo ad una concezione di cultura più vicina all'accumulazione che all'approfondimento e alla riflessione.

Umberto Eco, racconta dei casi eclatanti di alcuni musei in America, dove viene esposta è solo la copia di un'opera reale

Il tutto vero si identifica con il tutto falso. L'irrealtà assoluta si offre come presenza reale. Nell'ufficio ricostruito l'ambizione è quella di fornire un <<segno>> che si faccia dimenticare come tale: il segno aspira a essere la cosa, e ad abolire la differenza del rimando, la meccanica della

---

58 *Id*, pg 21/22

59 U. Eco, *op. cit.*

sostituzione.<sup>60</sup>

ma anche la riflessione sui parchi dei divertimenti, luoghi in cui le realtà storiche vengono completamente appiattite sul presente. L'assoluta assenza del rispetto per l'unicità, l'imitazione rappresenta la categoria di conoscenza più importante. Anche la storia viene imitata e distorta

quando vedete Tom Sawyer dopo Mozart o entrate nella grotta del Pianeta delle scimmie dopo aver assistito al Discorso della montagna con Gesù e gli apostoli, la distinzione logica tra Mondo Reale e Mondi Possibili è stata definitivamente incrinata.<sup>61</sup>

L'esempio riguarda il museo delle cere e la sovrapposizione non solo di eventi e personaggi storici lontani tra loro nel tempo, ma vicini nello specifico nello spazio, ma anche personaggi reali e inventati. La percezione della realtà e della storia vengono distorte, non si distingue più il reale dalla copia, e tutto diviene sostituibile. L'autentico lascia il posto allo stupefacente. Certo, lo spettacolo vende di più dell'autentico.

Nella maggior parte dei casi trattati da Eco nel suo testo, è evidente come ciò che conta in questi musei o luoghi di intrattenimento, non sia la qualità dei prodotti fruibili, ma la quantità, non è l'autentico e l'incontro dell'opera con il pubblico a contare, ma la falsificazione, la possibilità di falsificare, manipolare e ricostruire, confondendo la storia con l'immaginazione. La copertina del testo di Eco è molto loquace, una *Venere di Milo* un po' malinconica in primissimo piano osserva un'altra *Venere di Milo* che fieramente mostra le sue braccia rosee e carnose. Entrambe sono reali, ma una è autentica e l'altra è una copia, ricostruita ma probabilmente più affascinante dell'altra in quanto più verosimile. La copia, perfetta e migliorata, sostituisce il pezzo unico, e la disinvoltura con cui ciò avviene è

---

60 U. Eco, *Dalla periferia dell'impero*. Milano, Bompiani editore, 1977.

61 *Id.* pg 24

disarmante e sconcertante. Forse lo è anche di più il cartello dello shop:

Vendita di *riproduzioni* a stampa della *riproduzione* in cera della *riproduzione* in legno, metallo, vetro<sup>62</sup>.

Gli esempi citati da Eco, permettono di compiere un ulteriore salto concettuale: la decontestualizzazione si accompagna alla riproducibilità tecnica, la quale rende l'arte consumabile. E qui subentra la seconda tendenza di cui parlava Benjamin, il superamento dell'unicità. Testimonianza ne sono l'utilizzo da parte di grandi marchi commerciali di famose opere per pubblicizzare il loro prodotto. La capacità di gustare l'opera viene meno, attraverso la pubblicità essa viene banalizzata, svuotata del suo significato, alla mercé di chiunque voglia sfruttarla.

Si sfrutta l'ideale al quale rimanda l'opera, si pensi al clamoroso caso del David michelangiolesco usato da un produttore di armi americano per pubblicizzare il suo prodotto. Quello che passa non è solo l'immagine dell'arma, ma con l'introduzione del David si chiama in gioco l'ideale di uomo. Il caso merita di essere analizzato. David è l'eroe della Bibbia che con l'astuzia e l'intelligenza riesce a sconfiggere il gigante che lo superava di gran lunga in forza. La sconfitta di David sembrava certa, ma la sua capacità inventiva riuscì a giocare la stupidità del gigante e a sconfiggerlo. Michelangelo come altri durante il Rinascimento sceglie questa figura della Bibbia per rappresentare non solo la potenza dei fiorentini, alla loro città era destinata la statua, ma anche un ideale di uomo e di bellezza. Ora, appropriarsi dell'immagine del David per pubblicizzare un prodotto implica l'intenzione di attrarre l'attenzione non solo sull'arma, ma anche su chi la sta utilizzando, e se nella pubblicità è il David, ideale di forza e di bellezza, allora ogni uomo è invogliato a possedere quell'arma per sentirsi come lui.

---

62 *Id*

Per non parlare della marca di prodotti dimagranti che sfrutta l'immagine della Venere di Botticelli. Anche in questo caso ciò che si sfrutta è l'immagine e il significato che essa assume è completamente stravolto. Certo per Botticelli la sua Venere doveva essere un ideale di bellezza, ma credo che fosse molto lontano dall'accostare questo ideale a dei prodotti dimagranti. Per ultimo il piatto forte. Si tratta della pubblicità di una famosa marca di caffè italiana. La cosa ha del paradossale in quanto l'opera che subisce la metamorfosi in questo caso è il famosissimo Quarto Stato di Pellizza. Il manifesto della nota marca recita così: "Tutti hanno diritto ad una buona pausa caffè". Ha del paradossale perché nell'idea del Pellizza l'immagine doveva suggerire probabilmente un altro messaggio al fruitore che doveva suonare più o meno come : è necessario riconoscere i diritti di tutti. L'immagine è famosissima tutti conosciamo l'imperturbabile avanzare dei tre contadini a capo della fiumana di gente che li segue, la loro posa suggerisce calma, freddezza, consapevolezza e determinazione. Le pose sono riprese perfettamente dalla pubblicità tranne che per qualche differenza: al posto degli abiti consunti dei contadini, troviamo dei completi da ufficio, lo sguardo baldanzoso e i sorrisi prendono il posto della fierezza dei contadini, ma dulcis in fundo al posto del bambino, la donna a capo della fiumana porta in braccio una macchina da caffè espresso. È quasi imbarazzante vedere come un'immagine così rivoluzionaria e se vogliamo anche sovversiva sia stata completamente rovesciata per propagandare un prodotto destinato ad una classe media, agiata, vedere come sia stato facile fare passare inosservato lo scambio ideologico da *i diritti di tutti a tutti hanno diritto ad un buon caffè*.

Sfruttare l'arte, il bello, anche gli ideali se si vuole in questo modo è

possibile solo quando le opere vengono denaturate.

È chiaro come si agisce: si sceglie un'opera, un'immagine, di forte impatto emotivo, storico, politico etc, che sia entrata ampiamente nell'immaginario collettivo (scegliere un'opera meno conosciuta non riscuoterebbe lo stesso successo), se ne stravolge il senso giocando facile sul fatto che la logica e il ragionamento entrano in stand by di fronte ad una pubblicità. Il dramma vero, è che essendo continuamente bombardati da pubblicità la capacità logica ed anche intuitiva sono sempre più atrofizzate, in questo modo le persone si abituano a ragionare come la pubblicità, ogni immagine, sensibile o intellettuale che sia, può essere fatta propria, liberata dall'angustia del suo significato originale e usata per ogni concetto che si vuole trasmettere, anche se completamente opposto. Il potere di spaesamento dell'unicità di un'opera è reso completamente vano. L'acriticità prende il posto della riflessione.

Sono moltissime le opere che hanno subito questo destino: tra le altre *La libertà che guida il popolo* di Delacroix, usata dalla campagna pubblicitaria di una nota compagnia telefonica; *Il bacio* di Klimt usato per la réclame di un profumo da uomo; il particolare della *Creazione di Adamo* divenuto ormai logo di una marca di telefonia; la famosissima *Gioconda* vittima di più metamorfosi.

Il potere della decontestualizzazione di un'opera d'arte comporta dunque soprattutto la sua usura, ritornando a quello che diceva Benjamin riguardo all'aura, *hic et nunc*. Scrive Benjamin:

ma nell'istante in cui nella produzione dell'arte viene meno il criterio dell'autenticità, si trasforma anche l'intera funzione sociale dell'arte. Al posto della fondazione nel rituale, si instaura la fondazione su un'altra

prassi, vale a dire il suo fondarsi sulla politica<sup>63</sup>,

al posto di politica dovremmo usare economia. Le problematiche poste in gioco qui sono diverse: la fondazione dell'arte, il criterio di autenticità e la funzione sociale di un'opera. L'arte poteva assumere valore culturale o sociale, pensiamo ad esempio alla danza come costante sempre presente nei riti religiosi delle popolazioni indigene, oppure all'importanza della tragedia e del teatro nella cultura greca, fungeva anche da collante sociale. Oggi invece viene esposta, allontanata dalla comprensione quotidiana, privata del suo valore e della sua autenticità, rientra solo in quello del mercato.

Venendo sfruttata anche dalla pubblicità l'opera entra nel circolo della moda, non è inusuale incontrare gadget di ogni tipo con la riproduzione della *Scuola d'Atene*, *La gioconda*, *il David*. Il potere del nostro tempo è quello di privare ogni cosa del suo valore, per banalizzarla, così che parlare di autenticità sembra inattuale.

La massa distratta, da parte sua, fa sprofondare l'opera [viceversa rispetto al fruitore colto] dentro di sé; la lambisce con il suo moto ondoso, la avvolge nei suoi flutti<sup>64</sup>

scrive Benjamin in *Aura e choc*. La domanda critica che si pone Benjamin è come influisce sull'arte il nuovo modo di fruirne. Esso cambia nel momento in cui essa cambia destinazione. Nei musei infatti l'opera si trova ad essere esposta accanto alle altre come in una vetrina, l'unica cosa che racconta la sua storia è una didascalia in cui vengono riportati autore, data e luogo di realizzazione, per il resto si tratta di una esposizione acritica delle opere in cui la massa si perde distrattamente, senza coglierne la bellezza, che non è data solo dalla bella apparenza.

---

<sup>63</sup> *Id*, pg 24

<sup>64</sup> *Ibidem*.

Succede quindi che con questo gioco di prospettive l'opera perde il suo potere critico e di spaesamento per entrare nel commercio della distrazione della massa, perdendo il suo carattere educativo ed acquistando valore economico.

L'arte, la sua esperienza, con l'artista si presenta come un <<cenno verso il pensiero>> e non come un pacificato intrattenimento alla soglia del museo<sup>65</sup> polemicamente, si perde l'esperienza estetica di immersione nell'opera d'arte, prendiamo l'esempio del protagonista del testo di Bernhard *Antichi maestri*, Reger, il quale tutte le settimane un giorno sì e l'altro no, si accomodava alla stessa panchina davanti allo stesso quadro da trent'anni, al Kunsthistorisches Museum. Questo era per lui un momento di riflessione, di studio, andava al museo e sedersi di fronte a *L'uomo con la barba bianca* del Tintoretto:

E' qui, nella Sala Bordone, che la meditazione mi riesce meglio, e se qualche volta mi venisse voglia di leggere qualcosa qui sulla panca, il mio amato Montaigne, per esempio, o il mio forse ancor più amato Pascal, o il mio amatissimo Voltaire, come vede gli scrittori che io amo sono tutti francesi, neppure un tedesco, qui potrei farlo nel modo più piacevole e più fruttuoso.<sup>66</sup>

Gli sguardi curiosi dei visitatori dei musei si interrogano sul comportamento di Reger non riescono a comprenderlo, il loro approccio al museo e alle sue opere è diverso. La maggior parte della persone che circolano per il museo sono interessate a fare un breve *excursus* tra le opere, le immagini, i riferimenti delle guide che sembrano copiate dai peggiori libri di storia dell'arte. In questo modo il museo assume l'aspetto di un cimitero, l'opera invece è viva quando anima la vivacità intellettuale

---

65 D. Evola, *op cit pp 210*.

66 T. Bernhard, *Antichi maestri*. Milano, Adelphi, 1999

di chi gli si trova di fronte, tanto che Reger testimonia più avanti nel testo di come gli sia divenuto impossibile leggere dei testi a casa sua. L'unico luogo del cuore che gli dona la giusta serenità e le giuste condizioni è la Sala Bordone, la panchina di fronte all'*Uomo con la barba bianca*.

L'approccio del turismo di massa è lontano da questa prospettiva di riflessione e introspezione, lontana dall'esperire questa capacità della esperienza artistica di creare una dimensione equilibrata tra estetica e conoscenza,

il museo è un frigorifero. Nel frigorifero la carne comincia a puzzare  
se manca l'elettricità,<sup>67</sup>

l'elettricità dovrebbe essere la consapevolezza, da parte del fruitore, dell'esperienza estetica, la visita museale dovrebbe essere vissuta come un'opportunità di conoscenza, non di accumulo indiscriminato di questa. Evitare quindi anche l'uso di un luogo asettico come il *White Cube*<sup>68</sup> per contestualizzare l'opera, un contesto asettico che influenza lo sguardo del fruitore, allontanandolo dall'opera, essa

vive nell'ambiente che le è proprio, nel territorio che le è proprio.

Un tempio laico aperto e comunicante, non una <<cella>> per soli sacerdoti<sup>69</sup>

vivere il museo significa quindi avere la possibilità di recarvisi anche solo per vedere un'opera come Reger, e poter sperimentare un'esperienza estetica.

Invece, privata del suo *hic et nunc*, qualsiasi opera diviene uguale ad un'altra, perde la sua unicità, la capacità unificatrice della massa indistinta rende tutto simile al suo stato, quindi tutto diviene lo stesso, nel senso di

---

67 G. Di Maggio, *Recensioni*, "Alfabeta", a. I., n°2, maggio 1975, cit in D. Evola, pp 207

68 Brian O'Doherty, *Inside the White Cube. L'ideologia dello spazio espositivo*. Milano, Johan e Levi editore, 2012

69 G. Savelli, "L'opera e il suo luogo", *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp 197

sostituibile. Ogni cosa può essere scambiata con un'altra, anche alle grandi opere dello spirito deve essere riconosciuta la libertà dal proprio significato, libere dal giogo della loro storia, possono essere sfruttate e derubate del loro senso. Finisce la loro vita come visione, comunicazione, testimonianza, trasmissione e viene assunta alla nobile politica della comunicazione pubblicitaria, dove lo scopo non è quello di portare a riflessione il fruitore su ideali universali, ma usare questi stessi ideali per commercializzare un prodotto. L'opera d'arte viene accolta, ma non in quanto tale, il suo senso, la sua natura subisce una pesante metamorfosi. La riproducibilità dell'opera scongiura questo pericolo con il bombardamento dei sensi e con la banalizzazione della bellezza. Il terrore di Benjamin si è realizzato, è la percezione distratta a guidare le masse cieche in giro per i musei.

In contrapposizione alla figura di Reger si può studiare l'interessante articolo di Francesco Antinucci *Il problema della fruizione museale*<sup>70</sup>. Si tratta di una vera ricerca sul campo con lo scopo di valutare l'afflusso di turisti dei musei italiani ed anche la qualità delle loro visite. Si tratta di una ricerca condotta dal generale al particolare. Statisticamente dei 33.100.734 visitatori dei musei italiani, circa il 41% è stato assorbito da soli 5 musei. Volendo essere meno catastrofici, diciamo che i primi 80 musei, per importanza e fama, hanno raccolto circa il 90% dei visitatori, considerando che rimangono fuori circa 322 musei, il dato è imbarazzante. Antinucci riscontra l'analogia che può esserci con l'oligopolio in economia, cioè quella congiuntura economica in cui pochissimi produttori assorbono la stragrande maggioranza dei consumatori. Uno dei tanti motivi, forse il principale per cui, alcuni prodotti attirano più consumatori è la politica del

---

70 F. Antinucci, "Il problema della fruizione museale", *Studi di estetica*, n°45, 2012.

*brand name*, cioè ad esempio preferire un oggetto ad un altro, della stessa qualità e forma semplicemente per via della sua marca. Tradotto dunque, applicando questa formula ai musei, significa che la maggior parte dei visitatori viene assorbita da quel 1,2% solo per via del “nome” del prodotto e non per il suo contenuto

il prodotto è avvolto in un involucro che lo scherma e ne costituisce gran parte dell'attrazione comparativa rispetto agli altri dello stesso tipo<sup>71</sup>

per poter dimostrare questa ipotesi si passa a confrontare l'affluenza in due luoghi omogenei, ossia testimonianze di una stessa cultura, in uno stesso tempo storico e in aree molto vicine: Pompei ed Ercolano. Tra le due, anzi, quella che risulta essere il sito a maggiore rilevanza archeologica è il secondo, ma nelle statistiche il 90% dei visitatori preferisce recarsi a Pompei, nonostante le possibilità di raggiungimento da Napoli siano le stesse sia per Ercolano che Pompei. Per togliersi ogni dubbio, si scopre che in realtà, la colpa non è imputabile alle tanto odiate agenzie turistiche, le quali anzi ci guadagnerebbero in organizzazione a smistare tra le due località i visitatori. La risposta a questa ingiustificata sproporzione è che effettivamente Pompei attira di più per via della sua fama e non per il suo patrimonio

quando il visitatore torna nel suo paese può ben vantarsi di essere stato a Pompei, ma non certo ad Ercolano<sup>72</sup>

Anche nei musei della capitale le cose non vanno meglio. Confrontando i visitatori totali di Palazzo Barberini, Galleria Spada e Palazzo Venezia, non si arriva a coprire la metà dei visitatori della singola Galleria Borghese: 150.000 contro 486.000, considerando che le collezioni di Palazzo Barberini e Galleria Borghese sono molto simili e che il primo è più

---

<sup>71</sup> *Id.*, pg 32

<sup>72</sup> *Id.*, pg 34

facilmente raggiungibile. Nuovamente sembra che la seconda attragga di più per via del suo *brand name*.

Ma questo non basta a convalidare la tesi secondo cui l'affluenza maggiore sia dovuta alla fama del “contenitore”<sup>73</sup> e non del contenuto.

Così si passa a valutare la qualità della visita all'interno dei musei top. Nella Pinacoteca Vaticana, che ha il pregio di essere la prima classificata tra i musei più visitati in Italia, le due stanze più famose sono quella del Raffaello e quella del Caravaggio. A visita ultimata, e quindi con la memoria fresca, il 31% dei visitatori non ricordava di aver visto le due sale più importanti. Al restante 69% è stato chiesto quali autori delle sale ricordasse, solo il 14% ricordava 4 o tutti e 8 gli autori. Il 60% ricordava solo Raffaello. Solo il 28% riusciva a ricordare i due più importanti: Raffaello e Caravaggio. I risultati del più semplice *test visivo* sono meno incoraggianti: al visitatore vengono mostrate le immagini di alcune opere presenti nella Pinacoteca, e mescolate a queste, due opere che assolutamente non poteva aver visto lì. I risultati sono agghiaccianti: il 9% non riconosce nessuna delle opere, e il 21% riconosce i “falsi positivi”. Non contenti, si scende ancora più nel particolare con l'osservazione effettiva del visitatore in sala. Per fare questo bisogna determinare il tempo materiale impiegato nel “vedere un quadro”: il limite di tempo non poteva essere né troppo largo e né troppo corto, così si sceglie l'unità di misura più piccola 1 secondo

se avessimo allungato il tempo richiesto anche solo di 5 secondi, allora pochissime persone delle migliaia che attraversano la galleria avrebbero <<visto un quadro>>, talmente poche da rendere inutile qualsiasi statistica. Bisogna rendersi conto che questa è la realtà di una istituzione

---

73 L. Vargiu, “ *The museum of Me* e l'ideologia del museo contemporaneo”, *Studi di estetica*, no. 45, 2012

museale di questo tipo: la gran parte delle persone la percorre senza fermarsi quasi mai, se non per riposarsi o perché distratta da qualche altra cosa: non per <<vedere>> i quadri.<sup>74</sup>

In che modo quindi la cultura si diffonde? Dell'amore per la conoscenza non rimane che *la vanità della conoscenza*, la possibilità di esibire una conoscenza in più, delle opere esposte cosa rimane? Del loro potere persuasivo, inventivo, rituale e forse anche magico? L'accumulazione prende il posto della comprensione. La possibilità di andare da Roma a Bangkok ha accorciato le distanze fisiche, ma ha cambiato totalmente l'approccio alla conoscenza, all'arte e alla cultura.

Il proposito virtuoso dei primi musei è di sottrarre l'oggetto al possesso individuale e al circuito commerciale, per renderlo bene inalienabile riservato a tutti i cittadini. Ma, diventando democratico, il museo crea subito un pubblico che soffre, in modo meno colto e più istintivo, della sindrome di Valery.<sup>75</sup>

La sindrome di Valery come la battezza Eco, è caratterizzata da un certo malessere derivante dall'esposizione museale, dall'avvicinamento indistinto di opere d'arte, dall'impossibilità di goderne, riassumibile in questa espressione di Valery riportata dallo stesso Eco:

Quale fatica, mi dico, quale barbarie! Tutto ciò è disumano. Non è puro. Questo avvicinamento di meraviglie indipendenti e nemiche, e tanto più nemiche quanto più si assomigliano, è paradossale<sup>76</sup>

l'avvicinamento dell'opera d'arte, la democratizzazione di cui parla Eco, rende il museo un luogo in cui si può trovare tutto, il vero problema si trova appunto nella fruizione. Un conto è agirarsi per il museo con una meta, come Reger in *Antichi Maestri*, un conto è muoversi come

---

74 *Id.* pg 38

75 U. Eco, 2007

76 *Id.*, pg 1

Torme di turisti che non potrebbero tornare a casa senza avere visto (o dire di avere visto) il Louvre, la National Gallery o gli Uffizi, percorrono a passo di maratona una lunga sequenza di sale, si arrestano brevemente e senza discriminazione davanti a quadri irrilevanti, trascurano capolavori, affollano le code davanti alle sole opere di cui hanno sentito parlare (la Gioconda, La vergine delle Rocce, la Primavera) riuscendo a malapena a vedere l'opera-feticcio, ed escono avendo realizzato scarsa informazione e un godimento estetico del tutto superficiale. In compenso, con i loro fiati mortiferi, contribuiscono alla rovina dei grandi capolavori che sono andati a venerare<sup>77</sup>.

Si può parlare della capacità di *collezionare arte e cultura*, nel senso di accumulare, come in una vetrina tutto il proprio sapere, farne mostra. L'atteggiamento nei confronti della cultura è divenuto bulimico, sempre più si vuole *possedere* conoscenze nella forma di apparenza, non aumentare il proprio sapere ma dare sfogo alla propria vanità attraverso la manifestazione di quanto si sa e dell'essere sempre aggiornati su tutto. Come dice Antinucci, fa più effetto dire di essere stati a Pompei, perché è più famosa e rientra in quelle cose da vedere assolutamente per non essere considerati dei perfetti ignoranti. Certo esserci stati non significa aver <<visto>> Pompei, averla apprezzata come tesoro, essersi soffermati nei suoi parchi a riflettere sulla caducità delle costruzioni umane in confronto alle devastanti forze della natura, o semplicemente a osservare la grandezza di ingegno dei suoi costruttori. Come l'ultimo pezzo di una collezione, viene inserito tra gli altri come espressione di un'immagine che si ha di sé stessi e si vuole far arrivare agli altri.

Immensa è la fame di cultura nell'umanità civilizzata, la perversità che si nasconde in quella fame, non conosce frontiere.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> *Id.*, pg 8.

<sup>78</sup> T. Bernhard, *op. cit.* pg 55

È recente un articolo di Salvatore Settis, dal significativo titolo: *Se troppo successo fa male al museo*, apparso su Repubblica il luglio scorso. In questo articolo Settis pone all'attenzione del lettore l'importanza che sta assumendo il momento topico del selfie di fronte un'opera di fama mondiale

davanti *la Gioconda*, il 20% dell'esperienza (diciamo) è quella del quadro nell'affollatissima sala del Louvre; ma l'80% ha luogo nello smartphone, nell'Ipad, in un labirinto di modalità interattive che consentono inedite forme di appropriazione<sup>79</sup>

l'esperienza estetica con l'opera d'arte non viene posticipata, non avviene affatto, quello che conta una volta vicini alla *Gioconda* non è l'ammirazione per l'opera, ma l'ammirazione per se stessi in un selfie che testimonia il momento, di modo che si possa testimoniare sul proprio profilo Facebook l'ennesima conquista. Ci si accalca in maniera compulsiva sulla meraviglia leonardesca presi da una brama famelica di *possederla* e di poterne fare mostra. È sempre per gingillare la propria vanità. C'è da dire che luoghi interattivi come Facebook non fanno che alimentare la vanità, di sicuro preesistente ai social network, attraverso queste manifestazioni di *inautenticità*. Quello che conta non è il vero, ma il simulacro. Ciò che rimane dell'incontro con *la Gioconda*, non è la memoria di un confronto vivo, né l'immagine dell'opera, conta di più l'immagine immortalata nel selfie che quella viva e reale. Formalmente l'esperienza estetica c'è, ma il momento dialettico di cui l'opera vive non c'è più. L'esperienza estetica ai tempi di Facebook si limita a mostrare se stessi *in procinto di*. Del bello di platonica memoria è rimasta ben poca cosa, esso è ormai al servizio del consumo. La bellezza e la cultura sono a portata di portafogli. Schiller

---

79 S. Settis, "Se troppo successo fa male al museo", *Repubblica*, 30/07/2014

scriveva nelle sue lettere che “alla libertà si giunge solo attraverso la bellezza”<sup>80</sup>. Entrambi, sia la libertà che la bellezza, hanno perso di valore e di importanza nel mondo economico. Forse sarebbe più giusto dire, che il valore che poteva attribuire loro Schiller non è lo stesso che oggi si può rintracciare.

La mancanza di memoria storica comporta anche il dissolversi di una coscienza culturale propria. Siamo lontani dai nazionalismi, il mondo ha compiuto grandi passi avanti. Purtroppo però *l'Età dell'Oblío* comporta la necessità di consolidare il proprio sapere attraverso grandi manifestazioni, mostre, e la storia attraverso cerimonie e commemorazioni, ma l'effettiva coscienza del proprio passato e della propria storia manca. Come un mondo che ha voluto dimenticare senza dimenticare. Si cerca di fermare la storia in immagini, compulsivamente. Le grandi rievocazioni storiche non fanno che offrire al mercato del consumo un nuovo campo in cui prosperare, rendono la storia consumabile. La storia deve essere preservata nella memoria e quale migliore modo di riviverla con le escursioni turistiche in cui il tempo implode su se stesso e ci si trova tra gli antichi romani e i vichinghi. La vera dimensione storica si perde, come si perde la coscienza della storia. Si veda ad esempio l'analisi che Baudrillard fa dei parchi divertimento a tema storico di Disneyland:

non contento di nascondere il reale, facendone un'immagine virtuale a tre dimensioni, ma senza profondità, egli nasconde il tempo, sincronizzando tutte le epoche, tutte le culture, tutte nello stesso raggio, giustapponendole nello stesso scenario. Lasso e collasso di tempo: è questa propriamente la quarta dimensione. Quella del virtuale, quella del tempo reale, quella che lontano dall'aggiungersi alle tre dimensioni dello spazio reale, le nasconde tutte[...]. Ed è sempre più difficile immaginare il reale, immaginare la storia

---

80 F. Schiller, *Lettere sull'educazione estetica*

la profondità del tempo, lo spazio a tre dimensioni.<sup>81</sup>

Alla base dell'osservazione di J. Baudrillard c'è una teoria del disfacimento della realtà che parte dalla de-significazione<sup>82</sup> delle cose fino alla perdita del senso della storia, una de-significazione che parte dalla *disneificazione*<sup>83</sup> del reale

è a partire dalla disneificazione virtuale del mondo che può ravvivarsi il problema della de-significazione totale<sup>84</sup>

teoria che comporta l'allontanamento del segno da un significato

questa bella architettura, la stessa del segno e della rappresentazione, che prima fondava il valore d'uso e di scambio del segno, è oggi in disfacimento poiché converte il segno in qualcosa che non è più riconducibile a un valore e si sbarazza del suo referente (del suo senso in qualche modo)<sup>85</sup>

una de-significazione che porta l'individuo, nei parchi divertimento a tema storico a divenire *gentili manichini liofilizzati*<sup>86</sup>, persi nella vertigine di questa quarta dimensione e sempre più lontani dalla possibilità di riconoscere la realtà storica. Questa dimensione gioca un ruolo importante nella perdita della coscienza storica, non essendo più in grado di riconoscere una storia unica ma frammentaria<sup>87</sup> ma neanche di riconoscere la congiunzione spazio-temporale in cui ci si trova si vuole ricordare ma non si vuole comprendere:

invocate continuamente come <<lezioni>>, in realtà queste vengono ignorate e non insegnate<sup>88</sup>

se l'epoca della nascita dei musei era condizionata da una forte coscienza

---

81 J. Baudrillard, "Design e Dasein", in *Ágalma*, n°1, 2000, pp. 11-20;

82 *Id*, pg 18

83 *Ibidem*

84 *Ibidem.*

85 *Ibidem..*

86 *Id*, pg 17

87 T. Judt, *op. cit.*

88 T. Judt, *L'età dell'oblio. Sulle rimozioni del '900*. Bari, Laterza, 2009.

storica e nazionale, il loro sviluppo deve invece fare i conti con un totale menefreghismo nei confronti del passato e delle tradizioni. L'ipotesi che avanza Tony Judt è che probabilmente queste rimozioni siano dovute ai vari cambiamenti in ogni settore, ma soprattutto alla <<globalizzazione>> dell'informazione. Mentre prima dell'avvento di internet le conoscenze della storia e degli avvenimenti erano selezionate e divulgate da radio, giornali e propaganda, avevano però un territorio comune sul quale erano coltivate. In una nazione, mediamente tutti conoscevano le stesse vicende con la stessa impostazione interpretativa. Potremmo, usando un'espressione di Zizek che si rifà a Lacan, dire che esisteva un Significante Dominante volto a imporre un qualche ordine alla realtà<sup>89</sup>.

L'avvento di internet, invece, non ha fatto altro che aumentare la frammentarietà della conoscenza, ma ha anche permesso il moltiplicarsi delle interpretazioni. Così che in una stessa nazione non è detto che la maggior parte della popolazione conosca gli eventi importanti che l'hanno portata ad esempio all'unificazione e liberazione, ognuno di noi ha sempre di meno in comune con i *mondi* propri contemporanei e sempre di meno con i *mondi* dei propri antenati<sup>90</sup>.

Si continua a commemorare però,

musei, santuari, iscrizioni, <<patrimoni dell'umanità>>, persino parchi tematici storici sono promemoria pubblici del <<Passato>><sup>91</sup>

la metodologia è stata quella di cercare di dimenticare tutto quanto concernesse il passato più prossimo. La filosofia inversa dei nazionalismi che hanno dato vita ai musei e attraverso essi alla costruzione identitaria di

---

89 S. Zizek, *La violenza invisibile*, Milano, Rizzoli, 2007, pg 40

90 T. Judt, *op. cit.* pg 7

91 *Id.* pg 5

un popolo: mentre il nazionalismo cercava di trovare testimonianze del continuum spazio-temporale, ora si cerca di spezzare i legami con tutto *quello* che è stato, e di costruire un *questo* partendo da basi nuove, idee nuove e continue innovazioni, alla ricerca di un El Dorado storico, un'epoca nuova e migliore<sup>92</sup>. La storia e il nostro passato sono morti, i musei e le commemorazioni ne sono il loro cimitero,

Mentre scrivevo negli anni Novanta, e in seguito sulla scia dell'11 settembre 2001, più d'una volta la mia attenzione fu attirata dalla scellerata ostinazione contemporanea a *non* capire il contenuto dei nostri dilemmi presenti, dentro e fuori i confini americani; a *non* prestare maggiore attenzione ad alcune delle menti più illuminate degli scorsi decenni; a cercare laboriosamente di *dimenticare* piuttosto che ricordare, negare una continuità con il passato e gridare alla novità a ogni occasione possibile. L'ho sempre considerato un atteggiamento solipsistico.<sup>93</sup>

La necessità primaria dell'individuo moderno, non è di considerarsi all'interno di una collettività, di condividere un terreno storico, culturale comune con i suoi simili, ma costruire semplicemente se stesso e la propria identità, attraverso l'accumulazione di sapere. Come la storia viene ricordata ma non compresa, lo stesso vale per la cultura. Dal macro al micro. Se alla nascita dei musei quello che cercava la propria identità era lo Stato, il popolo inteso come Nazione, oggi, l'accumulazione di oggetti d'arte e cultura, la costruzione identitaria è quella dell'individuo.

Oggi siamo tutti caraibici nei nostri arcipelaghi urbani<sup>94</sup>

gli altri, la cultura, il passato, sono lo specchio necessario alla nostra vanità. Ognuno è un'isola separata dalle altre, con i suoi limiti e confini. Siamo *caraibici* in quanto imitazioni, copie, simulacri. Narcisisticamente si cerca

---

92 T. Judt, *op. cit.*

93 *Id.* pg 4

94 J. Clifford, *op cit* pg 205

di possedere la cultura per creare una propria immagine di sé , di nuovo l'altro è sparito, siamo arcipelaghi, lontani gli uni dagli altri, ma abbastanza vicini da poterci osservare e considerare gli altri come *non-antitesi*. È sempre il conflitto, confronto, quello che viene meno.

## 2- COLLEZIONISMO.

Il museo risulta essere nel macroscopico speculare al collezionismo, che credo si possa definire come l'istituzione primaria, il nucleo dal quale prende origine il museo. L'origine però è lontana e diversa. I primi grandi collezionisti non vivono il rapporto con gli oggetti in loro possesso in forma anti-dialettica, anzi la loro storia è diversa, prendiamo ad esempio Isabella d'Este e Rodolfo II d'Asburgo e le loro collezioni sono esempi di *Kunstammern*, cioè quelle stanze che molto trovarono la loro diffusione soprattutto durante il Rinascimento. L'idea della *Kunstammern* non era semplicemente di collezionare, ma era un modo di ordinare il caos del mondo attraverso gli oggetti collocati in un "ordine" all'interno della collezione.

In queste stanze non si trovavano solo opere d'arte bella, ma anche oggetti appartenenti al mondo naturale, minerale e ogni tipo di stranezza. Con le grandi scoperte geografiche la necessità di collezionare e classificare si ampliò, nuovi oggetti entravano a far parte delle conoscenze e nuove curiosità erano state scatenate. Tutto questo ammassare oggetti non era senza un scopo, l'idea base era conoscere il mondo attraverso i suoi prodotti. Dove con mondo si intende tutte le manifestazioni culturali e naturali. Non era un sapere enciclopedico, ma un approccio conoscitivo ed organizzatore del mondo:

il pensiero di una natura che gioca in libertà, che deve essere imitata giocosamente, ma anche registrata e incalzata dallo spirito umano, per comprendere l'essere nell'indeterminatezza del caso, richiedeva proprio un contenitore atto a combinare su scala maggiore, nel modo più completo possibile, questi mezzi di addomesticamento della fantasia

della natura <sup>95</sup>.

Dall'analisi di Bredekamp, risulta evidente come l'approccio della *Kunstkammern* fosse "ludico". Finalità e utilità certo, ma essenzialmente piacere e gioco in questa attività collezionistica. Secondo Bredekamp, le *kunstkammern* furono prese ad esempio per l'elaborazione delle utopie di quei tempi, prima fra tutte la *Città del Sole* di Tommaso Campanella. Effettivamente l'approccio che il filosofo di Stilo suggerisce nel suo testo nei confronti dell'educazione dei bambini è lontano da quello che vede l'istruzione come un'imposizione. Sulle mura dei sette gironi della città erano rappresentati tutti i libri e tutte le conoscenze acquisite dal popolo e i ragazzi, già dopo i tre anni lasciano la famiglia per ricevere l'istruzione dai savi, non sui banchi o sui libri ma attraverso la fruizione del sapere esposto sulle mura, così l'educazione prende un aspetto diverso anche ludico se vogliamo. Nella stessa letteratura rientra la *Casa di Salomone* dell'utopia di Bacone *La nuova Atlantide*. Tale è l'influenza della *kunstkammern* nell'immaginario intellettuale dell'epoca. Questa fascinazione è giustificata dall'interesse sempre maggiore per il mondo della natura e per le tecniche sviluppate dall'uomo e le sue scienze. In questa istituzione culturale, insomma, il sapere non viene posseduto per il semplice piacere di possederlo. Esso viene posseduto per approfondire e conoscere, ed è importante sottolineare la costante presenza del gioco.

Siamo abituati ai nostri musei, al loro ordine e alla loro capacità di catalogare, in passato invece catalogavano sì il mondo, ma non lo ordinavano, esso doveva trovare un riflesso nella *kunstkammern*, così il disordine rappresentava il libero gioco della natura e l'individuo che si

---

95 H. Bredekamp, *Nostalgia dell'antico e fascino della macchina*, Milano, il Saggiatore, 1996.

approcciava alla conoscenza poteva “ superare i confini”<sup>96</sup>.

Le *kunstkammern*, non offrivano soltanto un congiungimento di testimonianze di culture storicamente, geograficamente ed eticamente estranee come di tutti i regni della natura, ma anche un ambiente di esercitazione della fusione di significato e forma, o per accogliere una caratterizzazione più recente, di <<visibile e invisibile>>.<sup>97</sup>

Un'istituzione culturale che si allontana dall'accademismo incentrato sulla nomenclatura e sul logocentrismo. Stabile alla base della conoscenza c'è l'esperienza diretta con il mondo e le sue diverse manifestazioni, in un secondo tempo subentra la nomenclatura, ma *in primis* c'è la conoscenza diretta, lo sviluppo della capacità metaforica e dell'intelligenza analogica.

In questa luce si può ora comprendere meglio l'idea di <<trascendenza>> di Isabella d'Este, gli oggetti sono un primo tramite e l'esperienza che noi facciamo di loro ci apre ad un grado di coscienza in cui i due poli temporali, quello nostro presente e quello passato degli oggetti, si uniscono e ci consentono una penetrazione maggiore delle cose del mondo.

Potremmo allungare l'occhio alle *Lettere sull'educazione estetica* di Schiller, che si trova temporalmente a quasi duecento anni di distanza dalla *Città del Sole*. In cui il gioco assume un ruolo di importanza vitale per l'educazione completa dell'uomo e il superamento della sua barbarie o del suo estremo razionalismo tanto che

l'uomo è pienamente uomo unicamente quando gioca<sup>98</sup>.

Lo scopo delle *kunstkammer* dunque come è evidente, è ben lontano da quello del museo attraverso il quale si costruisce l'identità nazionale, qui per ora si è al livello di collezionismo a scopo conoscitivo.

---

96 *Id.* pg 86.

97 *Id.* pg 125.

98 F. Schiller, *Lettere sull'educazione estetica dell'uomo*, Armando Editore.

La storia del collezionismo è antica quanto quella dell'uomo, in tutti i tempi l'umanità è stata vittima del fascino della bellezza e della possibilità di averla vicina. La più antica collezione di cui la storia abbia memoria è quella del faraone Tutankhamon, all'apertura della sua tomba fu trovato al suo interno un gran numero di bastoni da passeggio. La scienza ha poi rilevato che il faraone-bambino aveva un'andatura claudicante per via di una malformazione e quindi doveva muoversi con l'ausilio del bastone. Come è ovvio, uno non bastava, il bastone da passeggio era come un prolungamento della sua persona, come uno dei tanti ninnoli di rappresentanza, non poteva essere un semplice bastone, così ad uno ne seguirono molti altri, tutti diversi tra loro. La collezione era così importante per il faraone che la portò con sé nell'aldilà. Da tenere in considerazione l'usanza religiosa della cultura egizia, insieme agli Ushabiti nelle tombe erano deposti oggetti di uso comune durante la vita del defunto, oggetti che avrebbero dovuto facilitare la vita dopo la morte. Ma, ciò che stupisce non è, infatti il bastone da passeggio, ma l'imponente numero ritrovato. Non si trattava più di un oggetto qualsiasi tra gli altri, anzi, si potrebbe dire che non importava più l'oggetto ma la serie, la collezione, tutta integra essa avrebbe permesso l'ingresso pacifico nell'aldilà, non il singolo bastone. Seguendo l'idea di Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton<sup>99</sup> l'oggetto diviene fonte indispensabile intorno cui si costruisce la propria identità:

A baby in a playpen can formulate a hundreds of intention with a ball[...].

When the ball performs as the child intended, the child's self is confirmed and strengthened. Later through a variety of games using this multipurpose

---

<sup>99</sup>Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton, *The meaning of things. Domestic symbols and the self*, Bakersville, Cambridge University Press, 1999.

object youngsters are provided with the opportunity to confirm their selves further by learning to control movements. In our society even grow men such as Pelè (etc.) have structured the self around their ability to control the trajectories of balls<sup>100</sup>

così come Pelé ha costruito la sua personalità intorno alla palla e al controllo delle sue traiettorie, Tutankhamon ha costruito la propria immagine e la sua personalità intorno al bastone da passeggio. Impensabile approcciarsi all'aldilà senza la collezione di vari esemplari.

Già presso gli antichi romani si può trovare “ la curiosità tal quale la conosciamo oggi”<sup>101</sup>, cioè quella curiosità che spinge verso gli oggetti e le opere di valore di altre culture. Non è un caso che il più conosciuto dei collezionisti della storia sia il romano Verre, anche grazie alle orazioni scritte da Cicerone durante il processo al pretore il quale era accusato di ogni ruberia. Egli era un appassionato di arte e aveva costituito una delle più imponenti collezioni della storia antica. Ma tutto in maniera illecita, rubando e minacciando. Si trattava di un modo come un altro per poter mettere le mani sull'oggetto desiderato, egli si trova ad essere completamente assorbito da questa sua passione tanto che come scrisse Cicerone “ *cupiditas incredibilis, ad insaniam concupierat*”<sup>102</sup>, ama le opere di arte bella fino alla follia.

Il caso di Verre non è l'unico nella storia, molti altri personaggi importanti e di rilievo, spesso anche del panorama politico, sono stati sopraffatti da questa passione, M. Rheims riporta nel suo libro l'aneddoto di una tra le più eminenti personalità della società parigina. Costui aveva la stramba

---

100 *Id*, pg 91

101 *Ibidem*.

102 Cicerone, Verrine, cit. in A. e F. Molino, *Il possesso della bellezza*, Torino, Bruno Allemandi & c. editore, 1997.

abitudine di collezionare croissants fin dalla più tenera infanzia. O anche la storia di quel presidente francese<sup>103</sup> che amava a tal punto i libri da non rendersi conto di trovarsi in una libreria, li portava via senza pagare e così per anni<sup>104</sup>. Tra gli episodi più bizzarri c'è quello di un detenuto che lasciò in eredità al proprio medico la pelle della sua schiena sulla quale era presente un tattoo. Il medico, da parte sua usò la pelle per rilegare un prezioso testo.

Oppure la storia, ormai leggenda, di un bibliofilo il quale venuto a sapere dell'esistenza di un'altra copia di un testo in suo possesso e fino a quel momento considerato unico, si recò presso la libreria dove si trovava questa copia, la comprò e le diede fuoco. Questo perché intorno a quel oggetto unico lui aveva costruito tutta la sua autostima e l'esistenza di un'altra copia minava tutta la costruzione.

Il vero picco di interesse nei confronti del collezionismo si rintraccia durante la fine del '400, siamo in un periodo storico molto prolifico dal punto di vista culturale e artistico e le figure che si affacciano al collezionismo non sono più solo quelle dei grandi palazzi aristocratici o i grandi ecclesiasti. Il grande flusso di merci permette ai commercianti di accumulare ricchezze, ma

il piacere che la ricchezza procura si esaurisce rapidamente in chi si rende conto di dividere con molti altri questo privilegio; e allora ecco che occorre darsi da fare per mascherare tutto quel vile metallo<sup>105</sup>.

Il possesso di una collezione diviene un segno di distinzione dagli altri ricchi

nel '600 la borghesia commerciale acquista forza e potenza e si scatena:

---

103 Rheims non ne fa il nome.

104 *op. cit.* pg 50

105 *id* pg 45

possedere una bella casa arredata è l'ultima tappa prima di conquistare un titolo di nobiltà<sup>106</sup>

il privilegio di possedere opere d'arte bella è certamente più soddisfacente. L'amore per la bellezza è molto comune, ma solo il possesso di molto denaro permette di acquistarla. Questo afflusso di denaro e di interesse per l'arte alimenta il grande fermento artistico, il collezionista, infatti, fino alla metà dell'Ottocento deve essere considerato come un creatore. Certo egli non è in grado di realizzare opere magnifiche e durature, ma attraverso la sua passione per l'arte offre la possibilità a molti artisti di vivere, ma soprattutto, avendo l'occhio allenato riesce a riconoscere un'avanguardia di eccellenza anche se agli inizi

L'artista è il creatore, ma è l'amatore che lo incoraggia, raccoglie i frutti del suo genio, fa eco al suo pensiero, alle sue idee. Collezionista e amatore sono forse degli artisti creatori che non avendo – o credendo di non avere – la capacità di esprimersi plasticamente, sfogano il loro bisogno di espressione attraverso gli oggetti scelti con tanta cura.<sup>107</sup>

È il caso di Vermeer, se molte delle sue opere sono ancora osservabili il merito va al suo mecenate Pieter van Ruijven, che seppe riconoscere in lui un grande artista e acquistò ogni anno un suo dipinto.

Va ricordato che è merito di un certo Lenoir se oggi possiamo ammirare i <<prigioni>> di Michelangelo, alla fine del '700, infatti, queste sculture michelangiolesche hanno rischiato di vedere la fine, la moda a cui appartenevano era superata, i collezionisti contemporanei non vi badavano più. Hanno rischiato di divenire materiale per costruzione,

È innegabile che il curioso è uno degli uomini meno esposti e meno sensibili agli effetti della moda: se è vero che alcuni sembrano

---

106 *Id*, pg 22

107 *Id*, pg 17

preoccupati di conciliare la propria passione col gusto del momento, la maggior parte di loro, invece, sono degli individualisti, dei franchi tiratori, dal gusto così strano e sconcertante che non si riesce a capire se sbagliano oggi o se saranno domani i trionfatori di un nuovo gusto<sup>108</sup>.

Come suggerisce Rheims, il curioso segue solo il proprio gusto nell'accumulare oggetti. Ciò che contraddistingue un curioso infatti, è proprio la sua impermeabilità al gusto dettato dalla moda, ed è per questo che l'eredità di molti grandi artisti è giunta fino a noi. Nel definirli Rheims scrive

accanto ai collezionisti e agli amatori ci sono i curiosi. Specie ibrida e aberrante, dedita alla ricerca di oggetti più insoliti che belli, essi giungono ad una scelta tanto più raffinata in quanto pare fatta con una sorta di maligna perversità. Alcuni di loro, privilegiati e dotati di qualità preziose, sembrano nati dall'incrocio fra un amatore e un'indovina, poiché non solo possiedono il senso del raro, ma anche di ciò che lo diventerà<sup>109</sup>.

Si può tracciare come caratteristica fondamentale del curioso la sua attitudine a seguire il proprio gusto, per quanto bizzarro possa essere. Grazie a questa tendenza, la quale è propria anche del collezionista, spesso si sono salvati capolavori destinati all'oblio a causa della moda. In questo senso dunque il collezionista si può intendere come creatore, là dove egli non è in grado di creare bellezza ne diventa il tutore, permettendo alle opere di sopravvivere al suo tempo e ad egli stesso.

Di aneddoti sui collezionisti la storia è piena, sono forse i personaggi più stravaganti del genere umano.

Se ne ho citato qualcuno è solo perché questo aiuta alla comprensione

---

108 *Id*, pg 155

109 *Id*, pg 16

dell'attitudine comportamentale del collezionista, attitudine che si trova alla base, oggi, del rapporto dell'individuo con la cultura. Ma si trova solo per analogia, si può assumere la fisionomia del collezionista come archetipo del collezionista di cultura odierno.

C'è da fare una grossa distinzione tra i collezionisti di arte così come sono stati descritti da questi aneddoti e quelli del consumo. Se fino alla seconda guerra mondiale si possono ancora registrare grandi collezioni di opere d'arte, già dalla fine della seconda guerra mondiale le cose iniziano a cambiare. Ma è soprattutto con il boom economico che esplose il vero e proprio collezionismo di massa<sup>110</sup>, e con il quale l'arte si avvicina ancora di più alle masse con le riproduzioni a pochi spiccioli e a colori.

Il grande cambiamento è da riscontrarsi nel fatto che ora tutto è divenuto collezionabile e ciò ha reso i musei come luoghi di accaparramento piuttosto che di incontro e riflessione, trasformandoli in luoghi in cui dare sfogo alla voracità

pochi anni dopo la loro fondazione questi strumenti di informazione ed educazione erano già divenuti luogo di pellegrinaggio stupito da parte di curiosi che a malapena capivano ciò che vedevano.<sup>111</sup>

Si spegne del tutto quell'epoca in cui collezionare era anche sintomo di interesse per il mondo, anzi era necessario per comprendere il mondo e districarsi nei suoi misteri. L'avvento del collezionismo di massa, la possibilità di avere tutto ha portato il più grande cambiamento non solo nel mondo del collezionismo, ma anche nel modo di fruire della cultura.

---

110 A. & F. Molino, *Il possesso della bellezza*, Torino, Allemandi & C., 1997

111 P. Findlen, "Il museo e la sua etimologia e genealogia rinascimentale", *Rivista di Estetica*, 16/2001, cit in U. Eco *Il museo nel terzo millennio*.

## 2.1-La passione dell'amatore

Dove si può ripescare l'origine di questa necessità che spinge al collezionismo? Perché di necessità si parla a tutti gli effetti, dai casi sopra esposti è evidente come il collezionismo, sia una spinta quasi istintiva. Senza scendere troppo nella psicologia ed esulare dal nostro campo di ricerca, bisogna provare a tratteggiare i contorni di questa figura e con essa arrivare al nocciolo del problema della diffusione della cultura di massa<sup>112</sup>. La figura del collezionista che ne consegue da questi abbozzati ritratti è al limite tra Prometeo e Don Giovanni. Nel primo si riconobbero i collezionisti dell'epoca delle *kunstammern*, i quali non solo erano interessati alle forme naturali ma soprattutto riservavano un forte entusiasmo alle nuove innovazioni nella tecnica che avrebbero potuto apportare migliorie alla vita quotidiana. Insomma come Prometeo aveva donato intelligenza e memoria alle sue creature mortali, così il collezionista illuminava la strada del sapere e della conoscenza,

il collezionista è rivelatore della necessità da parte del singolo di rifare non solo la propria storia, ma anche quella collettiva, di rovesciare il percorso della vita e del tempo, di fornire un nuovo orizzonte al passato, di ordinare, dare nome, eternità al mondo e alle cose<sup>113</sup>,

come un demiurgo che plasma la materia a sua disposizione e crea una realtà nuova, più comprensibile e vicina.

Questa potremmo considerarla come la parte più nobile del collezionismo, se volessimo dare un giudizio, la parte invece più infima è quella rappresentata dal carattere del conquistatore seriale quale è il Don Giovanni. Nella letteratura riguardante il collezionismo ritorna spesso il

---

112 Per questa parte del lavoro mi sono affidata alle osservazioni psicologiche in Molfino e Rheims sul collezionista.

113 A. & F. Molfino, *op. cit.* pg 35.

confronto di questi con la figura di questo personaggio teatrale diventato ormai una leggenda. Questo perché molto sono affini le due figure, differiscono solo nel fatto che il collezionista di solito predilige accumulare oggetti, il don Giovanni donne, ma la serialità e la ricerca compulsiva di un nuovo oggetto del desiderio sono comuni ad entrambi ed anche alcune delle motivazioni

collezionare è un desiderio insaziabile, un dongiovannismo degli oggetti per il quale ogni nuova scoperta provoca una tumescenza mentale e genera il piacere supplementare di tenere il punteggio, dell'enumerazione.<sup>114</sup>

Nel possedere gli oggetti della sua collezione e attraverso essi, l'amatore ricostruisce se stesso, plasma la sua natura secondo l'immagine che di se ha

Come un don Giovanni (il collezionista) confonde la ricerca di se stesso con la conquista giornaliera<sup>115</sup>.

Egli vive della necessità di ordinare il mondo attraverso la collezione per poter ordinare, in realtà, i suoi pensieri e i suoi sentimenti.

Baudrillard scrive che

gli oggetti sono [...] uno spazio mentale chiuso in cui io regno, una cosa di cui *io* sono senso, proprietà, passione<sup>116</sup>,

nella definizione dell'autore francese interviene un elemento che finora non è stato riscontrato, si tratta della proprietà. I grandi collezionisti infatti, come abbiamo visto da tutti gli esempi citati raramente collezionano per il gusto di possedere oggetti, cioè di rivendicare la proprietà su di essi, questo è uno degli ultimi elementi che spinge alla collezione, che si è sviluppato ulteriormente nel momento in cui anche la forma del collezionismo si è evoluta.

Principalmente però la collezione trae origini dalla necessità dell'individuo

114 S. Sontag cit in A. Diazzi, "La lista impensabile", *Enthimema*, no° VIII, 2013

115 M. Rheims, *op cit.* pg 16

116 J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Bergamo, Tascabili Bompiani, 2007. pg 111.

di costruire intorno a sé un “regno” oppure di trovare il senso che non si riesce a trovare nel mondo:

padrone di un serraglio segreto, l'uomo è in mezzo ai suoi oggetti in assoluto. Il rapporto umano, campo dell'unico e del conflittuale, non permette mai la coesistenza della singolarità assoluta e della serie indefinita: per questo il rapporto umano è fonte continua di angoscia. Il campo degli oggetti invece è fonte di sicurezza, in quanto è campo di termini successivi e omogenei<sup>117</sup>

In questo senso si può parlare di *consolazione degli oggetti*. Il rimando è al testo di Boezio, il quale incarcerato cerca consolazione nella sua ricerca filosofica

Ai nostri giorni i chimici forniscono ai farmacisti le pastiglie tranquillanti, ma da molto tempo è chiaro che la passione del collezionismo ha esercitato la stessa funzione<sup>118</sup>

La collezione assume agli occhi del collezionista lo stesso potere consolatore che la filosofia assume per ogni filosofo o pensatore in stato d'avversità

il collezionista si sente alienato e disperso nella logica sociale di cui non conosce le regole: cerca allora di costruire un linguaggio che gli sia trasparente, di cui abbia in mano i significati: l'ultimo significato, in fondo, sarà lui stesso<sup>119</sup>.

Il paragone è forte, lì dove il lavoro di ricerca del pensiero permette ad un uomo di elevarsi dalla sua condizione di difficoltà nel collezionista diventano gli oggetti, la sua collezione è una vera e propria fuga dalla realtà circostante. A differenza del filosofo il quale attraverso la sua ricerca tenta di dare una spiegazione, un significato al mondo, il collezionista crea

---

117 J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani ed., 2003

118 M. Rheims, *op. cit.* pg. 29

119 J. Baudrillard, *op. cit.* pg 137.

un mondo parallelo e ci si immedesima a tal punto che perde di vista completamente il suo spazio tempo. Ad esempio, Maurice Rheims racconta di un tale che aveva una passione smodata per lo sfortunato Luigi XVI, tanto da essersi procurato la ghigliottina della sua decapitazione. Ogni anno nella data del funesto anniversario si calava nelle vesti del re e imitava l'azione della sua morte, finché un giorno la ghigliottina non fece il suo lavoro<sup>120</sup>. Ma di aneddoti del genere la storia del collezionismo è piena, questo testimonia come per il collezionista la sua opera non sia semplice possessione, ma è come creare un mondo parallelo, in un altro spazio tempo in cui poter essere un'altra persona, chiunque si desideri. Conclude Rheims :

alcune epoche della storia appaiono così appassionanti e conformi al gusto di certi collezionisti, che a volte c'è chi si distacca dalla vita contemporanea per non pensare che al passato<sup>121</sup>.

Il possedere oggetti per il collezionista è dunque una necessità, attraverso di essi egli sopravvive, cerca di restituire al suo essere una durata che effettivamente egli non può avere, cerca l'eternità attraverso la sua collezione

il processo-rifugio non investe l'immortalità, la perpetuità, la sopravvivenza di un oggetto-riflesso, ma è piuttosto un gioco più complesso di "reimmissione nel ciclo" della nascita e della morte in un *sistema degli oggetti*. L'uomo non trova negli oggetti l'assicurazione di poter sopravvivere, ma di viver d'ora innanzi il processo della propria esistenza continuamente e secondo una modalità ciclica e controllata e di superare dunque simbolicamente l'esistenza reale il cui svolgersi irreversibile gli sfugge<sup>122</sup>.

---

120 M. Rheims, *op. cit.* pg 48

121 *Id.* pp 47-48

122 J. Baudrillard, *op.cit.* pg 125.

Nella sua prospettiva il collezionista ricrea un mondo autonomo, cioè indipendente dall'esterno, dalla vita sociale, ma anche dalla funzione d'uso dell'oggetto.

La consolazione degli oggetti dunque, tanto da dimenticare la vita reale e sfuggirle. Il collezionista vive in un mondo fatto di nebulose, l'interlocutore di Utz, protagonista del testo di Chatwin e collezionista incallito di porcellane al punto da immedesimarsi in Augusto il Forte di Polonia, il quale era vittima della stessa malattia, e in Rodolfo II di Polonia, anche lui grande collezionista, ad un certo punto scrive:

e io capii, mentre Utz faceva ruotare la statuetta alla luce della candela, che lo avevo giudicato male; che anche lui stava danzando; che per lui il vero mondo era il mondo di quelle figurine, e che, paragonate a loro la Gestapo, la polizia segreta e furfanti vari non erano che creature di latta. Gli eventi di questo fosco secolo- i bombardamenti, i *Blitzkrieg*, i colpi di stato, le purghe- erano, per quel che lo riguardavano, altrettanti <<rumori di fondo>><sup>123</sup>.

Quello che la collezione offre al collezionista è una dimensione di <<permanenza>><sup>124</sup>, di serialità, di ciclicità che la vita non è in grado di offrirgli. Vita che invece è caos, in cui è costantemente presente un conflitto di singolarità, sulle quali non è possibile esercitare il potere di possessione e controllo che si esercita sugli oggetti.

Le cose, riflettei, sono meno fragili delle persone<sup>125</sup>,

la necessità di avere una collezione di opere belle risiede dunque tutta qui, nell'impossibilità di sopravvivere ad un mondo continuamente in balia dei flutti. In fondo, anche di Rodolfo II si diceva che preferiva rintanarsi nelle sue segrete piuttosto che vivere la vita di corte, e anche che realizzava

---

123 B. Chatwin, *Utz*, Milano, Adelphi, 2000

124 M. Rheims, *op. cit.*

125 B. Chatwin, *op. cit.* pg 96

simbolicamente il suo potere da imperatore attraverso la sua collezione, non essendosi mai sposato e non avendo mai avuto figli, avrebbe lasciato in eredità ai suoi cittadini la sua *Kunstkammern*<sup>126</sup>.

Necessità di rifare la propria storia e il proprio essere

collezionare serve dunque a maneggiare le emozioni, nel senso di incarnare e distanziare negli oggetti, come il teatro fa con i personaggi, la vita effettiva, credendo finalmente di dominarla<sup>127</sup>.

Nel collezionista, quindi, come avevamo constatato per il museo, il problema è il conflitto, l'incapacità di relazionarsi con il resto del mondo, il confrontarsi con gli oggetti, i quali subiscono passivamente le passioni, gli dona quella sicurezza e quella tranquillità che il mondo degli uomini non gli promette,

si identifica e gioca con l'oggetto come un secondo se stesso capace di sopportare senza danno i colpi e di servire contemporaneamente come capro espiatorio e come amuleto<sup>128</sup>,

capro espiatorio su cui sfogare le proprie passioni e amuleto contro le angosce della vita.

Cerchiamo di mettere in chiaro i movimenti essenziali al collezionismo, costruiamo l'archetipo del collezionista d'arte e di opere belle:

- necessità di razionalizzare, di possesso ordinato del mondo e di se stessi;
- distacco dal tempo reale e proiezione nell'epoca storica affine al proprio gusto e interesse, forte immedesimazione;
- senso del sé, richiesta di attenzione, segno di distinzione, ricerca di significato o addirittura di immortalità;
- personificazione degli oggetti, i quali arrivano ad essere degli

---

126 A. & F. Molfino, *op. cit.*

127 A. & F. Molfino, *op. cit.* pg 36.

128 M. Rheims, *op cit* pg 31

interlocutori antropomorfi;

- necessità di vedere rappresentata la propria individualità, spesso dettata da “ orgoglio e snobismo”. Collezionare se stessi;
- identificazione del possessore con il valore dell'oggetto posseduto<sup>129</sup>.

Gli ultimi due punti sono meno evidenti negli esempi finora riportati. Questo perché i collezionisti di cui si è parlato fanno parte della famiglia degli amatori del bello e delle opere d'arte. Il reale cambiamento del rapporto collezionista-oggetto, può essere rintracciato negli inizi dell'ottocento. Sia in Molino che in Rheims, viene posto l'accento su quella età di grandi cambiamenti, le prime per via della creazione del primo grande museo pubblico, il Louvre, e l'azione di disintegrazione compiuta dalle confische napoleoniche, Quatremère

aveva allora avvertito che l'età del gusto e del collezionismo aristocratico era alla fine; che la *connoisseurship* cedeva al mercato diffuso globalizzato<sup>130</sup>.

Per Rheims il cambiamento avviene nella seconda metà dell'Ottocento, quando cioè le grandi famiglie borghesi iniziano la caccia all'oggetto. Quello che un tempo era considerata un'attività superiore, diveniva ora uno sport come un altro. Scrive Rheims:

È nelle profonde trasformazioni sociali che si devono cercare le ragioni dell'atteggiamento più statico dei collezionisti i quali, da mecenati e creatori del gusto di un'epoca, sono ormai diventati accaparratori e speculatori. Non si costruiscono più castelli<sup>131</sup>

sottolineando il distacco da quella che poteva essere un'educazione

---

129 Per formulare e completare questo elenco ho seguito le varie osservazioni psicologiche presenti in Molino e Rheims.

130 A. & F. Molino, *op cit pg 130*

131 M. Rheims, *op. cit. pg 24*

estetica, e l'avvento di un nuovo atteggiamento nei confronti dell'arte e della collezione.

## 2.2- Collezionare se stessi: accumulare arte e cultura.

In maniera molto più marcata si può parlare in questa sezione di *consolazione degli oggetti*. Scorrendo l'elenco sopra fatto, torniamo agli ultimi due punti : la necessità di vedere <<rappresentata>> la propria personalità e l'<<identificazione>> con le qualità dell'oggetto posseduto.

Sono due tra i punti più importanti che meritano di essere osservati da vicino. Come scritto sopra riguardo ai musei e la costituzione delle identità nazionali attraverso la raccolta di opere, così il collezionismo che è il microscopico rispetto al museo, costituisce una forma di ricerca di identità da parte dell'individuo. Scrive Rheims:

ciò che il collezionista chiede all'<<oggetto amato>> è la possibilità di una stretta identificazione con esso e l'assoluto esclusivismo, che se nuoce gravemente alle relazioni umane, facilita d'altra parte il formarsi di una collezione <sup>132</sup>

L'oggetto quindi costituisce l'intermediario, la fonte primaria di relazioni, quelle che non si riescono a costituire con gli altri. Il rapporto con il resto del mondo, quindi, non è più *im-mediato* ma *mediato*. Rheims definisce giustamente l'oggetto *amato*, Baudrillard parla invece di gelosia

cosa significa l'oggetto sottratto? Se non si presta ad altri l'automobile, la penna stilografica, la moglie, è perché tali oggetti sono sul piano della gelosia, l'equivalente narcisistico dell'io [...]. Il geloso sottrae agli altri, sequestra per tenere solo per sé, mascherata sotto le apparenze di un

---

132 *Id* pg 29

oggetto, la propria libido, che cerca di soffocare in un sistema di reclusione-  
lo stesso sistema grazie a cui la collezione risolve l'angoscia della morte<sup>133</sup>.

Se si dovesse fare una ricerca lessicale riguardo i termini usati dal possessore per definire il proprio possesso tra i più usati si troverebbero gli aggettivi qualificanti un rapporto amoroso e quello ovviamente di esclusività come gli aggettivi possessivi. Fin qui, rimane un'identità propria dell'oggetto, se pure ad uso esclusivo di un individuo.

Ad un certo punto si ha uno slittamento. Tenendo presente il paragone con la metafora elaborato da S. Stewart, possiamo dire che il collezionista si identifica a tal punto con gli oggetti che possiede da assumere come sue le caratteristiche dell'oggetto.

Il possesso non si ferma dunque semplicemente all'oggetto, ma anche alle sue qualità, l'oggetto è la rappresentazione dell'individualità di chi lo possiede. La costruzione della personalità non avviene dunque attraverso il *nosce te ipsum*, ma attraverso la possessione degli oggetti. Dal museo alla collezione, è evidente come lo sviluppo della propria identità e la conoscenza che ne abbiamo viene attraverso gli oggetti

ma non è di certo una nozione universale che il raccogliere implichi l'accumulazione di posses, che l'identità sia concepita come una sorta di ricchezza (di oggetti, di conoscenze, di ricordi, di esperienza)[...]. In Occidente, invece, il collezionismo è stato a lungo una strategia del dispiegamento dell'io, della cultura, dell'autenticità.<sup>134</sup>

Clifford spiega in parallelo come sia per il museo che per l'individuo, la costituzione dell'identità. Ricchezza qui va inteso quantitativamente, l'identità che si costruisce con metodo collezionistico è un'identità che non può fare a meno di accumulare oggetti, arte e cultura, si riconosce in essi,

---

133 J. Baudrillard, *op. cit.*, pp. 127-128

134 J. Clifford, *op. cit.* pg 252.

ma non si ha una vera crescita qualitativa, un vero polo dialettico di opposizione che permetta una comprensione critica.

Analogicamente, si può dire che il collezionismo agisce come metafora, in contrapposizione, se vogliamo seguire l'analisi di Susan Stewart, al souvenir che invece è una metonimia. La metafora nel linguaggio instaura un rapporto di rimando, trattasi della figura retorica per eccellenza. Il termine metafora tradotto letteralmente dal greco significa trasferimento, in latino è resa con *translatio*. Entrambe le traduzioni portano in grembo l'idea del trasferimento di significato. Lo stesso avviene dalla collezione al collezionista, le qualità dell'una vengono trasferite all'altro. Nel souvenir invece, sostiene la Stewart il rapporto è di metonimia, di vicinanza. Non c'è alcun trasferimento, salto concettuale, il souvenir è appunto il ricordo di un momento, di una persona, un oggetto che è stato proprio al momento, alla persona. Quindi scorgere un souvenir ci rimanda con la mente a quel ricordo.

Il possesso dell'oggetto nella collezione, invece, implica così tanto l'identificazione che l'oggetto non sta più a sé stesso, ma sta a chi lo possiede. Avviene come un transfert. Ecco perché collezionare ad un certo momento diviene uno *status symbol*.

Il termine ricchezza usato da Clifford nella citazione di cui sopra, non va confuso con ricchezza di sapere. Tra parentesi infatti egli sottolinea come la ricchezza sia intesa a livello quantitativo e non qualitativo. La collezione assume un ruolo fondamentale nel carattere narcisistico dell'individuo

possedere un oggetto perfetto può lenire o evitare i dolori dell'umiliazione e gli oggetti integri diventano specchio ingannatore, prendono il posto della perfezione umana perduta o meglio mai posseduta<sup>135</sup>

---

135 A. & F. Molfino, *op. cit.* pg 38

ci si immedesima con la qualità dell'oggetto in questione. Ad esempio per il bibliofilo il solo possesso di tanti libri fa aumentare la sua autostima, alcuni testimoniano che al solo vedere tutti quei libri nella biblioteca personale al mattino si sentono più intelligenti. Magari si tratta di libri che non hanno ancora letto, che sono stati comprati con l'ideologia del *non si sa mai*, libri che rimangono lì come figurine e feticci, rappresentati di uno *status symbol*, che potrebbe essere in questo caso quello dell'intellettuale. Gli oggetti diventano dei *segni distintivi*, unità fondamentale di quella che si potrebbe definire ideologia nominalista. I *segni distintivi* sono quegli oggetti assunti appunto a *status symbol* in quanto tramite essi si assumono determinate virtù e valori. Possedere ad esempio un determinato oggetto d'arte, permette al valore di questo, d'esser trasferito al suo possessore, il quale assumerà in società intelligenza, grandezza e importanza, solo per il possesso di tale opera, tanto che si può arrivare a confondere il creatore dell'opera d'arte con il suo possessore.

Rheims ci racconta di un ministro di stato che poco prima di morire era preoccupato perché non aveva tra le sue proprietà una biblioteca “che cosa direbbero di me se non ne trovassero una da mettere nel mio inventario?”<sup>136</sup> l'idea che gli rendeva difficile la dipartita era la considerazione che le persone avrebbero avuto di lui, ma non in base al suo operato, in base alla sua umanità. Ciò che più di tutti lo tormentava era l'assenza nella sua vita di questo *segno distintivo* che gli avrebbe aperto le porte della categoria dei sapienti, degli intellettuali. Il *segno distintivo* in questo caso sono i libri, che sono l'icona di tutto un bagaglio di valori, a cui il collezionista partecipa per il semplice fatto di possederli:

Perché tutti questi libri? Puoi stenderli per terra e dormirci sopra,

---

136 M. Rheims, *op cit.*

incollarteli sulla pelle e fartene un abito, non per questo diventerai più sapiente. La scimmia è sempre scimmia anche se vestita d'oro.<sup>137</sup>

Possedere tanti libri non testimonia la conoscenza di un individuo. In questo senso, dunque, *collezionare sé stessi*,

questa passione [...] offre la possibilità di acquistare il prestigio che la natura nega<sup>138</sup>.

Collezionare sé stessi, significa dunque costruire artificialmente sé stessi. E l'immagine che si ha di sé è costituita per la gran parte dagli oggetti che si posseggono.

Il problema è che questo approccio non si ferma solo agli oggetti ma si espande alla cultura.

Il discorso sul MOMA e la capacità dell'Occidente di reprimere il significato di altre culture a semplice specchio per il proprio narcisismo, è un esempio in grande di quello che effettivamente accade agli individui singoli in questa congiuntura storica. Il carattere da collezionista, infatti, ha preso il sopravvento in una cultura in cui

gli individui perdono di importanza, tanto più si caricano di significato gli oggetti più insignificanti<sup>139</sup>.

Nel capitolo precedente si è arrivati alla conclusione che la decontestualizzazione delle opere di altre culture, l'immagine di salvatore che l'Occidente si costruisce immaginando mondi e culture in via d'estinzione da salvare, non siano altro che la manifestazione dell'incapacità di quest'ultimo di avere un rapporto che sia di conflitto o di confronto con gli altri. Non esiste l'antitesi, essa è ridimensionata a livello di specchio nel

---

137 Luciano, cit in Rheims pg 18

138 *Id* pg 37.

139 R. Kurz, *Sein come Design*, in *Agalma*, n°1, 2000.

quale la Tesi si osserva, e l'unico soggetto con il quale si confronta è la sua stessa immagine.

Nella collezione si trova analogamente lo stesso movimento. Nell'impossibilità di costruire reali rapporti con gli altri, il collezionista costruisce intorno a sé un mondo a sua immagine e somiglianza. Le singole personalità che si incontrano nel mondo reale, sono in ogni momento occasione di confronto e conflitto. Il mondo sociale, infatti, proprio grazie all'infinita varietà delle singolarità è un mondo in continuo cambiamento, di caos, scandito certo da scadenze e cicli vitali, ma come nella tettonica a zolle continuamente disturbato da movimenti intestini che ne cambiano l'organizzazione. Il mondo della collezione è un esorcismo nei confronti di questa instabilità. Scrive Baudrillard :

l'uomo non trova negli oggetti l'assicurazione di potere sopravvivere, ma di vivere d'ora innanzi il processo della propria esistenza continuamente secondo una modalità ciclica e controllata e di superare dunque simbolicamente l'esistenza reale il cui svolgersi irreversibile gli sfugge<sup>140</sup>

quello di cui necessita il collezionismo è un mondo costruito attraverso gli oggetti, che assecondi un tempo ciclico nel quale anche la morte viene esorcizzata, in quanto il tempo è immobile, spesso distante da quello presente. Se l'organizzazione della collezione non trova la sua origine storica nel momento presente, il collezionista vi si proietta perdendo così il contatto con il tempo reale in cui vive.

Il mondo creato dalla collezione è un mondo in cui si rifugia

gli oggetti stanno diventando la consolazione delle consolazione<sup>141</sup>.

Privati di una consolazione metafisica, impossibilitati a ricercare una strada ideologica alla quale destinare la propria vita, in un'epoca nella quale il

---

140 J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani 2007<sup>3</sup>, p. 125

141 *Ivi*.

*panta rei* è divenuto la parola d'ordine, anche nei rapporti umani, gli oggetti per la loro caratteristica versatilità e passività diventano dei mattoncini con i quali poter costruire un mondo a proprio piacimento, con delle coordinate spazio temporali definite e difficilmente cangianti.

### 2.3 - The meaning of thing: oggetti come segni.

La domanda che sorge spontanea è questa: da dove viene tutta questa necessità di salvare il bello e il significato della bellezza?

La prima categoria che caratterizza il bello è la differenza, ma non nel senso che ha assunto oggi, che se una cosa è diversa automaticamente è bella appunto per la sua diversità.

Della differenza fa un'ottima analisi Baudrillard nel suo *La società dei consumi*<sup>142</sup>, dove arriva a definire la MDM ossia: *minor differenza marginale*

le differenze reali che contraddistinguevano le persone facevano di esse degli esseri contraddittori. Le differenze <<personalizzanti>> non oppongono più gli individui gli uni agli altri, esse si gerarchizzano tutte su una scala indefinita, e convergono in *modelli*, a partire dai quali esse sono sottilmente prodotte e riprodotte<sup>143</sup>

L'analisi di Baudrillard parte dal presupposto che non esiste più la persona in quanto singolarità, al suo posto è rimasto un vuoto da colmare, e i mezzi a disposizione per colmarlo sono i segni

è questo essere perduto che si intende ricostruire in astratto, mediante la forza dei segni, nel ventaglio moltiplicato delle differenze.

Partendo da questo punto di vista, la differenza, si può dire, essere ridotta a segno come testimone di *status* e *standing*. La differenza nasce da un

---

142 J. Baudrillard, *La società dei consumi*, Bologna, il Mulino, 2008

143 *Id*, pg 91

confine che determina una distanza tra le cose, una insostituibilità reciproca. Alla base dell'estetica modaiola e contemporanea, c'è il principio del "tutto è lo stesso"<sup>144</sup>. Non esiste più il limite, ogni cosa può essere presa e sostituita. Se la differenza si riduce a segno questo significa che non esiste più realmente, ma è divenuta riproducibile e quindi consumabile. La natura propria dell'individuo è sua e autentica, si sviluppa passo dopo passo. Ma se

la <<persona>> in valore assoluto, con i suoi tratti irriducibili e il suo peso specifico, così come l'ha forgiata tutta la tradizione occidentale come mito organizzatore del soggetto, con le sue passioni, con il suo carattere o... con le sue banalità, questa persona è assente, morta, spazzata via dal nostro universo funzionale<sup>145</sup>

allora non si può che ricorrere a modelli preconfezionati ai quali affiliarsi, alle singolarità messe a disposizione dal mercato. Per questo si tende all'ostentazione, perché se la reale differenza non esiste più, ma ne rimane solo un codice esterno, allora bisogna che i segni che contraddistinguono la differenza in questo codice vengano mostrati

c'è innanzitutto una logica strutturale della differenziazione, che produce gli individui come <<personalizzati>>, cioè come differenti gli uni dagli altri, ma secondo modelli generali e secondo un codice a cui, nell'atto stesso di individualizzarsi essi si *conformano*<sup>146</sup>.

Una società nata dal principio di uguaglianza non può tollerare l'unicità di una cosa. L'unicità è diventata pericolosa. Questo terrore deriva dal fatto che essa corrisponde ad autenticità e come già si è a lungo dissertato su questo a proposito del museo della costruzione identitaria, è evidente che se

---

144 W. Benjamin, *Parigi capitale del XIX secolo*. Einaudi Editore, 8° ed. 1992, Torino

145 J. Baudrillard, *op. cit.* pg 90

146 *Id*, pg 96

qualcosa di autentico e unico esiste esso rappresenta un polo dialettico con il quale confrontarsi, un'unità distinta.

Quale pericolo si avvede nell'annullamento dell'unicità? Forse da quello che Baudrillard definisce “il mito della felicità” cioè

quello che raccoglie ed incarna nelle società moderne il mito dell'uguaglianza<sup>147</sup>

mito che riduce la felicità a misurazione delle possibilità di accedere a comfort e benessere

la felicità come godimento totale e interiore, quella felicità indipendente da segni che potrebbero manifestarla agli occhi degli altri e ai nostri è dunque decisamente bandita dall'ideale del consumismo, in cui la felicità è soprattutto uguaglianza ( o ben inteso di distinzione) e deve perciò significarsi sempre con <<riguardo>> a criteri *visibili*<sup>148</sup>

Come si diceva sopra riguardo l'opera d'arte, l'unicità è ciò che genera la riflessione. Il riflettere indica un atto di ripiegamento del soggetto su se stesso, un riconoscimento di se stessi e degli altri come singolarità e differenza. La riflessione si genera solo nel momento in cui ciò che ci troviamo davanti esiste come entità diversa da noi, essa è un'azione essenziale attraverso la quale si sviluppa la capacità cognitiva e interrogativa del soggetto, la capacità critica. L'arte, ad esempio, richiede un intervento interpretativo, atto che mette in moto il cervello. Un'esposizione acritica non apre alcun nuovo orizzonte, non permette alla conoscenza di svilupparsi e accrescersi, comporta non solo l'annullamento dell'esperienza estetica ma anche del carattere epistemologico dell'arte<sup>149</sup>.  
Ciò che si apprezza dell'arte oggi, è la possibilità di *possederla*:

la gratificazione fornita dal possesso di un feticcio artistico è di natura

---

147 *Id*, pg 39

148 *Id* pp 39-40

149 M. Perniola, *Contro la comunicazione*, Torino, Einaudi, 2002

narcisistica: essa deriva dal considerare la merce artistica come un attributo, una componente accessoria dell'immagine di una persona insieme colta e aggiornata. Viceversa, la gratificazione fornita dall'acquisto di una *merce semiotica* può assumere carattere feticistico non appena l'immagine di sé è basata sul *possesso* di tale merce<sup>150</sup>

*Possedere* è la parola chiave di questo passaggio insieme ad *immagine*. Il bello artistico diviene un mezzo attraverso il quale poter testimoniare il sapere in proprio possesso. Al bello artistico mi sentirei di aggiungere anche la cultura, quindi la letteratura, la musica, il teatro, il cinema. Trattasi di un nuovo modo di fruire il bello e la conoscenza

le preferenze in fatto di consumo non sono un perfezionamento delle capacità umane capace di stabilire dei rapporti coscienti tra l'individuo e questo oggetto culturale. Esse rappresentano un mezzo per entrare vantaggiosamente in contatto con gli altri. Insomma gli oggetti culturali hanno perduto ogni significato umano: per il loro possessore sono in effetti dei feticci che gli permettono di sostenere un determinato atteggiamento<sup>151</sup>.

Anche l'arte e la cultura hanno subito la stessa decontestualizzazione di cui sono stati vittima i manufatti non-occidentali,

la consacrazione culturale e la valorizzazione economica del prodotto di un artista è subordinata al fatto di far parte di una moda

il carattere di negativo dell'arte è stato fagocitato dal mercato della vanità. Dove con carattere negativo si intende l'autonomia e la caratteristica critica dell'arte nei confronti della società, il rapporto con l'arte non deve essere conciliante

la disarmonia è l'occasione che spinge alla riflessione<sup>152</sup>

è attraverso il confronto che si attua un'esperienza di conoscenza e

---

150 M. Perniola, *La società dei simulacri*. Bologna, L. Cappelli, 1980.

151 Reismann, cit in J. Baudrillard, *op. cit.* pg 95

152 J. Dewey, *Arte come esperienza*, Aesthetica, 2010.

approfondimento, l'arte viene banalizzata e automaticamente privata del suo carattere indipendente. Da un lato dunque il potere critico dell'arte viene negato e trova la sua ragion d'essere attraverso il <<mercato artistico>> solo come valore di scambio. Così effettivamente il suo potere di opposizione, di critica viene inquinato in quanto non essendo più autonoma come può cogliere e testimoniare le criticità? È entrata a pieno titolo nel linguaggio delle merci,

se tutto quanto si vende, e dunque si consuma insieme, vuol dire che la cultura è sottomessa alla stessa domanda concorrenziale di segni di qualsiasi altra categoria di oggetti, e che essa è *prodotta in funzione di questa domanda*<sup>153</sup>

questo implica che fruire della cultura non è più la stessa cosa rispetto al contesto di Benjamin la cui analisi della fruizione partiva dal cambiamento del pubblico da colto a massa, qui è determinante non solo l'ambiente economico ma anche una certa spinta narcisistica, la quale è stata esacerbata dal mercato.

Il significato del termine *possedere* subisce delle variazioni: lì dove implicava l'ostentazione del lusso l'arte poteva ancora sperare di compiere in piena autonomia il suo ruolo di negativo; ora che deve la propria esistenza al mercato non può più essere indipendente. Il possesso di un'opera rientra nel codice, nel nuovo linguaggio. È un po' il dramma del nostro tempo, in cui non *si* è più colti, ma è possibile *mostrare di esserlo* attraverso il possesso di questi feticci.

L'idea di mercato e possesso si trovano alla base della moderna considerazione del bello. Si tratta di un possesso di tipo particolare perché esso fa parte di un “linguaggio codificato”: essere <<colti>> ed

---

153 J. Baudrillard, *La società dei consumi*. Bologna, il Mulino, 1976

<<aggiornati>> , si può possedere totalità delle opere di un grande artista ma non la sensibilità di comprenderla e di immergersi in essa. Così, il feticcio artistico viene associato alla merce semiotica, cioè quegli oggetti che è necessario possedere per testimoniare uno standard, uno status. Un nuovo linguaggio è nato nel nostro tempo ed è quello della *merce semiotica*, merce che arriva a comprendere la cultura.

Che cosa significa *merce semiotica*?

Se Perniola parla di *merce semiotica* a riguardo del prodotto artistico è perché esso rientra all'interno di un sistema di valori non più d'uso o di scambio, ma in un sistema di “linguaggio delle merci”

con cui esse propongono il loro acquisto ricorrendo a sollecitazioni estranee all'uso, creando la domanda psicologica del loro possesso ed offrendosi per soddisfarlo<sup>154</sup>

si entra dunque in una fase nella quale gli oggetti, la cultura non sono più riconosciuti nella loro natura di valore d'uso per i primi e di crescita per la seconda, ma diventano segni. Perniola parla di *design semiotico*<sup>155</sup>, Baudrillard di *consumo come logica dei significati*<sup>156</sup>, ma entrambi sottendono una struttura di referenza

l'oggetto divenuto *segno* non trae più il suo senso dalla relazione concreta tra due persone, ma dalla relazione differenziale rispetto ad altri segni<sup>157</sup>

l'oggetto quindi assume senso in quanto testimone di un certo *status*, è necessaria quindi un'analisi semiologica, perché gli oggetti e le forme esteriori vengono ad assumere il ruolo di segni attraverso i quali si rivelano dei significati

even purely functional things serve to socialize a person to a certain habit or

---

154 M. Perniola, *op. cit.* pg 139

155 *Id*, pg 140

156 J. Baudrillard, *Per una critica dell'economia politica del segno*, Milano-Udine, Mimesis, 2010

157 *Id*, pg 56

way of life and are representative sign of that way of life<sup>158</sup>.

La comunicazione e la socializzazione avvengono quindi primariamente attraverso questi segni.

## 2.4- The rear window.

Come si diceva sopra, accumulare cultura, significa costruire se stessi.

La persona, l'individuo così come la tradizione occidentale ha voluto plasmarlo, un individuo in cui è possibile riconoscere un'anima, una personalità delle idee. Bene questo soggetto non esiste più. O per lo meno l'individuo contemporaneo vive di altro, è divenuto un contenitore vuoto che cerca la propria definizione non in sé, nella sua crescita personale, ma nelle manifestazioni esteriori di se stesso. Ritorniamo con la mente ai selfie con la *Monnalisa*. L'opera leonardesca non esiste che in virtù di quell'istante di narcisismo, la conoscenza dell'opera e la visita al Louvre non esistono come momento di confronto. Leggendoli come segni essi assumono tutto un altro significato, rimandano a tutto un bagaglio leggendario

Gli oggetti hanno trovato un nuovo valore, non più d'uso o di scambio, ma oggetti segno e d'identità. Quello R. W. Belk<sup>159</sup> chiama *the extendend self*. L'incapacità del soggetto di *afferrar-si* lo costringe ad afferrare gli oggetti e con essi costruire un'immagine di sé, gli oggetti in quanto segni

are part of what organizes my consciousness, and because my self is inseparable from the sign process that constitutes consciousness.<sup>160</sup>

La mancanza di un sé radicato comporta che ciò che si ricerca non sia l'autenticità ma la distinzione

158 Csikszentmihalyi & Rochber-Halton, *op. cit.* pg 21

159 R. W. Belk, "Possession and the extendend self", *Journal of Consumer Research*, Vol. 15, No. 2, Sep., 1988 pp 136-168

160 Csikszentmihalyi & Rochber-Halton, *op. cit.* pg 15

all'estetica della bellezza e dell'originalità il kitsch oppone l'estetica della simulazione,

privato della possibilità di crearsi, l'uomo si adegua agli statuti presenti elaborando la propria immagine attraverso un lavoro di *bricolage* nell'accezione che dona Floch del concetto di Levi-Strauss

these objects<sup>161</sup> also illustrate a common type of meaning production, a common way of conceiving and affirming one's identity from a 'bricolage' of pre-existing signs<sup>162</sup>

volendo intendere con ciò la sempre più frequente attitudine dall'individuo contemporaneo a creare una propria identità non attraverso un lavoro di crescita interiore, ma con la semplice assunzione di simboli, segni che rimandano ad un certo status. Alla base di questo lavoro di bricolage, secondo Floch c'è una *strange dichotomy* per la quale si assume il significante ma non si mantiene il significato.

Questo implica la comunicazione di sé stessi, la mostra di sé attraverso un significante, ma senza la certezza che esista un significato. Non conta tanto il contenuto quanto la propria forma, essere all'altezza dell'immagine che si ha di se stessi per gli altri, Robert Kurz parla di <<*messa in scena di se stessi*>><sup>163</sup> quando spiega come

l'estetica del segno astratto, sostituisce l'estetica del contenuto<sup>164</sup>

e come il design come mera immagine abbia ridotto l'individuo a immedesimare la propria identità con la marca a tal punto da divenire *merce bipede*<sup>165</sup>

il mondo dei produttori e dei consumatori di merce diventa un grande

---

161 Gli oggetti in questione sono quelli analizzati da Floch nei sei saggi che si trovano all'interno del suo testo *Visual Identities*.

162 J-M Floch, *op. cit.* pg 9

163 R. Kurz, "Sein come Desing", *Àgalma*, n°1, Giugno 2000 pp 21-24

164 *Ibidem*

165 *Ibidem*

palcoscenico (o schermo) e ogni uomo l'attore di se stesso<sup>166</sup>.

Anche la differenza viene catalogata, al punto che l'*essere diverso* diventa una categoria umana come le altre con tutti i suoi *segni distintivi*. La dignità dell'essere si perde. Come per le opere d'arte, la pubblicità è arrivata a banalizzare virtù e ideali umani, cosicché una determinata merce è associabile a determinati sentimenti sociali.

L'oggetto prima era richiesto in quanto rispondeva ad un certo bisogno, ora la panoplia di oggetti supera di gran lunga il numero dei bisogni dell'individuo, il quale non riconosce più quali siano le necessità dettate dalla sue esigenze e quali quelle della pubblicità

la domanda del consumatore e il suo investimento libidico non riguarda per ciò nemmeno più l'immagine dell'oggetto, ma l'immagine di se stesso che gli è proposta dalla pubblicità<sup>167</sup>

Stando attenti alle pubblicità si possono scovare le cose più impensabili, l'allusione all'indomabilità e unicità se si compra tale auto, oppure, l'abbonamento alla serenità se si decide di aprire un conto in una certa banca. O si pensi all'ultima moda delle grandi case d'abbigliamento i *must have*, categoria sotto la quale rientrano tutti quei capi che una donna o un uomo devono assolutamente possedere, il tranello che si tira alla mente non è poi tra i più sottili, ma anni e anni di bombardamenti mediatici fanno sì che molti acquirenti considerino davvero essenziali quei capi. È il *sex-appeal* dell'inorganico, spauracchio di Benjamin. L'oggetto viene investito di tutti questi significati, la mente dell'individuo viene così abituata a pensare che possedendo determinati oggetti si possano possedere anche tali qualità. Ecco giustificato dunque l'atteggiamento collezionistico, gli oggetti diventano testimoni di noi stessi. Tutto ciò che si accumula ha questo

---

<sup>166</sup> *Ibidem*

<sup>167</sup> M. Perniola, *op. cit.* pg 141

potere, anche il sapere e la conoscenza.

Un collezionista seriale, compulsivo il cui bisogno è dettato dal semplice possesso è lontano dal collezionista amatore del bello spinto alla ricerca dal puro piacere personale, già Valéry avevano notato il cambiamento nel tempo:

credo veramente che oggi manchino quelle particolari condizioni di vita, quell'ambiente di amatori e conoscitori incorruttibili nei quali né il prestigio della penna, né l'ambizione di seguire o di anticipare la moda turbarono la libera ricerca del piacere personale e l'esercizio dell'originalissima intelligenza.

È lontano il tempo delle *Kunstkammern*, ora è il tempo della bacheca di Facebook. Questa forma di collezionismo accoglie a pieno titolo lo slogan pubblicitario del *Museum of Me: Visualize yourself*<sup>168</sup>. Questa è una delle ultime trovate di questa nuova realtà interattiva: un museo dedicato alla vita sociale di ognuno di noi. Un museo non interattivo, al soggetto basta inviare l'ordine e il programma fa tutto da sé selezionando tra amici, foto, luoghi visitati e addirittura le parole più usate. La perla è sicuramente la sala finale in cui le foto di tutti gli amici vengono rimpicciolite ed usate per formare un grande mosaico ritraente il soggetto. Vargiu riporta l'espressione inglese che meglio descrive questa realtà museale: *creepy*. Il mondo di Facebook è una vera e propria *rear window*, la famosa finestra sul cortile dalla quale si vede la vita degli altri e tutti sanno tutto di tutti. La differenza è che Facebook è una finestra consapevole sulla propria vita, ed ha sicuramente avuto un ruolo fondamentale nella costituzione di un rapporto collezionistico con la cultura, anche se non essenziale. Si può dire piuttosto che ha esacerbato la tendenza narcisistica ad appropriarsi della cultura e a

---

168 L. Vargiu, "The museum of Me e l'ideologia del museo contemporaneo", *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp. 243-257

farne mostra.

Il profilo interattivo non è esattamente uguale al soggetto di cui porta il nome, quindi sulla bacheca si è liberi di fare e dire tutto ciò che si vuole. Il problema sorge nel momento in cui queste due entità, quella interattiva e quella reale si confondono le modalità di costruzione dell'una vengono usate per la costruzione dell'altra. Facebook è una piattaforma sulla quale si può essere quello che si vuole senza esserlo realmente, in cui i rapporti sono talmente fittizi che il lemma della parola *amico* dovrebbe essere cambiato su tutti i vocabolari. È solo uno degli esempi di quel substrato di cui parlava Onck, in cui la realtà viene a confondersi, fino a perdersi.

Proviamo a osservare il citazionismo sempre più frequente sui social. Se Giovanni di Salisbury diceva, in una frase poi ripresa anche da Newton, che:

noi siamo come nani che siedono sulle spalle di giganti, di modo che possiamo vedere più cose e più lontano di loro, non con l'acutezza del nostro sguardo o con l'altezza del corpo, ma perché siamo portati più in alto e siamo sollevati ad altezza gigantesca

individuando nel citazionismo non un dettato da parte di autorità intellettuali riprese e copiate in maniera non consapevole, ma un modo per dimostrare come la conoscenza sia un continuo progresso che parte dai pensatori più antichi per evolversi. Salire sulle spalle dei più grandi non è una scorciatoia, anzi, già la salita richiede fatica, ma una volta in cima la vista si chiarifica e permette di vedere oltre l'orizzonte conoscitivo. Di ben diversa fattura è il citazionismo al tempo di facebook, esso è una vera e propria forma di accumulazione e manifestazione narcisistica, parafrasando Salisbury si potrebbe dire che si sale sulle spalle dei giganti per farsi vedere meglio. Per sentirsi ammirati e intelligenti, basta postare una frase colta,

magari di un famoso personaggio storico la cui figura è ammantata di romanticismo ed ecco che il proprio profilo viene invaso da manifestazioni di giubilo ed elogio. Benjamin diceva che dopo l'avvento del cinematografo

ogni uomo avanza la pretesa di venire filmato

oggi, invece grazie ai social network e ad internet tutti possono dimostrare di saper fare qualcosa, tutti sanno cantare, tutti sanno ballare e tutti sanno recitare. Il problema è che tutti vuol dire nessun. La diffusione dei talenti comporta che in realtà di veri talenti non ce ne siano. Con la pratica dei social network si è spinti a vivere anche nella realtà come se la propria identità fosse costruibile dalla fagocitosi indifferenziata di tutto, fermandosi ovviamente alla forma. Di modo che, effettivamente, se il posto della persona reale è stato preso dall'immagine del profilo, anche i rapporti tendono a limitarsi a quella realtà. Tanto che quando si incontra qualcuno che non ha Facebook, gli occhi strabuzzano e la domanda di rito è: “ma sei normale?”. Oltre i profili i rapporti non sopravvivono. Soprattutto trattandosi di rear window le dimostrazioni di autostima che dovremmo trovare in noi stessi le cerchiamo in una vetrina

c'è un'esigenza di autoaffermazione della propria identità attraverso un processo continuo di reificazione dei valori artistici, che rivela da un lato l'impossibilità dell'autosufficienza e dall'altro l'irrealizzabilità della relazione appagante<sup>169</sup>.

Se Dio ci ha creati ad immagine e somiglianza, alla conclamata morte di lui siamo rimasti solo *immagine e somiglianza*.

Tra le varie tattiche di appropriazione, va considerata dunque, l'iperrealtà. Si tende ad assumere sempre più, un atteggiamento superficiale nei confronti della cultura, questo giustifica l'oblio in cui viene relegata la

---

169 F. Poli, *Il sistema dell'arte contemporanea*. Bari, Laterza 2011, 2° ed.

storia, non più *immortale cittadina di tutte le nazioni*<sup>170</sup>, mera parvenza.

Ecco giustificata la ressa al Louvre davanti la *Gioconda* per scattare quel selfie che ci fornirà tanti *mi piace* e ovazioni piene di ammirazione. L'opera slitta in secondo piano, la testimonianza, quel *io sono stato qui* è quel che conta.

Come scrive Baudrillard :

tutto ormai è un insieme di apparire e di apparire soltanto, senza troppa preoccupazione per l'essere [...]. E allora il look è tutto, io esisto, io sono qui, io sono un'immagine, guardatemi, look, look!<sup>171</sup>

Tutta l'energia viene investita per migliorare la ricercatezza del proprio aspetto esteriore. Giustamente, Baudrillard, pone l'accento sulla parola look, la quale significa sia lo stile, il modo d'acconciarsi ma è anche il verbo inglese che significa tradotto in italiano indica l'azione del guardare. Traendo insegnamento dalla *strange dichotomy* di cui parlava Floch e dal segno de-significato di Baudrillard, possiamo dire che il look, come lo stile, non rimandano più ad un significato, ad una differenza, seppure codificata<sup>172</sup>, ma ad un

manierismo disincantato in un mondo senza maniera<sup>173</sup>.

Non è più l'individuo ad essere portatore di significato, a dare sostanza a se stesso, ma sono gli oggetti, a dare sostanza all'individuo. L'istinto collezionistico trova nella società di massa la sua massima espansione: ritornando con la mente all'esempio di S. Stewart, cioè la similarità di fondo tra metafora e collezionismo, cioè che attraverso la collezione l'individuo costruisce il mondo a propria immagine e somiglianza ma soprattutto costruisce la sua propria immagine, in una società in cui è possibile

---

170 F. Schiller, *Lezioni di filosofia della Storia*, Pisa, Edizioni ETS, 2012

171 J. Baudrillard, 2002, pg 11

172 *Ibidem*.

173 *Ibidem*.

possedere ogni cosa e ogni cosa è carica di significati simbolici<sup>174</sup>, il soggetto nel costruire se stesso si circonda di oggetti e trae da essi il significato

material objects embody a system of meanings, through which we express ourselves and communicate with others<sup>175</sup>.

Ma non sono solo oggetti: anche attività, filosofie, credenze<sup>176</sup>

tell stories about who we are and with whom we identify[...]. In order to feel “alive” in this saturated world, we crave for a sense of meaningfulness in our pursuit of “being”. And it seems that we can symbolically acquire it from our everyday consumption<sup>177</sup>

il sovraccarico di significato che oggetti, attività, filosofie si portano dietro, consentono *simbolicamente* all'individuo di assumere quei significati e di dare spessore al proprio io. Ma, è giusto l'avverbio: *simbolicamente*. Per comprendere questo passo torniamo all'idea della *strange dichotomy* di Floch: secondo la quale si mantiene il significante ma si perde il significato. In Floch il significato, veniva sostituito da altri, ma nel nostro caso, il significato rimane simbolicamente, ma effettivamente si perde, ciò che si acquisisce è la forma esteriore, con la quale si comunica agli altri, ma che questa forma trovi sostanza nell'individuo è tutto da verificare. Accade spesso che si tratti di un semplice “look”, da mostrare agli altri

for example, using recycled envelopes may symbolise “I care for the environment” going to classical concerts may represent “I am cultured”, supporting gay rights may signify “I am open-minded”.

Adeguarsi a queste forme preesistenti, implica che il vero lavoro su se stessi si semplifica, e gli ideali, le filosofie non esistono per dare forma ad

---

174 M. Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, *op. cit.*

175 K. Wattanasuwan “The self and the symbolic consumption”, *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, March 2005, pp. 179-184

176 *Id* pg 179

177 *Ibidem*.

una vita, ad un'identità reale, ma solo ad un'immagine. Siamo *immagine* e *somiglianza* in questo senso, oltre il profilo bidimensionale non esiste niente. La fatica che occorre nell'avere un pensiero proprio viene sostituita dalla fatica dell'accumulazione seriale di oggetti, attività che forniranno il giusto apporto alla nostra immagine, ritorna l'idea di S. Sontag per cui

collezionare è un desiderio insaziabile, un dongiovannismo degli oggetti per il quale ogni nuova scoperta provoca una tumescenza mentale.

La cultura delle Wunderkammer, delle Kunstkammer, e delle collezioni reali era basata sul fatto che

il mondo era una inestricabile rete di segni e il collezionista poteva penetrarne le stratificazioni ordinando la propria collezione per comparare, classificare, enciclopedizzare<sup>178</sup>

le nuove pratiche collezionistiche non presuppongono più questo substrato cognitivo, il mondo non è più inestricabile, il mistero è stato sciolto, la tecnologia ha allontanato i fantasmi e avvicinato i mondi, esse partono da un altro substrato, cioè da quello che vede gli oggetti sovraccarichi di significato e nel possederli la possibilità di essere, di avere un'identità

endeavouring to create the self is to enchain oneself to the vicious circle of an illusive sense of being. "The desire, the will to be, to exist, to re-exist, to become more, and more, to grown more, and more, to accumulate more, and more"<sup>179</sup>

sostiene K. Wattanasuwan nell'articolo "The Self and the simbolic consumption" che *to be* è un illusione, dettata dal moltiplicarsi di forme e lifestyle

the belief that we can exercise our freedom through consumption choice seems to be an illusion. In fact, "we all not only follow lifestyles, but in an

---

178 A. & F. Molfino, *op cit* pg 207

179 K. Wattanasuwan, *op. cit.*,pg 183

important sense are forced to do so- we have no choice but to choose<sup>180</sup>.

Essere non dipende più dalla volontà dell'individuo, dalla somma delle sue esperienze e dalla crescita culturale. Nel mondo del Rear Window per essere bisogna costruire una vetrina ed esporsi in una bacheca attraverso la propria “collezione”, non esporsi agli sguardi degli altri, significa non essere affatto.

---

180 *Ibidem*.

### 3- Società collezionista vs società del dono.

Nonostante il termine “social” con cui spesso viene definito il nostro mondo attuale, la nostra, è una società molto poco sociale e solidale. Nella società collezionistica il centro non è tanto l'oggetto, quanto la costruzione identitaria del soggetto attraverso il possesso dell'oggetto. Questo è stato possibile solo per via della distinzione che esiste tra le due sfere: quella delle persone e quella degli oggetti. Rendendo indipendenti gli oggetti dalla persone si è riconosciuto loro un'identità propria. In questo modo la pulsione collezionista ha trovato ampio sfogo, l'attenzione si è spostata dall'interno dell'individuo al suo esterno. Alla base della logica collezionista si trova l'identificazione ed immedesimazione del possessore con la realtà propria dell'oggetto.

Le qualità degli oggetti posseduti sono assimilate al proprietario: virtualmente, possedendo determinati articoli il valore dell'oggetto passa al soggetto. L'oggetto in quanto unità semiotica è significativa, che rimanda ad un contenuto. Lì dove, Perniola<sup>181</sup> definiva l'opera d'arte come *feticcio artistico* sottintendeva un sistema di significante e significato per cui esso rappresentava agli occhi del referente un contenuto: possedendo *questa* opera si dimostra il gusto, la raffinatezza e l'intelligenza del possessore

senza voler entrare in questa sede nelle complesse questioni sollevate dalla trattazione psico-analitica del narcisismo, basta mettere in evidenza il fatto che la scelta oggettuale è strettamente dipendente da un'*immagine dell'io*, proposta come modello di identificazione. [...]. Egli (il consumatore) intrattiene con le cose un rapporto molto indiretto, mediato dal proprio narcisismo<sup>182</sup>.

---

181 Rimando alla dissertazione fatta sopra riguardo la merce semiotica e il feticcio artistico presente in Perniola.

182 M. Perniola, *op. cit.* pg 141

Il sistema semiotico che viene a costruirsi avente come unità base l'oggetto. La costruzione identitaria di un soggetto così, parte dell'assunzione di oggetti e forme esteriori comunemente associate a determinati valori, ne assume il significante senza un rimando ad un contenuto, come suggerisce la teoria della de-segnificazione di Baudrillard, del *feticcio artistico* di Perniola e la *strange dichotomy* di Floch.

Ecco quindi, come attraverso lo scambio di sguardi nella realtà del rear window permette ad un individuo di essere riconosciuto dagli altri, attraverso la propria immagine bidimensionale.

Nel film di Hitchcock *Rear Window*, tutti si osservano attraverso i costumi quotidiani, il protagonista "Jeff" Jeffries non supera fisicamente la soglia delle finestre delle case dei suoi vicini, vi entra virtualmente con il suo binocolo. Il mistero della moglie del dirimpettaio scomparsa, si risolve solo nel momento in cui Lisa Freemont, coprotagonista di Jeff, varca la soglia della casa e va oltre la messa in scena. Il gesto di Lisa corrisponde alla necessità di superare la superficie dell'immagine ed andare oltre lo schermo. La realtà della rear window permette di essere chi non si è e di nascondere la verità, infatti, non si supera la soglia e si rimane osservatori. Come *arcipelaghi urbani*<sup>183</sup> lontani gli uni dagli altri, la socialità si ferma all'individuo autoreferenziale.

Ma c'era da aspettarselo. La frammentarietà del nostro mondo, in gran parte dovuta alla forma mercantile dei rapporti, non permette la conciliazione degli individui, essa infatti determina l'equivalenza dei soggetti che entrano in relazione. Al momento dell'acquisto il soggetto A scambia con il soggetto B un oggetto di uguale valore, e il loro rapporto termina lì. Nel dono invece il rapporto inizia con lo scambio, non si interrompe, perché

---

183 J. Clifford, *op. cit.*

non è equivalente.

Vivere il gruppo sociale come un organismo unico è diverso dal viverlo come un corpo formato da parte autonome ed indipendenti le quali non hanno coscienza le une delle altre. Un gruppo coeso non potrà mai pensare di basare la propria sussistenza sul mercato, questo significherebbe che ci sono realtà all'interno della società, indipendenti ed escludiviste, l'unità invece predilige il dono, lo scambio.

Nelle società del dono infatti quello che conta sono i *legami* non gli individui nella loro singolarità. Il possesso all'interno di questi gruppi non viene considerato come proprietà, le cose possedute devono essere trasferite ad altri in un circolo, per poter permettere all'essenza del dono di circolare, il dono *deve sempre muoversi*<sup>184</sup>.

Il nazionalismo cercava la propria identità e unitarietà nella raccolta massiccia di oggetti. Il punto sta in questo cercare, perché la vera coesione non esisteva, bisognava crearla. Nelle società a base del dono, invece la coesione e l'unione sono la fonte e lo scopo. Fonte in quanto senza l'unità non si considererebbe la donazione e scopo perché fine ultimo del dono è quello di instaurare rapporti di reciprocità. Il dono deve sempre muoversi, perché conservarlo o investirlo sarebbe una grave mancanza di rispetto allo spirito del donatore ancora presente nell'oggetto donato, lo *hau*

i *taonga* e tutti i beni personali sono dotati di uno *hau*, di un potere spirituale. Voi me ne date uno, io lo do a una terza persona; quest'ultima me ne dà un altro perché è spinta a fare ciò dallo *hau* del mio regalo; ed io sono obbligato a darvi questo oggetto[...]. Ciò che obbliga, nel regalo ricevuto e scambiato, è che la cosa ricevuta non è inerte. Anche se abbandonata dal donatore, è ancora qualcosa di lui<sup>185</sup>.

184 L. Hyde, *Il dono. Immaginazione e vita erotica della proprietà*. Torino, Bollati Boringhieri, 2005, pg 24

185 M. Mauss, *Saggio sul dono*, Torino, Einaudi, 2002, pg 18

La concezione di dono presenta una caratteristica fondamentale: cioè nel dono è sempre presente una parte dello spirito del donatore ed è questo che influenza, se vogliamo, misticamente il ricevente e lo spinge a contraccambiare o a spostare il dono. Non rispettare questo spirito può portare anche alla morte. La letteratura fiabesca, anche europea è piena di esempi di doni e conseguenze del loro uso, prendiamo ad esempio la favola *Il calzolaio e gli elfi*. Un povero calzolaio ridotto alla fame era rimasto con un solo pezzo di cuoio, abbastanza per poterci fare un solo paio di scarpe, tagliatolo e lasciatolo pronto per il mattino seguente andò a dormire. La mattina con suo gran stupore, il paio di scarpe era pronto e così perfetto che l'acquirente lo pagò più del dovuto, così che il calzolaio poté comprare cuoio abbastanza per altri due paia di scarpe. Ugualmente, l'indomani mattina, trovò il lavoro già fatto, e come il giorno precedente vendette le scarpe guadagnando più del dovuto. Così andò per qualche tempo, finché non decise con la moglie, di appostarsi e scoprire chi fosse quell'animo generoso che ogni notte preparava le scarpe. Allo scoccare della mezzanotte due elfi nudi vennero fuori e si misero a lavorare di buona lena. Volendo essere riconoscenti con questi due omini, il calzolaio e a moglie la notte seguente fecero trovar loro abiti e scarpe. I due elfi ebbri di gioia saltellarono via, lasciando al calzolaio la sua fortuna.

Probabilmente il rapporto di sfruttamento sarebbe potuto andare avanti per sempre, ma i nostri eroi hanno voluto dimostrare la loro riconoscenza ai due elfi per il loro dono con un altro. La fortuna del calzolaio non sparì, continuò a vendere bene le sue scarpe, questo perché aveva ricambiato il dono dei suoi generosi benefattori. Da notare come in ogni caso i guadagni in più dovuti al dono degli elfi non venissero tesaurizzati ma spesi per

creare altre scarpe. Un'altra caratteristica del dono, è quella di essere consumato, non a caso l'esempio più familiare di dono è il cibo. Se il cibo non venisse consumato e condiviso rovinerebbe e non potrebbe più saziare: una delle forme più primitive di *potlatch*<sup>186</sup> consisteva in giorni di festa durante i quali uno dei membri della tribù offriva larghi banchetti agli altri, per testimoniare il proprio onore e consolidare la sua posizione. L'idea di questa <<grande mangiata>> rimanda con la mente ad un celebre film *La grande bouffe*, in cui viene ritualizzato il consumismo e lo spreco tipico della società attuale. Mentre il potlatch era un atto di generosità, e di dimostrazione di onore, nel film i quattro protagonisti decidono di morire ingurgitando quanto più cibo possibile. In questo caso il cibo non è certo dono, ma testimonianza di ingordigia, della libertà di poter prendere tutto senza limite fino all'autodistruzione e di un'avidità insaziabile

colui che lo mangia senza sapere, uccide il cibo e il cibo, mangiato  
lo uccide<sup>187</sup>

cioè riconoscendo il cibo come dono e quindi accostandosi ad esso con la giusta attitudine, egli ci alimenta, fornendo come nuova vita. Accostandosi al cibo con l'avarizia e indifferenza esso uccide, ed è effettivamente quello che succede ai protagonisti del film.

Nelle società Maori, invece, il cibo viene condiviso con la madre terra e con gli spiriti della natura, essa dona, l'uomo riceve, consuma e restituisce

l'abbondanza della foresta è quindi l'effettiva conseguenza del fatto che  
l'uomo gestisce la sua ricchezza come dono<sup>188</sup>

attraverso questo scambio l'uomo rientra nel circolo naturale, non si vede come arbitrario essere superiore che può far uso dei prodotti naturali

---

186 Per il significato di questo termine mi sono rifatta ai lavori di M. Mauss, *Saggio sul dono*, Torino, Einaudi ed., 2002, L. Hyde *op cit.*

187 Brahamana cit in M. Mauss, *op. cit.* pg 105

188 L. Hyde, *op. cit.* pg 39

indiscriminatamente. Ancora di più si allontana l'immagine solipsistica del collezionista.

Anche il sacrificio agli dei può essere letto come una forma di restituzione del dono. Prendendo l'esempio di Abramo e Isacco, in questo caso il dono è una promessa, Dio gli fece la promessa di una progenie popolosa quanto le stelle nonostante l'anzianità sia di Abramo che di sua moglie Sara. Dio chiese ad Abramo di sacrificargli l'unico figlio, che egli stesso aveva donato loro. L'uomo non ebbe dubbi e decise di sacrificare Isacco, ma Dio vista la lealtà e la gratitudine dimostratagli da Abramo con quel gesto salvò il figlio e al suo posto fece sacrificare un agnello. Anche gli dei fanno parte del circolo del dono, è da loro che deriva la ricchezza dei doni elargiti all'uomo, il quale riconoscente dona a sua volta offerte.

La reciprocità duale è limitante per questo tipo di rapporti,

muovendosi in circolo, gli spostamenti del dono eludono il controllo di un io individuale; quindi ogni donatario deve far parte di un gruppo e ogni donazione è un gesto di fiducia sociale<sup>189</sup>

effettivamente sto donando ad una persona che non vedo, il mio dono passa dal soggetto uno, ad un secondo soggetto e poi magari ad un terzo, non mi verrà mai restituito dal ricevente primario, in questo modo viene scongiurato ogni istinto alla contrattazione che potrebbe nascere dallo scambio reciproco, magari anche lo sviluppo di interessi, attività tipiche di una società mercantile. La stabilità dell'individuo chiuso, come è evidente, non può trovare spazio all'interno di queste società. Il dono crea ricchezza, ma in maniera diversa dalla merce, la quale non fa che aumentare il capitale di pochi individui. L. Hyde individua tre modi di accrescimento del dono: come un fatto *naturale*; come un fatto *naturale-spirituale*; come un

---

189 *Id. pg 36*

fatto *sociale*. Nel primo caso si tratta di distruzione della proprietà, il dono accresce perché non viene conservato come oggetto di proprietà, viene consumato, l'esempio è quello di Dioniso il quale si spezza con gli acini nella creazione del vino,

in epoche successive, i greci che celebravano Dioniso cantavano lo smembramento del loro dio mentre pigiavano gli acini nel torchio. Dioniso si frantuma per accedere a una vita superiore<sup>190</sup>.

viene quindi “distrutto” per tornare sotto vesti nuove nel vino, fermentando lo spirito del dio trova energie vivificanti. Oppure nei grandi banchetti, come si è già detto, il cibo rappresenta la forma più elementare di dono, il cibo donato deve essere consumato per trovare il suo compimento come dono, così, nuovamente, lo spirito del dono si trova accresciuto.

Nel secondo caso, lo spirito del dono si anima perché ad ogni passaggio di mano egli riceve maggiore entusiasmo e dinamicità.

Nel terzo ed ultimo caso esso rappresenta il collante del gruppo

la tribù e il dono sono due cose distinte, ma anche una cosa sola: una breve distanza li separa, così che possono infondersi la vita a vicenda; e tuttavia non c'è divisione perché condividono la stessa vita, lo stesso pasto<sup>191</sup>

l'identificazione di gruppo e dono è la vita stessa dell'uno e dell'altro. La tribù senza dono perderebbe la sua coesione e il dono senza l'unione del gruppo perderebbe il suo valore magico. Tutto si nutre di questa reciprocità, Mauss definisce il dono come un *fenomeno sociale totale*<sup>192</sup> perché la sua importanza rituale trova conseguenze in ogni ambito di un gruppo sociale, religione, giustizia, morale, economia

lo scopo del dono è prima di tutto morale, l'oggetto è quello di produrre un sentimento di amicizia tra le due persone interessate e, se l'operazione non

---

190 *Id*, pg 54

191 *Id* pg 57

192 M. Mauss, *op. cit.* pg 5

ottenesse questo effetto, tutto verrebbe meno<sup>193</sup>.

Chi non partecipasse del dono all'interno della tribù, profondendosi in offerte, attirerebbe su di sé il disprezzo e l'isolamento da parte degli altri membri ma anche le ire degli dei, i quali sono proprietari di tutto quanto esiste, il loro *hau* è dunque presente ovunque e non rispettando i doni si reca offesa essenzialmente a loro. Al contrario, venire esclusi dal gruppo dai rituali dei doni, comporta malefici. Prendiamo nuovamente ad esempio una favola europea nella versione dei Grimm: *Rosaspina*. In questo caso al battesimo della piccola principessa vengono invitate tutte le fate del regno, ad esclusione di una la cui fama non era delle più felici. Offesa dal mancato invito la fata lancia sulla bambina un maleficio. Come è evidente da questo esempio, lo scambio di doni è anche un momento di offerta di pace. Per quanto cattiva, la fata si sente partecipe di un gruppo, e vedersi esclusa dal rito dei doni è come essere esclusa dal gruppo. Ne consegue che a questo isolamento voluto dal gruppo la donna deve rispondere con un dono, malefico, ma comunque un dono, per sottolineare la sua appartenenza al gruppo e la grave offesa protratta da questo nell'isolarla.

Il concetto di comunità che si incontra parlando di società del dono è molto diverso dal concetto di massa che potrebbe risultare simile. In realtà la comunità dovrebbe essere uno sviluppo della massa, o lo sarebbe nel momento in cui all'interno di questa massa i rapporti non fossero limitati allo scambio ma al dono. In entrambi i casi si parla di scambio, ma differenza sostanziale è che parlando di mercato lo scambio presuppone un pagamento, nel dono invece, il pagamento non esiste, non viene preso in considerazione. È giusto notare che la società basata sui consumi e sul relativo rapporto minimale tra individui risulta essere più libera. Ma di che

---

193 L. Hyde, *op cit.* pg 31

libertà stiamo parlando? Nella società del dono, quello che viene a crearsi con lo scambio è un reticolo di obbligazioni, il dono, infatti, come dimostrato sopra deve tornare al primo donatario, ma soprattutto non donare porta con sé la pena dell'estraniamento dal gruppo. Da ciò risulta dunque, un gruppo coeso e compatto all'interno del quale sono presenti legami costituiti da questo rapporto di reciprocità. Lo scarto sta probabilmente nell'intendere l'obbligazione come debito. Sia nel dono come nel debito esiste una disparità tra il donatario e il ricevente, il primo ha potere sul secondo. Prendendo ad esempio lo scambio di doni però, il donatario non esercita coercizione sul ricevente, né impone modo e tempo di restituzione, ci si aspetta che il ricevente si impegni a contraccambiare con un dono che sia all'altezza del primo, ma la libertà connessa alla restituzione è totalmente a carico del ricevente. Alla base del rapporto del dono, si può dire, si instaura un rapporto di reciproca fiducia. Le penalità connesse alla mancanza della restituzioni sono già state descritte, non esiste che il donatario si rivolga al ricevente con atti di violenza, se si crede agli dei ci penseranno loro a fare giustizia, e per chi non crede al potere mistico, la giustizia del clan farà il resto escludendo il soggetto dalla mutua solidarietà degli altri membri.

Il debito, invece, come concetto è fortemente legato ad una società di mercato. È associato all'idea di violenza e asservimento. Crea anch'esso un legame impari, a differenza della relazione stabilita dal dono, non esiste libertà, un debitore non è affatto libero di decidere come e a che condizioni ricambiare il creditore, è quest'ultimo ad avere in pugno il destino del ricevente. L'impersonalità si trova alla base di questo scambio, non si lavora per un fine comune, ma per l'interesse privato. . Anche nella

quotidianità facendo un po' caso alle avventure ordinarie, si cerca appena possibile di sdebitarsi da chiunque, questo perché il debito è una questione di potere prima ancora che di denaro. Si potrebbe pensare di trovare le radici di questo assoggettamento nel cristianesimo, ma il debito è una cosa così antica che bisogna risalire più su nel tempo. Probabilmente l'associazione potere-debito trova la sua spiegazione alla base del rapporto. Mentre infatti in una società, in un gruppo coeso, la relazione di scambio si basa sulla fiducia, tanto che come detto sopra l'uno senza l'altro non esisterebbe, in una società di mercato non esistendo questo rapporto di fiducia e reciprocità ma essendo ognuno indipendente dall'altro, dovere qualcosa a qualcuno significa perdere la propria autonomia e libertà, delegando la propria vita ad un'altra persona. Per questo, ci si vuole sbarazzare il prima possibile del debito. In questo caso non si lavora per un fine comune, ma per l'interesse privato. Considerando il gruppo come un organismo è impensabile imporre la disparità, l'autonomia dell'individuo è limitata al bene del gruppo a differenza del mercato in cui l'autonomia del singolo autoreferenziale non è sacrificabile per il gruppo.

Alla base dell'economia di mercato si trova una distinzione tra cose e persone, ma anche tra persona e persona. È la visione del mondo alla base ad essere diversa. Nella prima esiste l'individuo in virtù del gruppo, nella seconda esiste l'individuo. Liberté ed égalité si sono avverate, ma la fraternité è rimasta esclusa. Il mondo del mercato ha permesso a grandi masse di poter accedere a beni comuni, trasformato l'idea che la felicità potesse essere un bene acquistabile. Pensandoci bene lo stato del welfare nasce dall'idea che la felicità e il benessere possano raggiungersi in una società economicamente stabile, in cui tutti possono raggiungere un certo

status sociale. Non si vuole mettere in dubbio la bontà del welfare e dell'idea che tutti possano accedere ai medesimi bene e abbiano gli stessi mezzi.

Il dono intellettuale è stato anch'esso fagocitato dall'economia del mercato, ma proprio quello culturale è la prima forma di dono in tutti i sensi. Consideriamo la famosa parabola dei talenti: un vecchio uomo partendo per un viaggio affida ai suoi tre servi il compito di curare i suoi affari, al primo dona cinque talenti, al secondo due e al terzo un solo talento. I primi due consumano il loro dono e ampliano la loro ricchezza, il terzo, vedendosi probabilmente affidare una somma così povera decide di conservarlo gelosamente. Al suo ritorno, il padrone loda l'operato dei primi due e disprezza quello del terzo servo. Come si vede anche in questo caso la consumazione del dono porta ad una crescita di esso, la conservazione gelosa dell'ultimo servo invece non porta ad alcun accrescimento né spirituale e né materiale. Il dono artistico intellettuale funziona nella medesima maniera: come dalla fermentazione dell'uva nasce il vino, così dalla “fermentazione”, maturazione del talento nasce l'artista, in questo caso per poter essere elargito necessita di tempo e preparazione, un vero e proprio <<travaglio>>. L'opera d'arte, frutto del travaglio del genio dell'artista è un vero dono che egli lascia al mondo. Considerando quindi l'arte come un dono, si dovrebbe di conseguenza immaginare che chi riceve dovrebbe in qualche modo rimettere in moto il dono. Quello artistico, rientra tra quei doni che segnano un momento di cambiamento nella vita dell'individuo, un momento di crescita solitamente. Come i doni del matrimonio o quelli dell'iniziazione, si tratta di doni di passaggio che sanciscono la fine di una vita e l'inizio di una nuova, l'abbandono invisibile

di una e il passaggio, altrettanto invisibile, nell'altra

un dono trasformante non può essere ricevuto pienamente appena viene offerto, perché non abbiamo ancora il potere di accoglierlo né di trasmetterlo ad altri<sup>194</sup>.

Ritornando con la mente alla storia del calzolaio, lì si ritrova il percorso del dono trasformante: il ciabattino potenzialmente ha il dono degli gnomi ma non è ancora in grado di riceverlo pienamente e quindi usarlo. Una volta conquistato il proprio talento, gli gnomi hanno fatto il loro dovere di geni e spariscono. Il dono trasformante per essere effettivamente tale deve trovare terreno fertile e quindi un individuo potenzialmente in grado di ricevere, accogliere e comprendere il dono. L'artista compie il medesimo percorso, coltiva il suo talento, il suo genio e dopo lo trasmette agli altri. Il frutto dell'artista, così come dello scrittore sono doni trasformanti attraverso i quali chi li riceve può trovare un'occasione di crescita. Per questo il momento della fruizione artistica è tanto importante, avvicinarsi ad un'opera con la consapevolezza che si tratta di un dono, permette di riceverla, rivitalizzarla e quindi accresce la forza del suo spirito.

L. Hyde racconta che per lo scrittore Nobel per la letteratura Pablo Neruda:

la genesi della sua arte non si trova negli spiriti o nel passato, ma in qualcosa che è umano, attuale e squisitamente impersonale. Egli sente i suoi doni provenire dalla fratellanza, dalla <<gente>>, e offre volontariamente la sua arte a saldo debito: <<Ho cercato di dare qualcosa di resinoso, terreno e fragrante in cambio della fratellanza umana>>. Per lui, l'<<alloro della mia poesia>> non fu il premio Nobel, ma quando <<nel fondo del carbone di Lota, in pieno sole nella sabina abbruciata, dal pozzo della miniera è uscito un uomo come se venisse su dall'inferno, col viso stravolto dalla fatica terribile, con gli occhi arrossati dalla polvere e, porgendomi la mano

---

194 *Id*, pg 71

indurita [...]mi ha detto con occhi brillanti: “Ti conoscevo da molto tempo, fratello”>><sup>195</sup>

per il poeta valeva molto di più il riconoscimento di un suo simile, di un uomo della sua terra che il Nobel, perché il riconoscimento del primo implicava che il dono fosse stato ricevuto, acquisito e ora veniva contraccambiato.

Volendo allargare il campo, anche il sacrificio degli altri uomini è un dono, prendiamo Socrate, oppure Giordano Bruno, oppure Cristo. La loro morte è leggenda, nel senso che il ricordo rimane vivo e chiaro nonostante i secoli e i cambiamenti. Considerarli degli esempi significa rinnovare la forza del loro dono. Chiunque si imbatte nella loro storia ed abbia l'animo disposto vive un cambiamento, un momento di crescita.

L'opera nasce quindi con l'idea di essere trasmessa, come contro dono c'è la crescita individuale di chi ne fruisce, crescita che va a vivificarne lo spirito. Essa incarna il gruppo nel suo momento storico e soprattutto gli sopravvive, nell'arte l'io si dimentica di sé<sup>196</sup>

costituisce un'eredità che va oltre l'individuo, nella creazione, l'io non si limita a sé stesso, si espande.

Cosa succede quando la fruizione dell'opera si ferma al selfie? È evidente che deve esserci stato un cambiamento. Innanzitutto cambia la base, il terreno comune all'opera e alle persone, per trovare spazio in quanto dono l'altro deve essere pronto a riceverla come tale. La fruizione museale, come descritta sopra dall'articolo di Antinucci, consente di vedere come sia aumentata la distanza tra l'opera e il fruitore, evidentemente perché non esiste nella massa che circola per i musei, l'idea di una crescita individuale. L'opera viene ammuccchiata insieme a tutto il resto. In questo modo il dono

---

<sup>195</sup> *Id*, pp 176-177.

<sup>196</sup> F. O'Connor, cit in L. Hyde.

non trova ragion d'essere, esiste solo la narcisistica approvazione di se stessi.

### **3.1- Individuo solipsistico e mancanza della dialettica**

L'analisi della società del dono, restituisce un'immagine dell'individuo, molto diversa da quella della società collezionistica. Qui l'individuo cerca di costruire se stesso attraverso gli oggetti, vuole sfuggire al suo tempo ai suoi difetti, agli altri e costituisce dei rapporti solo con le cose.

Ma soprattutto la vera differenza tra la prima e la seconda società sono gli individui. Nella prima infatti, il gruppo è basato su un nucleo centrale che è costituito da ciascuno soggetto presente all'interno, nella seconda il gruppo non esiste, esiste soltanto l'individuo autoreferenziale, che lavora per sé e non conosce gruppo. Non esiste un polo-dialettico all'interno della società dei social, come può esistere un confronto se gli altri vengono ad assumere il ruolo di specchio? Quello che manca è la considerazione che possa esistere un'altra individualità con la quale confrontarsi. Qui il carattere collezionistico ritorna, la collezione per l'amatore costituisce l'alterità, un'alterità che però non ha una propria indipendenza ed autonomia. È un'immagine speculare di sé. Prendiamo un emblematico esempio, scelto anche da Zizek<sup>197</sup> per spiegare questa anomalia dialettica. Ogni anno la rivista <<Time>> sceglie tra i grandi protagonisti del mondo politico, culturale un personaggio che tra gli altri è spiccato di più per il suo lavoro, per la sua tenacia, per il valore che la sua figura ha assunto in un momento particolarmente delicato. L'ultimo in ordine cronologico è stato Papa Francesco, nell'anno della sua elezione a pontefice della Chiesa di Roma, ma ci sono stati Obama, Bill Clinton addirittura due volte, insomma si

---

197 S. Zizek, *La violenza invisibile*, Trebaseleghe(PD), Rizzoli, 2007

tratta di un riconoscimento dedicato a chi si sia particolarmente distinto. Nel 2006 questa copertina è stata dedicata a <<TE>>. L'immagine della copertina però risulta alquanto inquietante: trattasi dello schermo di un computer, con annessa tastiera. Il riferimento è a quanti attraverso il mondo digitale e virtuale stanno manifestando la loro volontà di partecipazione, una nuova forma di democrazia, meglio nota come democrazia digitale (quella cui il nostro concittadino Grillo fa tanto riferimento). Ma cosa c'è di profondamente sbagliato in questo? Il fatto che lo schermo sia uno specchio. Effettivamente quello che avviene all'interno dei social non è un vero e proprio scambio di riflessioni, basta banalmente considerare i commenti su Youtube per farsi un'idea dell'intolleranza che si può incontrare su internet. Zizek<sup>198</sup> cita l'esempio della monade leibniziana, uno degli esempi più famigliari quanto si parla di cyberspazio. La questione che dovrebbe veramente spaventare è questa mancanza di un opposto, di un polo dialettico. Il movimento circolare del dono sembra invece perfettamente richiamare un movimento dialettico, il primo donatario è la tesi, il ricevente l'antitesi e il ritorno al donatario dopo tanti passaggi la sintesi. Il gruppo è la sintesi, l'unione di tante individualità attraverso lo scambio dialettico permette la formazione unitaria. Nel mondo collezionista: il collezionista è la tesi, la sua collezione che è espressione di se stesso l'antitesi, e la sintesi è nuovamente il collezionista. Questa esclusione di un opposto porta anche all'incomprensione dell'arte e della cultura, alla non considerazione del momento artistico-estetico come un momento di crescita e di confronto. Io tesi, opera antitesi, rifletto su me stesso attraverso l'arte o la bellezza, a sintesi è un io aperto agli altri e in continua riflessione su se stesso. La mancanza dell'opposizione e del

---

198 *Id*, pp 38-39

confronto, comporta quindi di conseguenza la mancanza di una capacità autocritica. Oggi l'emancipazione è arrivata ad un livello così elevato che si riconosce solo se stessi come individui, bisognerebbe fondare un critica del “condivisione del solipsismo”<sup>199</sup>.

Dove non esiste polo oppositivo, allora anche l'ideologia diventa semplicemente nominalistica. Come scriveva anche Pasolini tempo fa, non esistono più differenze. Nel suo articolo “10 giugno 1974. Studio sulla rivoluzione antropologica in Italia”<sup>200</sup> il poeta e giornalista italiano parla dell'appiattimento nominalistico degli ideali, denuncia come al posto di una cultura del confronto subentra l'apparenza. Spiega come il passaggio da una cultura arcaica quasi popolare ad una di massa abbia comportato un diffondersi di una cultura di omologazione, sottolineando come all'interno di una società di massa l'evoluzione del pensiero e l'adesione a degli ideali abbia una modalità tutta sua. Il riconoscimento dell'ideologia, o dei valori, o di un partito politico, rimane nominalistico, Pasolini porta il confronto tra fascisti e non, è semplicemente una decisione “astratta ed aprioristica”<sup>201</sup>. Per il poeta italiano il mezzo di diffusione si limitava ancora alla televisione, i modelli diffusi dalle sue trasmissioni erano quelli ai quali si omologavano tutti quelli che uscivano da una cultura arcaica fondando il terreno. La libertà di essere ciò che si vuole non corrisponde alla libertà di essere. Hai tempi di Pasolini se si voleva essere fascisti lo si poteva essere, ma era un fascismo, secondo lui, nominalistico con tutte le esteriorizzazioni accessorie che confermava agli occhi degli altri

---

199 *Id*, pg 38

200 P.P. Pasolini, “ 10 giugno 1974. Studio sulla rivoluzione antropologica in Italia”, in *Scritti Corsari*, Milano, Garzanti, 2012, 5° ristampa

201 *Id* pg 43

l'appartenenza a questa categoria. Oggi possiamo osservare una diffusione degli ideali anarchici, ma in quanti effettivamente hanno colto l'essenza dell'anarchia? La maggior parte della gente presuppone che essere anarchici significhi odiare lo Stato, il che in parte è vero, e che quindi per poterlo sovvertire sia necessario far esplodere bombe, scagliare molotov. Il punto che l'anarchia si trova più in quelle realtà sociali autonome, in cui vige una politica economica di scambio, in cui gli individui lavorano per il gruppo e si rendono autonomi dalla presenza dello Stato o di un organo governativo. Parlo delle realtà della *decrescita felice*, delle *transition streets*, i sempre più frequenti mercatini del riuso e del riciclo, sono realtà alternative ispirate agli ideali del dono ed anche anarchici. Alla base dell'anarchia infatti potremmo sostenere il *je me revolte donc nous sommes*<sup>202</sup>, la filosofia camusiana è molto illuminante su questo, se io mi rivolto, singolo uomo, porto in me la rivolta di tutta l'umanità. Ma di tutti questi pensieri, di tutto questo riflette, nell'anarchia delle bombe non rimane nulla, essa è solo dimostrativa e nominalistica, quelle stesse persone che si professano anarchici non dimostrano il rispetto dovuto agli altri individui che invece dovrebbe essere la base del loro comportamento anarchico.

L'esempio dell'anarchia illumina dunque sulla questione delle ideologie ormai divenute nominalistiche, a causa probabilmente di una forma di libertà edulcorata, si può essere tutto ciò che si vuole, non essendo effettivamente nulla. Benjamin parla di aura in riferimento all'opera, e se anche l'uomo avesse una sua propria aura? L'aura come viene definita dal filosofo come

hic et nunc dell'opera d'arte la sua esistenza unica ed irripetibile

---

202 A. Camus, *L'homme révolté*, Gallimard, 1985. Traduzione ita. Bompiani 2002.

e ancora

*l'hic et nunc* dell'originale costituisce il concetto della sua autenticità<sup>203</sup>

Quando si è parlato di arte riguardo ai musei e a problema della fruizione museale, ma anche dello suo sfruttamento da parte della pubblicità, abbiamo visto come ciò che viene meno in tutti questo casi sia il valore di autenticità dell'opera, ma non solo anche il suo potere di opposizione e negazione.

Se si volesse parlare dell'aura dell'uomo come si dovrebbe elaborare questo concetto? Partendo dalla definizione di Benjamin dovremmo dunque dire che per quanto riguarda l'individuo il suo *hic et nunc* è la sua autenticità, il suo essere, la sua esistenza unica ed irripetibile. Ma dal discorso che si è fatto riguardo il carattere collezionistico, si è visto come l'atteggiamento dell'uomo nei confronti della cultura sia di appropriazione e non di crescita e dall'esempio dell'anarchico si è visto come l'appartenenza ad un ideale spesso corrisponda una decisione semplicemente nominalistica. In tutto questo l'autenticità dell'individuo dove si situa, ma soprattutto, è attuale parlare di autenticità? Se quello che

si più chiedono oggi non è una macchina, né una fortuna, né un lavoro: è una personalità<sup>204</sup>

ciò significa che lo sviluppo interiore, proprio dell'individuo è diventato un'attività desueta. Come l'amatore costruiva la sua immagine e personalità attraverso il possesso degli oggetti, così l'individuo contemporaneo costruisce la propria personalità in base ad un'immagine

Differenziarsi significa precisamente affiliarsi a un modello

qualificarsi in riferimento ad un modello, ad una figura combinatoria di moda, e dunque per questo privarsi di ogni differenza reale, di ogni

---

203 W. Benjamin, *op. cit* pg 23.

204 Reismann, cit in Baudrillard, *La società dei consumi*.

singularità che non può manifestarsi che nella relazione concreta, conflittuale con gli altri e con il mondo<sup>205</sup>

la sintesi che offre Baudrillard racchiude tutto. Ritorna qui l'immagine della chiusura al mondo tipica del collezionismo e anche la mancanza dialettica, non è solo il confronto ad essere sepolto ma anche l'idea che possa esistere un altro con cui confrontarsi, ci si specchia solo. L'autenticità quindi, non esiste, gli uomini si auto-privano della loro aura per adeguarsi alle forme. Noi stessi siamo come forme, privi di contenuto.

Ritorna anche la mancanza di differenza e l'appiattimento, la realizzazione della libertà, solo che è una forma di libertà che coincide con il *tutto è permesso, tutto voglio e tutto posso*. Quel paradosso che tanto spaventava Camus, la mancanza totale di ogni riferimento, di ogni valore, porta con sé l'assoluta uguaglianza delle cose e ad un relativismo spinto. Ma la libertà sperimentata in questo tutto è permesso potrebbe essere costruttiva e non distruttiva come si sta dimostrando d'essere. Se al concetto di uomo si tornasse ad unire il concetto di umanità, nel senso che ogni singolo uomo porta in sé l'idea di umanità, se rifiutasse di costruire un'identità come un'immagine e si riappropriasse di sé stesso, allora potrebbe costruire una società alla cui base ci sia l'individuo e il gruppo, come in quella del dono. La differenza tra le due costruzioni nella capacità critica.

---

205 J. Baudrillard, *op. cit* pg

#### **4- Il ruolo dell'arte. Una conclusione.**

E qui rientra il valore dell'arte e dell'esperienza estetica.

Fruendo dell'opera come un opposto si riconsidera l'aspetto di confronto e di sviluppo, permettendo alla dialettica di ritrovare un posto in cui essere. L'esperienza estetica, presuppone, un accostamento critico all'arte, cioè pronto alla crescita, non soltanto una fruizione sensibile,

l'esperienza, nella misura in cui è esperienza, è vitalità intensificata<sup>206</sup>

porsi quindi nei confronti dell'arte non come un ulteriore tassello da montare sulla propria vetrina, ma individuo senziente. Riuscire a riconoscere il valore anche epistemologico all'esperienza artistica permetterebbe di ristabilire un rapporto tra individui e non tra cose, questo per il semplice fatto che, una volta ristabilita la dialettica si riconosce l'altro come opposizione, non più come specchio. Se l'esperienza estetica è la prima forma di apprendimento.

Lo studio del rapporto che un gruppo sociale intrattiene con la propria exteriorità dice molto, siamo partiti dalla questione etnografica notando come nell'espore i manufatti di culture altre e accogliendole nei nostri schemi interpretativi si privassero le altre culture della loro identità e del loro valore oppositivo spaesante. Passando ad osservare come in embrione questo atteggiamento si ritrovi nel collezionista, fino ad un'analisi del rapporto che l'uomo contemporaneo mantiene con l'arte ed il sapere, si è notato come effettivamente questo rapporto ricordi quello che il collezionista intrattiene con i suoi oggetti, cioè un rapporto metaforico: si posseggono oggetti e i valori e le qualità di questi oggetti vengono transitivamente assunte dal possessore.

Con le mie analisi ho cercato di definire come sia l'accaparramento della

---

206 J. Dewey, *op cit* pg 45

cultura, l'aumento quantitativo a interessare, non tanto l'occasione di crescita che ci viene offerta dal momento estetico, e come ciò che interessa all'individuo sia creare e dare agli altri un'immagine, un segno senza alcun rimando al contenuto.

Ho posto l'accento sulla mancanza di una dialettica, di un confronto, sottolineando come l'individuo nel suo solipsismo non possa vivere un vero momento estetico, in cui il soggetto trapassa se stesso per confluire nell'oggetto o nell'individuo che si trova di fronte. Ben venga dunque la politica del museo diffuso, con il quale si intende restituire l'opera al suo luogo d'origine, come è stato già fatto agli Uffizi dal direttore Antonio Natali con l'iniziativa : *La città degli Uffizi*” iniziativa che vedeva lo spostamento di alcune delle opere presenti nella struttura museale di Firenze in città limitrofe come Castelfiorentino, Montevarchi, Scandicci, per permettere una migliore fruizione delle opere. Meglio quindi che i *Bronzi di Riace* rimangano a Reggio Calabria piuttosto che essere esposti come soprammobili<sup>207</sup> e che il museo ritrovi la sua identità di luogo in cui pensare e osservare. Da direttore degli Uffizi, Natali ha avuto modo di osservare il pubblico e ha intuito che il problema della fruizione viene sia dal pubblico sempre più male educato alla arte ma anche dal museo. Cercare di trasformare il museo in un'industria non fa che alimentare il pubblico dei selfie

Di per sé potrebbe anche essere una cosa buona: salvare un ricordo sentimentale, la testimonianza di una sensazione. Ma se nella nostra realtà si traduce nello scattarsi un selfie facendo gesti sconci davanti alla Venere di Botticelli il museo finisce per diventare lo scenario di un dramma teatrale che distoglie chi vuole "vedere" i quadri. È come con la poesia: non potrei

---

207 S. Settis, “Bronzi per Expo, Sgarbi attacca: trasportarli è facilissimo chi si oppone è un conservatore”, *Repubblica*, 16 agosto 2014

leggere Montale con uno che mi fa il cretino davanti. Torniamo sempre lì: è un problema di educazione<sup>208</sup>

una buona educazione estetica è fondamentale non solo per vivere un'esperienza estetica, sviluppa le capacità intellettive, ecco perché è fondamentale che essa avvenga già nei primi anni, in cui la mente è ancora giovane e priva di sovrastrutture che congelano ogni possibilità di apprendimento,

il pensiero poetico non separa l'immaginazione dal cognitivo, l'emozione dalla razionalità, l'empatia dall'indagine profonda. Accende tutte le percezioni alimentando una relazione intensa con l'intorno. Costruisce un pensiero non conforme<sup>209</sup>

così spiega il metodo applicato nell'associazione *Reggio Children*, una delle scuole migliori al mondo nel metodo di insegnamento<sup>210</sup>. La necessità di un'educazione estetica, come già Schiller nelle *Lettere sull'educazione estetica* proponeva, ha oggi la sua urgenza. La soluzione del problema della conservazione dei Beni culturali non può trovarsi nel sostituire il direttore museale con un manager<sup>211</sup>, perché questo porterebbe ad un ulteriore sfruttamento dell'arte e del grandissimo patrimonio artistico italiano come una merce qualsiasi. Riportare invece le opere nei luoghi d'origine potrebbe essere un'ottima scelta, così si avvicinerebbero le persone, l'esperienza estetica diverrebbe un'esperienza quotidiana, la stessa opera recupererebbe la sua aura. Potrebbe darsi la soluzione al problema? Credo di sì, se riuscisse ad avvicinare l'individuo all'arte, con l'ausilio dell'educazione

---

208 A. Natali, "Per fermare l'assedio dei turisti promuoviamo le gallerie meno note", *Repubblica*, 30 luglio 2014.

209 L. Pizzo Russo, *Educazione estetica nel ventunesimo secolo*, Relazione introduttiva al Convegno "Educazione estetica" promosso dalla Società Italiana d'Estetica (Pistoia, 26-27 aprile 2012)

210 *Id.*, pg 5

211 Il riferimento è alla riforma Franceschini la quale prevede la sostituzione a capo dei 20 più grandi complessi museali italiani del direttore, figura chiave per la valorizzazione culturale, con un manager anche estero.

estetica, sempre più messa da parte nelle scuole e anche nei musei, si alimenterebbe un atteggiamento diverso non solo nei confronti dell'arte, ma del sapere tutto. Ricreerebbe quel polo dialettico di cui si necessita per costruire una società di individui piuttosto che di solipsisti cibernetici.

## **Ringraziamenti**

Mi preme ringraziare Francesco, Ambra e Vincenzo per la loro vicinanza, il supporto e i discorsi che tanta parte hanno avuto nell'elaborazione di questa tesi, ma soprattutto per la stima e l'amicizia che mi hanno dimostrato. La mia famiglia, per la presenza costante, gli insegnamenti e il calore.

## **Bibliografia**

- Antinucci, F., “Il problema centrale della fruizione museale”, *Studi di estetica*, n°45, 2012
- Arnould, E. J. & Thompson, C. J. “ Consumer culture theory, CCT. Twenty years of research”, *Journal of consumer research*, vol. 31, March 2005
- J. Baudrillard, - *Il delitto perfetto*, Milano, Raffaello Cortina, 1996;
- “Design e Dasein”, in *Ágalma*, n°1, 2000, pp. 11-20;
- *Il sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani, 2003;
- *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*, Urbino, il Mulino, 2008;
- *La scomparsa della realtà. Antologia di scritti*, Bologna, Fausto Lupetti editore, 2009
- *Per una critica dell'economia politica del segno*, Milano-Udine, Mimesis edizioni, 2010.
- Belk, R. W. “Possessions and the extended Self”, *Journal of consumer researcher*, vol 15, settembre 1988.
- Benjamin, W. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 2000
- *I <<passages>> di Parigi*, Torino, Einaudi, 2010;
- *Aura e choc*, Torino, Einaudi, 2012.
- Bernhard, T., *Antichi Maestri*, Milano, Adelphi, 1992
- Bredenkamp, H., *Nostalgia dell'antico e fascino della macchina*, Milano, il Saggiatore, 1996.
- Camus, A., *L'homme révolté*, Gallimard, 1985.
- Chatwin, B., *Utz*, Milano, Adelphi, 2011.
- Csikszentmihalyi, M. e Rochberg-Halton, E. *The meaning of things*.

- Domestic symbols and the self*, Bakersville, Cambridge University Press, 1999.
- Clifford, J., *I frutti puri impazziscono*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010
- Continni, A., “I musei degli altri. Quale concetto di arte per le arti non occidentali?”, *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp 183-191.
- Dallari, M., *A scuola con Baumgarten: quando la Pedagogia incontra l’Estetica*, Relazione introduttiva al Convegno “Educazione estetica” promosso dalla Società Italiana d’Estetica (Pistoia, 26-27 aprile 2012)
- Dewey, J., *Arte come esperienza*, Palermo, Aesthetica, 2007.
- Eco, U., *Alla periferia dell'impero*, Milano, Bompiani, 2003.
- Evola, D., “Note per una estetica della comunicazione museale”, *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp. 199-211.
- Floch, J.-M. *Visual Identities*, London, Continuum, 2000
- Graeber, *Debito. I primi 5000 anni*. Milano, il Saggiatore, 2012;  
- *Frammenti di antropologia anarchica*, Milano, elèuthera, 2011.
- Hyde, L., *Il dono*, Torino, Bollati Boringhieri, 2005.
- Kleine, S. S. & Kleine III, R. E. & Allen, C. T. “How is a Possession "Me" or "Not Me"? Characterizing Types and an Antecedent of Material Possession Attachment”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, No. 3 (Dec., 1995), pp. 327-343
- Kurz, R., “Sein come Design”, *Ágalma*, n°1, 2000, pp. 21-24.
- Mauss, M., *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Torino, Einaudi, 2002.
- Molfino, F. & Mottola A., *Il possesso della bellezza*, Torino, Allemandi &C., 1997.
- Natali, A. “Per fermare l'assedio dei turisti promuoviamo le gallerie meno

- note”, *Repubblica*, 30 luglio 2014.
- O'Doherty, B., *Inside the white cube, L'ideologia dello spazio espositivo*. Johan e Levi, 2012.
- Onck van, A., “La dimensione magica del linguaggio del design”, *Ágalma*, n°1, 2000, pp. 25-28.
- Pasolini, P.P., *Scritti corsari*, Milano, Garzanti, 2012
- Perniola, M., *La società dei simulacri*, Milano, Mimesis, 2009  
- *Contro la comunicazione*, Torino, Einaudi, 2004.
- Pizzo Russo, L., *Educazione estetica nel ventunesimo secolo*, Relazione introduttiva al Convegno “Educazione estetica” promosso dalla Società Italiana d’Estetica (Pistoia, 26-27 aprile 2012).
- Poli, F., *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica, mercati, musei*, Roma-Bari, Laterza, 2011
- Pullega, P., “L'arte come merce pura”, *Ágalma*, n°1, 2000, pp. 97-101
- Rheims, M., *L'affascinante storia del collezionismo*, Torino, Bolaffi, 1964.
- Savelli, G., “L'opera e il suo luogo”, *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp. 193-197.
- Schiller, F., *Lettere sull'educazione estetica*, Roma, Armando Armando editore, 1976;  
- *Lezioni di filosofia della storia*, Pisa, ETS, 2012.
- Settis, S. “Bronzi per Expo, Sgarbi attacca: trasportarli è facilissimo chi si oppone è un conservatore”, *Repubblica*, 16 agosto 2014
- Sayre, S. and Horne, D. (1996) , "I Shop, Therefore I Am: the Role of Possessions For Self Definition", in *NA - Advances in Consumer Research* Volume 23, Pages: 323-328.
- Stewart, Susan, *On Logging*, Duke University Press, 1993, edizione

Kindle.

Tony, J., *L'età dell'oblio*, Bari, Laterza, 2009.

Vargiu, L., “*The museum of Me e l'ideologia del museo contemporaneo*”, *Studi di estetica*, n°45, 2012, pp. 243-257.

Wattanasuwan, K. “The self and the symbolic consumption”, *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, March 2005, pp. 179-184

Weingarten, G. “Pearls Before Breakfast: Can one of the nation’s great musicians cut through the fog of a D.C. rush hour? Let’s find out”, *Washington Post*, 8/04/2007

Zizek, S., *La violenza invisibile*, Milano, RCS libri, 2007.