

Sguardi

Pittura, scultura, fotografia, architettura

I(n)stantanee
di Nathascia Severgnini



Cinghiale social

È simbolico il quadro che fa da sfondo alla foto postata su Instagram da @Anoiaseesall. Il paesaggio agreste dipinto a tinte espressioniste si lega stretto alla soggettiva e inedita visione del mondo — ossia il villaggio di Corsignano con le vicende, le fisse, i pettegolezzi, le tresche — di Apperbohr, il cinghiale che sa pensare uscito dalla penna di Giordano Meacci (*Il cinghiale che uccise Liberty Valance*, minimum fax, pp. 452, € 16), finalista allo Strega.

Le mostre Londra prepara un appuntamento per ridefinire un concetto estetico sfuggente. Che forse è lo specchio dei tempi

Il volgare è diventato proprio bello

Dalí e Warhol, Koons e Haring, sì, ma già Dante e Giotto avevano capito: è possibile parlare di ciò che è alto anche attraverso ciò che è basso

di VINCENZO TRIONE

Che cos'è volgare per voi? Quel talk show in cui il confronto tra gli ospiti si trasforma in un'arena? Quell'abito che presenta figurazioni esuberanti? Il vociare dei turisti che ci disturba tra le sale di un museo? L'ossessiva mania del mettersi in vetrina sui social che scandisce la nostra quotidianità? O, infine, il culto esasperato del corpo o il «virus» dei tatuaggi? Il catalogo potrebbe accogliere ancora altri gesti e comportamenti simili. Con un rischio: riproporre cliché e luoghi comuni. Considerando la volgarità solo come sinonimo del cattivo gusto e del kitsch; o come «momento di pieno rigoglio del conformismo» (per dirla con Pasolini).

Una grande mostra londinese (dal 13 ottobre), invece, ci invita a cogliere aspetti ancora inesplorati di questa controversa categoria critica ed estetica. Curata da Judith Clark e da Adam Phillips, ospitata dalla Barbican Art Gallery di Londra, *The Vulgar* si dà come inatteso riattraversamento di significative regioni dello stile moderno e contemporaneo, suddiviso per sezioni monografiche. Il centro dell'esposizione è costituito dalla moda: ci imbattemmo in abiti di Madame Grès, Chanel, Schiaparelli, Yves Saint Laurent, Dior, Galliano, McQueen, Moschino, Prada, Gaultier, Chailan, Lagerfeld, Viktor & Rolf, Westwood. Rilevanti anche alcuni episodi artistici scelti: incontreremo opere di Dalí, Warhol, Haring, Takashi Murakami. Ma la lista, al di là della mostra, potrebbe estendersi a personalità come Hirst, Fabre e Vezzoli.



Con un taglio originale, i curatori della mostra si interrogano su un concetto difficile da definire come quello di volgarità, spesso demonizzato e guardato con diffidenza dalla critica, che lo ha solo sfiorato per accenni marginali. Nel portarsi al di là di certe letture facili e superficiali, Clark e Phillips rimodulano quel concetto in una prospettiva inedita, positiva: lo reinterpretano; ne riattivano significati celati; ne svelano angolazioni oscure e dimensioni perturbanti. Si tratta di un'idea estetica che lambisce — senza tuttavia aderirvi — i territori liquidi del kitsch, del trash, dello sfarzoso e del brutto, delineando geografie poetiche e formali alternative. Sulle orme di antiche memorie storiche.

Medioevo, fase aurorale delle letterature neoromanze. In quell'epoca il termine *vulgare* — si sa — si riferiva alle lingue parlate (poi anche scritte) da tutti (aristocratici e popolani, dotti e ignoranti, religiosi e laici) nelle diverse situazioni della vita quotidiana, mentre la lingua della comunicazione formale era il latino: nel *De vulgari eloquentia*, Dante rileva che il *vulgare* è appreso da bambini «per imitazione», mentre il latino si impara dopo anni di studio. Occorre risalire a quella straordinaria disputa sulla lingua per comprendere l'orizzonte teorico dentro cui si iscrivono poeti come Dante e San Francesco e pittori come Giotto, i quali nelle loro opere si affidano proprio al *vulgare* per misurarsi con tematiche e visioni alte, legate all'immaginario mistico-religioso. Forse potrà apparire azzardato. Ma,



Andy Warhol
Banana
(1967)



Karl Lagerfeld
Chloé
(1984)

John Galliano
Haute Couture Dior
(1998-99)



Jeff Koons
Michael Jackson and Bubbles
(1988)



Salvador Dalí
Telefono aragosta
(1936)



non senza approssimazioni e manierismi, gli artisti (e gli stilisti) radunati nella mostra sembrano agire come lontani e involontari eredi di Dante e di Giotto. Pensano il loro lavoro come declinazione audace e scandalosa della nozione di «volgare» (nell'accezione medioevale). Situandosi tra ricerca dello choc e tensione spiritualistica.

Per un verso, scelgono di non replicare soluzioni già accettate; lanciano una sfida al buon gusto, al perbenismo estetico, al conformismo puritano; violano convenzioni e regole; infrangono ritualità e aspettative. Fare arte (e moda), per loro, vuol dire innanzitutto consacrarsi alla celebrazione dell'eccesso, inteso nietzschianamente come impulso al trucco, all'esuberanza, alla contraffazione; trasgressione delle barriere tra verità e apparenza, sotto la spinta di emozioni e di istinti; intreccio tra errori, fantasterie, modificazioni. Per un altro verso, gli artisti (e i *fashion designer*) raccolti in *The Vulgar*, nei quadri e nelle sculture (e negli abiti), si appropriano di motivi «vernacolari» — che appartengono a tutti — per trasmettere contenuti talvolta addirittura drammatici. Inoltre, ricorrendo a esagerazioni e a mascherate, mirano ad alimentare per vie segrete in chi osserva domande su problematiche esistenziali «decisive». Servendosi di artifici seduttivi e di involucri cromaticamente vivaci vogliono comunicare immediatamente con il pubblico, per catturarne l'attenzione su alcune questioni «assolute». Non frontalmente ma lateralmente. Non con snobismo intellettualistico ma con leggerezza.



Alcuni casi esemplari. Dalí assume figure tratte dall'archivio dei simboli del suo tempo che fonde con precise suggestioni storico-artistiche, pervenendo a soluzioni kitsch e insieme sofisticate, dietro le quali si intravedono ossessioni e mali affettivi. Warhol indulge in rappresentazioni patinate, ispirate all'universo dei media, per lasciare affiorare struggenti ansie metafisiche. Haring decora sarcofagi e vasi classici in maniera iper-pop, nascondendo sotto questa «pelle» inquietudini e angosce. Takashi Murakami inventa un cosmo fumettistico denso di allusioni all'apocalisse nucleare. Hirst (non in mostra a Londra) espone un cranio tempestato d'oro, con un diamante rosa a goccia sulla fronte, per alludere a una (possibile) sublimazione della morte. Fabre (anch'egli non «scelto» al Barbican) realizza sculture iperaccademiche che hanno il valore di monumenti innalzati al *terror mortis*.

Le medesime oscillazioni emergono con forza se si riflette sull'ambiguo utilizzo di un colore e di un materiale come l'oro (cui è dedicata una sezione di *The Vulgar*), frequente nelle opere di Dalí, Warhol, Haring, Koons e Hirst, assonanze con le icone bizantine e i quadri medioevali e rinascimentali di soggetto religioso. Oltre che cifra di cattivo gusto, l'oro è anche elemento che indica magnificenza, ricchezza, opulenza, slancio spiritualistico. *The Vulgar*, dunque, insinua in noi il dubbio paradossale che il nostro sia il tempo della bella volgarità.



L'appuntamento

Dal 13 ottobre al 5 febbraio 2017, alla Barbican Art Gallery di Londra (www.barbican.org.uk), si terrà l'esibizione *The Vulgar: Fashion Redefined*, mostra dedicata alla volgarità nella moda (e nell'arte), dal Rinascimento ai giorni nostri. L'esposizione è ideata da Judith Clark e dallo psicoanalista Adam Phillips e si propone di esplorare l'evoluzione del concetto di volgarità, dai corsetti concepiti nel XVIII secolo alla tendenza moderna che predilige loghi di grandi dimensioni nei prodotti sartoriali. La mostra è organizzata per sezioni monografiche:

Classic Copies, The Unique, Too Much 18th Century and Ceaseless Century, Showing Off, Too Big, Puritan, Too Popular, The Vernacular, Impossible Ambition, Oes and Spangles, More Bling, The Vulgar Now

I contenuti

Saranno esposti «mantua» — abiti in voga dalla seconda metà del Seicento al tardo Settecento caratterizzati da gonne che raggiungevano anche i 2,5 metri di larghezza — e pettini ricamati che venivano indossati sopra i corsetti femminili. Oggetti che saranno messi in contrasto e fatti dialogare con elementi più moderni, come le t-shirt opera di Vivienne Westwood e Malcolm McLaren, che raffigurano seni nudi, e i cappelli bizzarri prodotti da Stephen Jones. *The Vulgar* si propone inoltre di esplorare e definire un'idea di «buon gusto» e ciò che quell'idea ha rappresentato in un dato periodo storico. Tra i protagonisti della mostra ci saranno Elsa Schiaparelli, Jean Paul Gaultier, Miuccia Prada, Raf Simons, Marc Jacobs, Louis Vuitton e Chloé. L'esposizione mostrerà come le loro idee e intuizioni provengano da lontano, approfondendo il retroterra da cui traggono origine, con un commento fornito dalle citazioni di Jonathan Swift, Coco Chanel, Diana Vreeland e Samuel Johnson