

Caro Montanari, c'è Fake e Fake

di Paolo Micciché

La pubblicazione sul "Fatto" del 10 Luglio - con richiamo in prima pagina - di un lungo servizio di Alessia Grossi intitolato "Fake Art" impone alcune riflessioni, essendo stato io stesso un pioniere in questo settore. L'articolo è corredato da un'intervista a Tomaso Montanari, assai critico su questa nuova forma di proposta dell'arte in declinazione "virtuale". Se però nello specifico mi ritrovo per larga parte d'accordo, egli stigmatizza solo una delle possibili modalità realizzate con la "virtualità"; ma ve ne sono altre, a mio parere decisamente più appropriate e coerenti.

Un paragone lo si potrebbe fare con la musica registrata. Un tempo il disco era per lo più un surrogato di un'esecuzione dal vivo: un misto tra funzionalità e memoria storica. Oggi la registrazione (youtube, cd, ecc) ha un valore a sé stante e ci porta verso un'altra modalità di fruizione, complementare a quella "live".

Allo stesso modo la fruizione museale è cosa ben definita ma le potenzialità di quella virtuale possono essere un grande aiuto, sia per aumentare la qualità di quanto si definisce "cultura di massa" che come risorsa innovativa a disposizione degli stessi studiosi.

Ecco qualche esempio. Insieme all'amico e storico dell'arte Stefano Zuffi, abbiamo analizzato il "Giardino delle delizie" di Bosch attraverso un file digitale ad altissima definizione riprodotto su un monitor 4k. Il risultato è stato sorprendente ed emozionante, proprio perché la visione ha raggiunto un livello alternativo e complementare a quello di una visita al Prado. In quest'ultima, l'opera di Bosch si presenta nella sua potente fisicità ma con alcune limitazioni: l'impossibilità di vedere il trittico prima chiuso e poi aperto e il limite fisico di non potersi avvicinare e cogliere il ricchissimo tessuto di immagini, con combinazioni pressoché infinite attraverso sempre nuove inquadrature parziali che diventano così, quasi ulteriori dipinti autonomi. Altro limite è poi l'incapacità fisica dell'occhio umano a cogliere alcune sottilissime sfumature di dettaglio.

Eccoci quindi di fronte al monitor. Il "Giardino" ci scorre davanti con una potenza di particolari che ci fa dubitare di averlo davvero mai visto prima di oggi nella sua pienezza. Zuffi fa notare come questa visione ci conferma che Bosch abbia usato una camera ottica per dipingere il quadro e che noi lo stiamo osservando come solo l'autore - e forse il committente - prima d'ora lo avevano potuto vedere. Inoltre egli è in grado persino di individuare i ripensamenti del pittore, ora palesemente evidenti.

Nelle settimane successive torno appositamente al Prado per godere appieno della ricchezza raggiunta da questi due rivelatori punti di vista combinati. Mi succede però una cosa inaspettata. Rimango a lungo nella sala di Bosch e prima di uscire mi fermo solo per pochi minuti per un necessario tributo a Goya. Non me la sento di ri-affrontare il Prado: troppa gente e, soprattutto, troppi quadri. Come se la visione "verticale" di Bosch avesse appagato e consumato tutta la capacità di "impressionarsi" della mia pellicola visiva. Proseguire nelle centinaia di sollecitazioni visive del Prado mi sarebbe stato impossibile.

Su questo punto sarà bene fermarsi un istante per una riflessione sui Musei e sulla Cultura di massa. Si tratta di temi importanti e fondamentali che non si possono banalizzare. Mi limito quindi ai soli titoli: i Musei sono luoghi poco adatti alla Cultura di massa e vi si raccolgono troppe opere d'arte per poterle affrontare con un minimo di consapevolezza nel poco tempo a disposizione, rispetto alla durata del biglietto di ingresso e della permanenza in città. La Cultura di massa è però diventata ora la Cultura *tout court*. Un tempo ci si poneva il problema di come raggiungere una larga platea senza banalizzare troppo i termini della proposta, ora bisogna porsi il problema di come attuarla nella sua pienezza. Il Virtuale - che io ho sperimentato per primo nell'Opera lirica già vent'anni fa - è una grande risorsa di cui possiamo disporre ma è un Mezzo neutro e come tale dipende solo da noi usarlo bene o male.

Ad Orvieto alcuni anni fa realizzammo un primo esperimento chiamato "Teatro, palcoscenico della città". Al Teatro Mancinelli si rappresentava a *loop* - quindi più volte al giorno - un Visual Show che avevo creato sul "Giudizio Universale" di Signorelli affrescato in Duomo. In venti minuti - usando sia uno schermo sul palcoscenico che proiettando all'opposto, sui palchi stessi del teatro - veniva concentrato un contributo sia didattico che emozionale per preparare il pubblico alla visita alla Cappella, distante solo poche centinaia di metri.

Ci eravamo accorti, con Enrico Paolini e Davide Broccoli, di quanto fosse sommaria la continua processione di turisti che di corsa entravano, rimanevano soggiogati dalla bellezza degli affreschi ma ne uscivano poi altrettanto di corsa, più frastornati che davvero nutriti da quanto avevano visto. Questo Visual show, ad "induzione" rapida, permetteva loro una visita già orientata, sia nella logica della complessa opera di Signorelli che nella individuazione emotiva di alcuni nessi fondamentali. L'esperienza riuscì pienamente e fu ripetuta l'anno successivo per due mesi nella chiesetta consacrata posta al lato della Cattedrale. Si esaurì poi per la poca "italica" lungimiranza di alcune istituzioni preposte, non certo per mancanza di utilità o di apprezzamento.

Un'altra applicazione "propedeutica" - a maggior ragione in Italia dove spesso i Musei non sono stati creati con quello scopo ma sono Gallerie di Corte oppure ricavati all'interno di palazzi storici - è quella del Museo Virtuale: pochi quadri, riprodotti ad altissima definizione, con la possibilità di "navigare" al loro interno e che ogni giorno ricreano - in luoghi lontani - un diverso museo o galleria italiana. Pochi pezzi perché l'attenzione è limitata e la "presa" dell'attenzione può avvenire solo per quantità limitate ed emblematiche. Come abbiamo notato per Bosch, questa visione può portare ad una fruizione complementare e preparare degnamente la visita al dipinto originale.

Ecco qui solo alcuni spunti, con i quali spero di avere almeno rimesso in discussione una potenzialità che ritengo molto importante non disperdere. In questo senso, non fanno certo bene certe declinazioni virtuali di cui anche l'articolo parla: ampi pannelli generici a risoluzione troppo bassa e senza uno studio di comunicazione adeguato; si rischia così di tornare al punto di partenza: una visione distratta, superficiale, in cui si rimane sedotti dalla confezione ma che, alla fine, non produce un attecchimento del seme. Un tema questo che va però ripreso e approfondito quanto prima. Ne va della nostra Cultura, del Turismo culturale che ne deriva e dei posti di lavoro ad esso connessi: quelli relativi all'indotto e quelli più specifici dove grafici, registi, musicisti, allestitori e produttori si devono interfacciare con gli storici dell'arte alla ricerca di una nuova modalità di presentazione e valorizzazione dei nostri tesori nazionali, unici al mondo.

Storia di copertina

Dappertutto "experience"

di **ALESSIO GROSSI**
Una volta era un prodotto di lusso, oggi è un po' di tutti. In un'epoca di crisi, la cultura è in fuga, ma non si ferma. Si cerca di sopravvivere in ogni modo, anche in quello del virtuale. È così che si è creato un mercato di "fake art", opere che imitano quelle originali ma con un prezzo molto inferiore. Questo fenomeno è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

75 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

12 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

50 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.



"Fake Art", quel caro profumo di quadri

di **ALESSIO GROSSI**
Una volta era un prodotto di lusso, oggi è un po' di tutti. In un'epoca di crisi, la cultura è in fuga, ma non si ferma. Si cerca di sopravvivere in ogni modo, anche in quello del virtuale. È così che si è creato un mercato di "fake art", opere che imitano quelle originali ma con un prezzo molto inferiore. Questo fenomeno è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

Immagine al potere. È un'esperienza seriale in Italia. Prima di Klimt a Milano, infatti, erano già stati dedicati eventi simili dedicati a Michelangelo e Caravaggio a Firenze e a Roma

È il Mc Donald's delle mostre: hamburger Klimt per tutti

L'INTERVISTA
Tommaso Montanari
L'idea di un'esperienza seriale di mostre è nata in un momento di crisi, quando la cultura era in fuga. L'idea era di creare un'esperienza di fruizione culturale che fosse accessibile a tutti, anche a chi non poteva permettersi di visitare i musei originali. È così che è nato il progetto di "fake art", opere che imitano quelle originali ma con un prezzo molto inferiore.

1 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

1 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.

1 **Il mercato dell'arte**
Il mercato dell'arte è in crescita, e non solo in Italia. In molti musei, infatti, si sta sperimentando la vendita di copie di opere d'arte, con il rischio di svalutare il valore delle originali.