

Un Picasso a casa tua

di Emanuela Burgazzoli

Ci sono musei, come il Louvre, che per rilanciarsi in periodo di crisi accettano di diventare il set di un video musicale: non uno qualunque, ma quello registrato dalla premiata coppia reale dell'hip-hop americano, Beyoncé e Jay-Z, che per una notte (l'estate scorsa) hanno girato nel museo più famoso del mondo. Una trovata che avrebbe contribuito a oltrepassare la cifra di 10 milioni di visitatori nel 2018 (parola del direttore Martinez). Ma chi può permettersi di trascorrere una notte a tu per tu con la Gioconda (se si esclude Napoleone Bonaparte, che nel 1801 lo fece trasferire dal Louvre negli appartamenti di Giuseppina...)? Nessuno probabilmente.

In Svizzera, qualcuno il 16 aprile – per un giorno – potrà ritrovarsi un Picasso in casa, Busto di donna con cappello (DORA) del 1939 uno dei capolavori della collezione Beyeler. Questo è il premio del concorso appena indetto dalla Fondazione omonima e da Swisscom. “Rendere la grande arte accessibile a tutti, attirando anche chi non frequenta i musei” così Samuel Keller direttore della Fondazione: l'intento è nobile. Ma all'operazione che si vuole culturale, si sovrappone subito l'operazione marketing. Significa infatti grande pubblicità per il museo più visitato in Svizzera e la grande esposizione picassiana attualmente in corso; dall'altra ottima pubblicità per il grande operatore di telecomunicazioni che ha sviluppato per l'occasione una sofisticata tecnologia di sicurezza; pubblicità che di certo non fa male in un settore spietato, in cui ci si contendono all'ultimo sangue fette di un mercato che sembra saturo.

Ma se per i prestatori è in gioco la loro visibilità (e la loro reputazione), penso anche al vincitore del concorso: che dovrà prima convincere due giurie della bontà delle sue motivazioni e descrivere in dettaglio come intende trascorrere questa giornata particolare. E che decida di trascorrere un giorno in solitaria contemplazione del “suo” Picasso oppure organizzare un grande ricevimento (anche la grande arte garantisce status sociale) sarà sempre un sorvegliato speciale; anche da parte dei media. La giornata sarà interamente filmata, vivendo in una sorta di reality show. Nessun rischio insomma che tutto possa finire come nella scena di *The Party*, l'esilarante commedia interpretata da Peter Sellers, in cui il protagonista – nell'intimità di una toilette - inavvertitamente cancella uno Chagall con della carta inumidita...

Beh, se fossi io al posto suo, credo che l'ansia di essere continuamente monitorata, mi impedirebbe di guardare davvero quel capolavoro. Al contrario, la cornice mediatica – non solo quella del quadro che nasconde sensori e chip al suo interno – trasformerebbe tutto in uno spettacolo, azzerando l'autentico valore artistico di un Picasso (*già diventato icona*), distruggendo l'opportunità unica di avere un dialogo privilegiato con l'opera d'arte: perché esclusivo appunto. Insomma, pensandoci bene, meglio pagare un biglietto per contemplare un Picasso blu, confondendosi tra la folla di spettatori anonimi di un museo, piuttosto che trascorrere una notte in bianco in casa propria.