

Vicini ma distanti? Non sempre, non necessariamente

di Enrico Bianda

Eike Schmidt ne ha combinata un'altra. Dopo Tik Tok anche l'influencer agli Uffizi. Davanti alla Venere del Botticelli Chiara Ferragni in tutina e top, che sorride per un servizio di Vogue.

Aperti cielo. Bottegai è l'insulto meno colorito che si è beccato il direttore delle Gallerie degli Uffizi.

Ma alla fine che cosa è successo? Vale la pena lanciarsi in invettive millenaristiche per attaccare un direttore di museo che usa i social e (forse) investe in una influencer da 20 milioni di follower e mezzo.

Da oltre 30 anni il gusto raffinato delle persone di status più elevato è caratterizzato dall'onnivorismo culturale, cioè alternare con nonchalance pratiche cosiddette alte, quali la frequentazione di mostre d'arte contemporanea o vernissage, a pratiche molto più popolari, come la visione collettiva del Festival di San Remo oppure perdere la testa per una finale di Champions.

Chi analizza questi fenomeni ci dice che quello che conta non è tanto che cosa si consuma culturalmente ma bensì il come lo si consuma, perché ogni pratica culturale è riadattata. Si parla più precisamente di appropriazione, che segue canoni fortemente personali, attribuibili alle proprie esperienze, ai propri vissuti: in altri termini ci sono molti modi di seguire San Remo o una partita di calcio. E pure una mostra in un museo. Il passaggio dallo snobismo all'onnivorismo è spiegabile in tanti modi: dalla centralità dei media, che hanno proprio nelle pratiche di mescolamento di genere e tematiche una delle loro caratteristiche, alla globalizzazione che ha favorito l'ibridazione fra culture anche molto distanti tra loro.

Eppure: l'onnivorismo è un comportamento mal digerito anche da chi lo pratica. Soprattutto quando c'è da confrontarsi con Istituzioni apparentemente intoccabili, dei tabù. ricordiamoci: noi abbiamo dato spesso voce proprio a chi difende tali istituzioni da ogni tipo di aggressione pop e commerciale. E siamo in parte d'accordo: quando si aliena uno spazio per lasciarlo ad una sfilata di moda, beh, come direbbe Montalbano ci girano i cabasisi.

Ma in questo caso la questione è un'altra.

Eike Schmidt ha introdotto nel tempio dell'arte fiorentino e mondiale proprio quelle pratiche di contaminazione. Attraverso la Ferragni raggiunge un pubblico che altrimenti riterrebbe gli Uffizi un luogo per i consumi culturali pedagogici, alti, seri. Probabilmente quello che ci vuole dire è: venite, divertitevi (con rispetto) e forse un pezzo della vostra cultura potrà appunto dialogare con questa. Perché no? In effetti questa volta è andato contro una visione elitaria della cultura. Avrei da ridire forse per un sospetto: la benevolenza di Schmidt mi ricorda un poco i croissant di Maria Antonietta. Ma probabilmente l'operazione è anticlassista. Qui, ripeto, non è in discussione il tipo di consumo, ma il come lo si consuma. E gli Uffizi possono - credo - esser visitati anche così.