DOPPIOZERO

Cattelan. L'opera-meme e l'artista della scappatoia

Luigi Bonfante

7 Gennaio 2020



BANANA (finto Richard Prince).

Le grandi fiammate mediatiche si spengono in fretta e fanno terra bruciata attorno all'argomento che le ha causate: sembra che sia già stato detto tutto e che sia inutile e noioso tornarci su. È quello che sta succedendo, inevitabilmente, alla banana di Maurizio Cattelan, ovvero l'opera *Comedian* (questo il suo titolo), presentata il primo dicembre scorso ad ArtBasel Miami.

Dovrebbe essere ormai ovvio che la banana di Cattelan non è una banana. Ma se ci si limita a evocare il fin troppo riconoscibile zampino di Duchamp, è inevitabile vedere la solita minestra riscaldata e concordare con Francesco Bonami, che, sulle pagine della *Repubblica,* la condanna come «una grande pagliacciata tenuta in piedi da una comunicazione che come in politica è diventata tossicodipendente da chi la spara più grossa e più assurda».

Eppure credo che della banana di Cattelan siano passati inosservati due aspetti molto interessanti: il legame ideale con un'opera di trent'anni fa, su cui tornerò alla fine, e l'idea di un'*opera-meme***.**

Comedian è probabilmente il primo esempio in cui un artista ai vertici del sistema dell'arte realizza esplicitamente un'opera il cui scopo principale sembra quello di diffondersi nella mediasfera generando un'irresistibile catena di varianti parodistiche. Non si tratta soltanto della naturale viralità di certi ben noti eventi dell'arte contemporanea, per cui foto e commenti sono riprodotti e condivisi ovunque, praticamente identici, rimbalzando come palline impazzite di flipper (Banksy è un maestro in questo). L'opera-meme è un fenomeno nuovo per l'arte, che Bassam El Baroni, docente alla Aalto University, definisce come «un oggetto qualunque progettato da un artista (consapevolmente o meno) per agire come un'esca e avviare un ciclo di memi [...] sulle piattaforme social». Il suo solo scopo, secondo El Baroni, è avviare il ciclo memetico. (La sua definizione originale è in questo post Facebook. Ringrazio Sara Benaglia per la segnalazione).

Sui memi nel web e sulla loro semiotica c'è già da anni una consistente letteratura internazionale (mi limito a segnalare questo articolo di Gianluca Catalfamo su Doppiozero). Qui comunque è sufficiente vedere come funziona con la banana di Cattelan.

Per un conoscitore d'arte contemporanea, *Comedian* è un'opera concettuale che si traduce in un oggetto materialmente irrilevante, perché quello che conta è l'idea. È questa infatti a essere venduta, sotto forma di certificato firmato dall'artista: una specie di progetto minimale che descrive come debba essere

realizzata. Per le persone di buon senso è assurdo che qualcuno possa comprare una cosa così banale a un prezzo superiore a quello di un fruttivendolo. E il fatto che siano stati venduti subito tre certificati a 120 mila dollari l'uno è benzina per l'esplosione virale dell'opera-meme.

La novità e la forza dell'opera comunque non hanno niente a che fare con quotazioni, certificati e rifacimenti "filologici"; e solo indirettamente con il suo status istituzionale. Quello che conta, oltre all'interpretazione che vedremo in seguito, è la sua *potenzialità memetica*, la quale dipende dalla scelta di un' *immagine-paradigma*, capace cioè di funzionare come una matrice invariante (in gergo: *template*) che si presta non solo a esser parodiata e variata all'infinito, ma induce anche l'impulso contagioso al remix parodistico tipico dei memi web.

Nel caso in questione, l'immagine-paradigma è minimalista, facile e alla portata di tutti. La sua matrice invariante è un pezzo di nastro adesivo da imballaggio che appende a una parete un oggetto incongruo. L'oggetto scelto è una banana vera: oggetto umile, quotidiano, universale, gastronomico e popolare; iconico ma senza identità, da sempre fecondo di doppi sensi sessuali e indissolubilmente legato alle gag della comicità più fisica e immediata (com'è noto, sono state le comiche ai tempi del cinema muto a imporre, al posto dalla cacca di cane, la buffa riconoscibilità della buccia di banana per far scivolare e cadere gli attori). Meno appariscente, ma non meno importante è l'incongruità dell'immagine: cosa ci fa una banana attaccata su una parete con un nastro adesivo da pacco in modo da formare una strana "x"? C'è qualcosa di risibile ed enigmatico, che ricorda l'incontro di una macchina per cucire e un ombrello su un tavolo operatorio. Il riferimento colto al surrealismo (che ben si addice all'aura magrittiana-pop di molte opere di Cattelan) non deve tuttavia distogliere dal fatto che per l'opera-meme l'immagine incongrua ha una funzione elementare: dare un effetto comico e stimolare la variazione.

Ci sono poi due altri ingredienti essenziali, ancora più stimolanti: il contesto e il brand, cioè la fiera d'arte più importante del mondo e l'artista italiano più famoso. Uniti all'immagine-paradigma, essi creano la miscela esplosiva ideale per far divampare un micidiale incendio social, fatto di divertimento, irritazione, sarcasmo, indignazione, chiacchiera, passaparola e, appunto, imitazione parodistica, ovvero meme. Il risultato si può vedere nell'account Instagram #cattelanbanana, allestito appositamente dal gallerista Perrotin. (Nella foto in apertura c'è un uso ancora più raffinato del meme: il fotografo Adrian Wilson ha preso da Instagram una foto della banana di Cattelan mentre viene fotografata a

Miami e l'ha trasformata in una finta opera di Richard Prince, che ha effettivamento usato immagini rubate da Instagram per una sua recente serie di opere “appropriazioniste”).



cattelanbanana

Segui

180 post 17,2mila follower 7 profili seguiti

Maurizio Cattelan's banana
The latest on the 🍌
Powered by @galerieperrotin

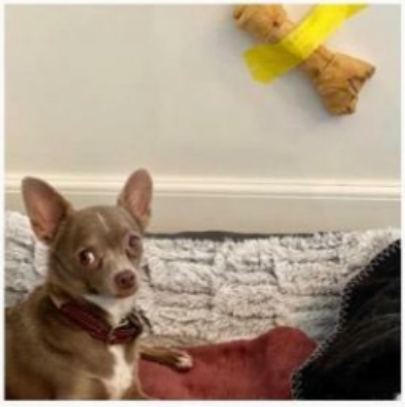
Follower: **emmanuelperrotin**

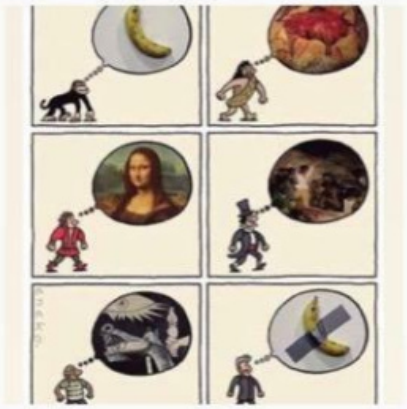
POST POST IN CUI TI HANNO TAGGATO

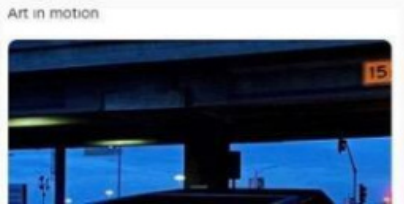


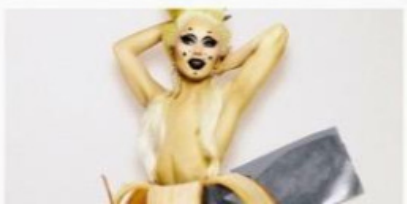











SCHERMATA della pag Instagram #Cattelanbanana.

Tutte queste germinazioni del meme possono essere legittimamente considerate parte dell'opera, che diventa così, più che un'“opera aperta”, un'“opera dissolta”, o meglio un’“opera-catalizzatore” che sciogliendosi nella semiosfera scatena una reazione a catena di immagini.

Qui spuntano le solite, inevitabili domande: perché quest'opera-meme è arte e invece non lo sono le migliaia di altri memi, diffusi da creativi bontemponi o da abili social-influencer, che ogni giorno infettano e divertono la Rete? Perché la banana di Cattelan vale 120 mila dollari e tutte quelle variazioni, spesso più divertenti, non valgono niente? Se è un'opera-meme, non sono tutti artisti?

Dietro la loro naïveté queste domande fanno trasparire un tema cruciale non solo per *Comedian*, ma anche per l'opera complessiva di Cattelan: lo status dell'artista ovvero il significato dell'essere artista oggi.

Per molti detrattori, c'è un buco nero che attira nel vuoto del non senso tanta arte odierna. Al suo centro c'è Duchamp coi suoi readymade e l'idea che tutto può essere arte e tutti possono essere artisti. Ma è un luogo comune che travisa il senso dell'opera del grande precursore del paradigma “contemporaneo” e si basa su un falso sillogismo: “tutto può essere arte” non implica, ipso facto, “tutti possono sono artisti”.

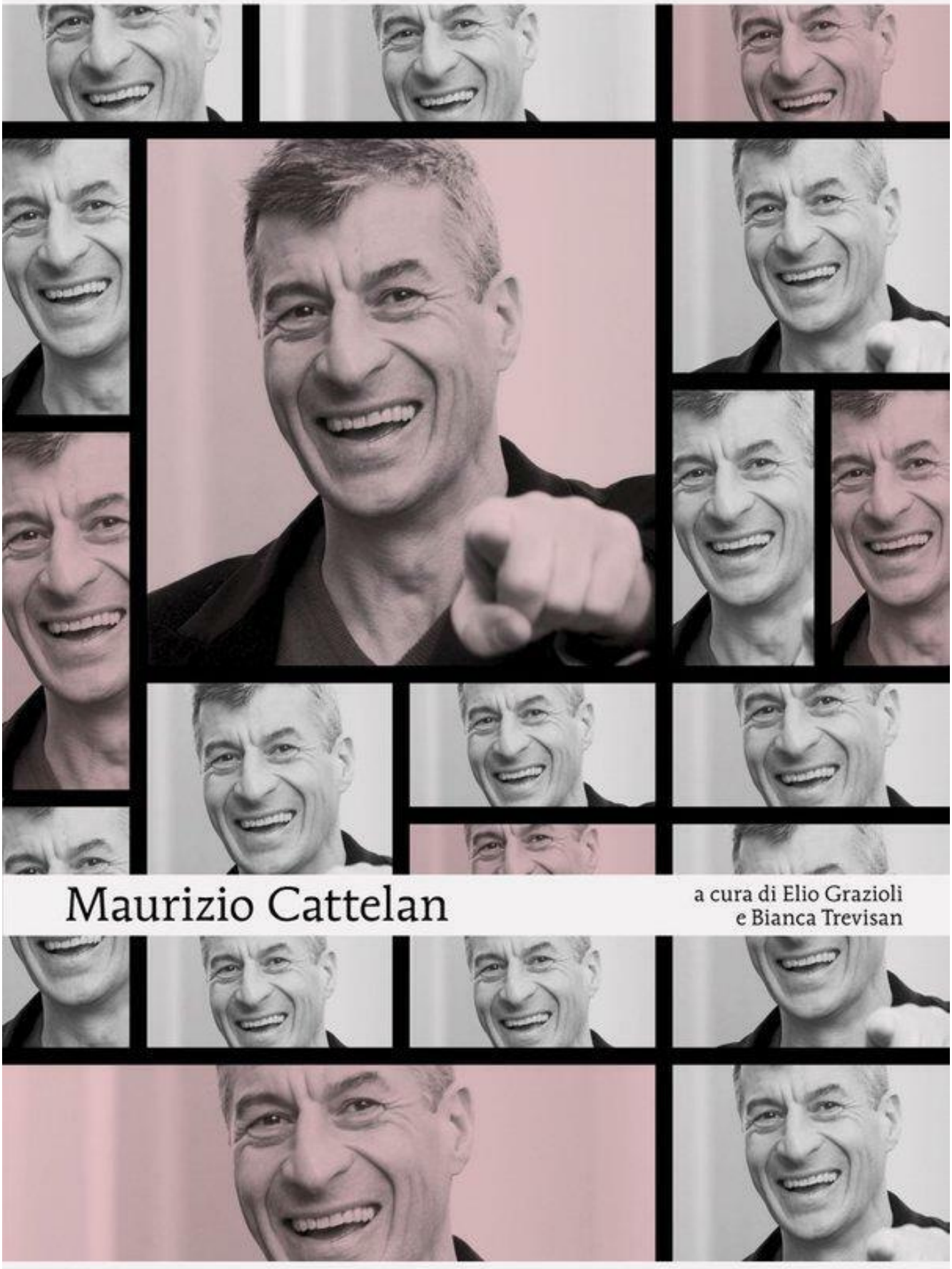
L'equivoco si è diffuso negli anni sessanta quando, passando attraverso John Cage, la libertà assoluta nei mezzi e nei modi di fare arte introdotta dall’“anartista” Duchamp si è fusa col pensiero zen. Se l'ego è un inganno, una presunzione che dev'essere annullata, allora l'artista e la sua intenzione diventano irrilevanti, perché l'illuminazione lo porterà a scoprire che l'esperienza più banale e quotidiana o l'oggetto più umile sono sempre interconnessi al Tutto e alla Qualità.

Dall'insegnamento di Cage prende le mosse il movimento Fluxus, col suo slogan «Tutto è arte e chiunque la può fare». È un'«arte-divertimento […] interessata all'insignificante» e senza «valore commerciale o istituzionale», combinazione di «Vaudeville, gag, gioco infantile e Duchamp», scrive George Maciunas, il teorico ufficiale di Fluxus. La vita diventa una continua, gioiosa scoperta di micro-eventi artistici dove non c'è più alcun bisogno dell'eroe, dell'artista-genio.

Nonostante le apparenze, *Comedian* non è una gag di Fluxus, e Cattelan non ha affatto rinunciato alla sua autorialità, nemmeno con un lavoro in apparenza così insignificante. È ovvio che solo un artista come lui poteva presentare come opera d'arte, nella più importante fiera del mondo, una banana attaccata al muro col nastro adesivo. Ed è altrettanto ovvio che solo un artista come lui poteva scatenare l'opera-meme.

Nei commenti dilagati sui media (non solo social) la tesi ricorrente è che Cattelan è una montatura del sistema dell'arte, che lo ha fatto diventare una firma famosa e, per i suoi galleristi, una gallina dalle uova d'oro: qualunque cosa faccia, c'è sempre qualche gonzo disposto a buttare via centomila dollari, anche se è soltanto una banana.

Perfino tra gli addetti ai lavori è diffusa la tesi secondo cui oggi è arte ciò che il sistema decreta essere arte. L'anarchia estetica succeduta alle tante ondate delle avanguardie novecentesche sembra abbia tolto ogni fondamento al giudizio estetico e reso inutilizzabili criteri di artisticità, per cui esisterebbe soltanto il potere arbitrario di un'élite (i “mercanti d'aura”) in combutta con i grandi galleristi, che dominano l'anomalo mercato del lusso fatto di feticci assoluti, e con un collezionismo internazionale (il “capitale ignorante”), interessato soltanto a collezionare status symbol.



Maurizio Cattelan

a cura di Elio Grazioli
e Bianca Trevisan

Riga 39

Quodlibet

C'è del vero in questo: la costruzione del brand d'artista, cioè della sua singolarità, è un ingrediente importante del paradigma contemporaneo. Chi ha un po' di dimestichezza col mondo dell'arte reale sa bene quanto sia importante oggi riuscire ad arrivare ai galleristi giusti, lavorando sulla propria immagine quanto sulla propria opera. Ma il brand di un vero artista non è un'operazione di marketing che si può costruire a tavolino. Com'è riuscito ad arrivare ai vertici di questo mondo un giovane padovano di famiglia sottoproletaria senz'arte né parte?

Per rispondere a questa domanda, che consente anche di valutare l'effettivo valore artistico di *Comedian,* bisognerebbe analizzare nel complesso l'opera di Cattelan, cosa che fa con molta acutezza l'ultimo numero della rivista «Riga» dedicata appunto all'artista italiano (*Maurizio Cattelan*, Riga 39, a cura di Elio Grazioli e Bianca Trevisan, Quodlibet, 2019). Qui mi limito a una risposta sintetica: per quarant'anni Cattelan ha lavorato alla messa in scena della sua inettitudine artistica. Anche se ha sempre dichiarato di odiare il lavoro, ha lavorato indefessamente per inventare eventi e immagini “contundenti”, imprevedibili e memorabili, nelle quali emerge sempre l'ambiguità paradossale di questa missione: entrare nel mondo dell'arte e avere successo dichiarando di esserne indegno; diventare un artista sfuggendo continuamente alla responsabilità di dimostrarlo; imbrogliare, derubare e sbeffeggiare il mondo dell'arte per potersi infiltrare in esso e raggiungerne il vertice; diventarne il re gridando “Il re è nudo”.

Questa volta l'ha fatto con una banana e un pezzo di nastro adesivo. Anche *Comedian*, nella sua disarmante banalità, solleva il tema per lui cruciale del ruolo dell'artista, del potere del sistema dell'arte e del rapporto col pubblico. Lo dimostra innanzitutto il suo riferimento più esplicito e citato: nel 1999 Cattelan aveva usato lo stesso nastro adesivo grigio per appendere alla parete il suo gallerista Massimo De Carlo (*A perfect day*): una grottesca crocifissione che mostra il potere paradossale dell'*artista senz'arte* sul mondo dell'arte. Nel ventennale di quell’opera così scandalosa ne fa una versione minimale in cui, invece del gallerista, mette in croce una banana. Un trattamento altrettanto sadomasochistico, questa volta sotto forma di gogna, aveva subito anche il gallerista che ha esposto la banana a Miami: nel 1995 Emmanuel Perrotin è diventato un'opera (*Errotin, le vrai lapin*) indossando ogni giorno per un mese un pupazzo rosa a forma di coniglio fallico, mentre nella sua galleria vendeva i lavori di Cattelan.

La banana conserva dunque, in un semplice gesto infantile e goliardico, la traccia della gogna e della crocifissione, riservandole questa volta all'artista stesso (“comedian” è il comico, il cabarettista). Perché è Cattelan, in fondo, che si mette alla gogna con quell'immagine così risibile, data in pasto al pubblico famelico dei media e alla creatività dei social. Pensandola come opera-meme, *Comedian* diventa un'implicita, buffonesca *eucarestia mediatica*: “prendetene tutti, questo è il mio corpo”. Questa immagine della comunione evoca il nume tutelare di Cattelan, il *puer* Piero Manzoni, che nel 1960 aveva offerto al pubblico le uova “consacrate” con la sua impronta: era la prima, plateale apparizione dell'artista “santo”, un ironico Re Mida taumaturgico capace di trasformare in arte uova, fiati, persone e perfino merde.

Ma a Cattelan non serve il contatto magico: la sua firma è implicita in quell'immagine così “fallita” e così potentemente iconica allo stesso tempo, dove il fallimento non equivale affatto alla rinuncia all'opera, anzi. Riccardo Venturi, nel suo acuto contributo in Riga 39, mette a confronto l'«effigie del fallito» di Cioran e quella che chiama «scappatoia con motto di spirito» in Cattelan: «là dove il fallito di Cioran dissipa il suo talento per impedire che diventi opera, Cattelan opera un gesto spericolato, *mettendo in scena* il fallimento» (corsivo mio) e diventando così un paradossale «fallito di successo».

Anche l'immagine della banana col nastro adesivo è una «fallita di successo». E lo è perché questo è il brand, l'aura che Cattelan ha creato con la sua vita d'artista, lavorando sull'iconicità ambigua di immagini “stupide” e sfuggenti come queste.



Manzoni Uova.

È possibile che *Comedian* rimarrà un'opera minore, per quanto famosa; ma non è una semplice trovatina per attirare attenzione: ha una sua profonda coerenza con l'*oeuvre* dell'artista, che si può verificare per esempio anche nel modo in cui egli stesso descrive il proprio processo creativo: «Io comincio sempre con un'immagine, mai con un concetto». L'immagine «deve essere abbastanza forte da stare in piedi da sola». Poi «parlo con molti amici e altra gente [...] mostro loro l'immagine, rifletto sulle loro idee». Ed è questo «il punto in cui arriva il significato, quando le persone cominciano a proiettare nuove idee sull'immagine. [...] Per me il contenuto e il significato sono costruzioni: ci si arriva attraverso un processo, non sono mai un dato di fatto» (intervista ad Hans Ulrich Obrist del 2001).

Il lavoro interpretativo degli altri è dunque una specie di test sulla capacità generativa delle immagini, capacità che dipende dalla loro ambiguità, di cui l'artista si dice affascinato: «Per me il *malinteso* è molto più forte dell'idea da cui ero partito». E in un'altra intervista, del 2005, ribadisce: «È questo che mi interessa davvero dell'arte: la possibilità di inventare *immagini che scatenino*

reazioni, che diventino lo specchio del nostro presente» (corsivi miei).



Maurizio Cattelan, A perfect day, 1999.

In filigrana qui s'intravede un'altra idea importante del solito Duchamp: l'idea che l'atto creativo non è realizzato dal solo artista, perché lo spettatore dà il suo contributo portando l'opera a contatto col mondo esterno attraverso la sua interpretazione. Nel caso dell'opera-meme il contributo dello spettatore è innescato dallo stesso artista. In un certo senso è come se Cattelan trasferisse sul web, e *post factum*, il suo test abituale sulle immagini che diventeranno sue opere. Così, più che mettere l'opera in contatto col mondo, fa entrare in essa il mondo dei social media, che è una parte importante del nostro presente.

Si potrebbe notare che l'effetto meme era già evidente nel caso del famigerato “water d'oro” al Guggenheim (*America*, 2017), la cui viralità ha attirato decine di migliaia di spettatori e scatenato valanghe di post e selfie. E si potrebbe obiettare, come ha fatto Massimiliano Gioni (intervista su *Art Newspaper*, 27 marzo 2019), che questo contributo mediatico ha tirato fuori il peggio di *America*. In realtà, con *America* prima e con *Comedian* poi, Cattelan ha sfruttato il potere “medio-genico” di queste immagini contundenti, trasferendo nel web il tratto più evidente del suo brand. E con la banana ci ha aggiunto il *do-it-yourself* dell'impulso memetico.

Rimane comunque il fatto che ancora una volta, col minimo di ingredienti, è riuscito a «produrre un'*icona*, un'immagine non riducibile all'idea, ma potente di suo, che sembra nata da sola […] come se fosse lei a interrogare noi piuttosto che noi lei», come dice Elio Grazioli parlando dello stile di Cattelan. Qui sta la differenza con altre icone artistiche che sono diventate memi, come la Gioconda a cui Duchamp ha aggiunto baffi e pizzetto. Cattelan non ha avuto bisogno di un'opera celeberrima come quella di Leonardo: è riuscito a trasformare in icona memetica un'immagine banalissima grazie alla forza del suo brand, cioè di una vita d'artista trasformata in lavoro sulle immagini.

«Se lo stile di un artista è la “fisiognomica dell’anima”, per usare una bella espressione di Schopenhauer, allora in ogni opera d’arte dev’esserci un po’ di questa fisiognomica che l’artista ha reso visibile. Nell’arte visiva tradizionale la fisiognomica dell’anima si manifesta nell’azione fisica dell’artista sulla materia (il suo “stile” nel senso etimologico di *stilus*). In quella contemporanea, invece, la traccia non è necessaria, o meglio tende a trasformarsi in brand. Con un’avvertenza: produrre coscientemente la propria singolarità significa non solo crearsi un’immagine, ma anche, e soprattutto, plasmare la propria vita in modo che diventi fisiognomica dell’anima. Ogni azione, ogni idea, ogni cosa realizzata in una simile vita d’artista può avere allora il tocco di Mida come ha suggerito, con

la sua ironia, Piero Manzoni». E come continua a fare oggi, con sorprendente efficacia Cattelan. «Ogni opera diventa sineddoche di quella metafora straordinariamente complessa che è la vita dell'artista. È come se in ogni opera si riverberasse la "presenza" concettuale della sua intera esperienza artistica, allo stesso modo in cui ogni singola parte di un ologramma conserva il contenuto informativo dell'intera immagine» (la citazione è dal mio *Catastrofi d'arte*, Johan & Levi, 2019).

Anche *Comedian* è un frammento dell'ologramma Cattelan. E si congiunge idealmente a un frammento iniziale: una delle prime opere dell'artista, in cui Riccardo Venturi vede «una logica di presenza/assenza, in cui infiltrarsi e nascondersi sono gli estremi della stessa operazione». È l'opera che avevo annunciato all'inizio e consiste in un semplice cartello con la scritta «Torno subito», che il ventinovenne Cattelan appese all'ingresso di una galleria di Bologna nel 1989. Venturi fa notare che *Torno subito* ha un *pendant* importante in un altro cartello simile, presente in foto nel catalogo di quella mostra, nel quale è riportato un aneddoto cinese preso dalla "lezione americana" sulla rapidità di Italo Calvino:

«Tra le molte virtù di Chuang-Tzu c'era l'abilità nel disegno. Il re gli chiese il disegno di un granchio. Chuang-Tzu disse che aveva bisogno di cinque anni di tempo e d'una villa con dodici servitori. Dopo cinque anni il disegno non era ancora cominciato. "Ho bisogno di altri cinque anni", disse Chuang-Tzu. Il re glieli accordò. Allo scadere dei dieci anni, Chuang-Tzu prese il pennello e in un istante, con un solo gesto, disegnò un granchio, il più perfetto granchio che si fosse mai visto».

Trent'anni dopo aver appeso il cartello «Torno subito», Cattelan ha appeso una banana alla parete col nastro adesivo. Ancora più rapidamente.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


TORNO SUBITO