

EUGENIO GARIN, MORTO UN PADRE DELLA FILOSOFIA CONTEMPORANEA

ultim'ora

Il mondo della cultura è in lutto. È morto ieri pomeriggio nella sua abitazione fiorentina Eugenio Garin, uno dei padri della filosofia contemporanea, uno dei maggiori storici del pensiero e una figura di primo piano della cultura italiana del novecento. Aveva 95 anni. Il filosofo si è spento alle 14,30. Nella sua casa viveva da molti anni, solo, assistito da allievi e collaboratori. Sua moglie, Maria Soro, era infatti scomparsa nel 1998.

La notizia della morte dello storico e filosofo si è appresa solo a tarda ora perché gli allievi hanno ritenuto di mantenerla riservata fino ad esequie avvenute. Ieri sera infatti, non era ancora chiaro quando si svolgeranno e in che forma

i funerali del grande filosofo. Storico del pensiero umanistico di fama mondiale, Eugenio Garin era nato a Rieti il 9 maggio 1909. Ha compiuto i suoi studi a Firenze, divenuta sua città d'elezione, dove si è laureato in Filosofia nel 1929; dal 1931 ha insegnato Storia e Filosofia nei licei scientifici di Palermo e Firenze, Filosofia morale e, successivamente, Storia della filosofia nelle università di Cagliari e Firenze.

A partire dal 1949 è stato professore ordinario di Storia della filosofia nell'ateneo fiorentino. Dal 1974 al 1984 ha insegnato Storia del pensiero del Rinascimento presso la Scuola Normale di Pisa di cui era professore emerito. Ha diret-

to la rivista Rinascimento e fino ad oggi è stato il direttore del Giornale critico della filosofia italiana. Era socio di alcune delle più importanti accademie internazionali e socio dell'Accademia nazionale dei Lincei.

Tra le sue tantissime opere, tutte altrettanti capisaldi della storiografia internazionale, sono tra i più significativi 'L'umanesimo italiano', 'Medioevo e Rinascimento', 'La cultura filosofica del Rinascimento italiano', 'Rinascita e rivoluzione', 'Cronache di filosofia italiana', 'Intelletuali italiani del ventesimo secolo'. Con la sua morte la cultura italiana perde un padre riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo per il rigore e l'apertura dei suoi studi e delle sue



analisi. Immediata, nonostante l'ora tarda in cui si è appresa la notizia, le reazioni nel mondo culturale e in particolare nella città toscana. «Firenze e il mondo perdono il più grande studioso della filosofia e del Rinascimento del Novecento; per Firenze, in particolare, è una perdita gravissima». Questo il primo commosso ricordo di Simone Siliani, assessore comunale alla Cultura, raggiunto dalla notizia della morte del filosofo. L'Amministrazione comunale lo aveva insignito del Fiorino d'oro, la massima onorificenza cittadina, «ma ora Firenze, assieme all'Istituto del Rinascimento - ha aggiunto l'assessore - troverà certamente il modo giusto per ricordare il suo lavoro e i suoi studi, perché Garin ha aperto riflessioni storiche sul Rinascimento e sull'Umanesimo italiano, che sono una eredità per il terzo millennio».

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la "Consulta Rodari" in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

orizzonti

idee | libri | dibattito

IL CALENDARIO DEI BAMBINI

Un'idea di Sergio Staino per la "Consulta Rodari" in edicola con l'Unità a € 3,90 in più

Omar Calabrese

TENDENZE

L'arte fa la spesa

Tre notizie provenienti dal mondo dell'arte mi inducono a qualche osservazione generale. Le elenco brevemente. La prima: l'apertura, a Roma, del primo spazio espositivo dedicato all'arte contemporanea in un centro commerciale (Cinecittàdue), con una mostra dedicata a Tano Festa dal titolo *Da Mondrian a Michelangelo*. La seconda: è stata recentemente aperta a Firenze una imponente IperCoop, che accoglie anche un centro commerciale «altro» rispetto al supermercato; qui, è stata aperta una galleria d'arte, di nome CPArte, con una esposizione di artisti contemporanei (fra i quali Parisi, Galliano, Cecchini, Griot, Travagli e altri ancora); non sono mancati scontri con giovani di un centro sociale, che occupavano prima il medesimo spazio. La terza: a Bologna, in pieno centro, da qualche tempo è in attività la struttura della ex Sala Borsa; molti auspicavano un uso esclusivo del nuovo ambiente per iniziative culturali, e invece negozi di vario genere hanno fatto compagnia al neonato centro polivalente (va da sé che anche in questo caso la discussione è stata assai vivace).

Qual è il comun determinante dei tre eventi, del tutto indipendente dal valore delle iniziative (a mio avviso egregie) di cui sono portatori? Il fatto che in ciascuno di questi casi la molla della contestazione concerne il connubio, inusitato per l'Italia, fra arte e commercio. Nessuno si è messo a discutere della qualità di una esposizione (d'altronde sacrosanta) di un artista grandissimo come Tano Festa. Nessuno ha avuto a che ridire sulle scelte operate da CPArte. E nessuno è entrato nel merito dei convegni e delle manifestazioni bolognesi. Scandalizza, però, che l'arte si trasferisca nei centri commerciali, o che attività di commercio affianchino esplicitamente il mondo dell'arte. La domanda, allora, sorge spontanea: è possibile (e legittimo) giudicare in questa materia?

Dal Giappone all'Europa

Prima di rispondere, tuttavia, è bene chiedersi se gli eventi descritti costituiscano una così travolgente novità. La risposta è negativa. In Giappone, ad esempio, praticamente non esistono spazi espositivi pubblici autonomi, e persino grandi musei trovano spazio addirittura negli ultimi piani di colossali edifici commerciali, ad esempio nel grattacielo Omron e in quello Mitsubishi a Tokyo, e poi a Kyoto, a Kobe, e in altre città. A Singapore e a Hong Kong il fenomeno è esattamente lo stesso. Dall'altra parte del mondo, nelle Americhe, accade sovente la stessa cosa. A Buenos Aires, per esempio, un industriale argentino amante dell'arte contemporanea - si chiama Jorge Glusberg - ha salvato molti artisti dalla repressione dei generali golpisti degli anni Settanta aprendo nella sua fabbrica di lampade (la più grande del Sudamerica) un Museo della Luce, dove raccoglieva i prototipi dei maggiori designers del mondo, nonché di artisti che lavoravano con l'elettricità. I clienti che andavano a discutere le loro ordinazioni potevano anche visitare l'esposizione. Col ritorno della democrazia, Glusberg fu messo a capo del rinato Museo de Arte Contemporaneo della città, ed è uno dei critici d'arte e di architettura sudamericani più noti nel mondo. Negli Stati Uniti è del tutto possibile trovare importanti musei all'interno di strutture industriali e commerciali (si tratta, però, di colle-

Come nel resto del mondo occidentale anche in Italia si aprono spazi espositivi nei centri commerciali. Nel nostro Paese il vero problema è un altro: organizzare mostre costa cifre esorbitanti e l'iniziativa privata occupa sempre più lo spazio che una volta era riservato a quella pubblica

zioni private tradotte in forma museale). In Europa il fenomeno è altrettanto presente. A Londra vale la pena fare una visita allo spazio Saatchi, dove risiedono opere d'arte importantissime (un artista su tutti: Damien Hirst). E a Berlino raccomandando di gettare un occhio alla sede della Chrysler, introdotta da una splendida scultura di Robert Rauschenberg sospesa sull'acqua, oppure a quella della Deutsche Bank, contenente una mirabile collezione, e aperta da una gigantesca scarpa da tennis di Olaf Nicolai. Peraltro, anche in Italia possiamo trovare qualche fenomeno analogo. Un Museo Arte-Luce lo possiede la Targetti&Sankey a Firenze, ed è assolutamente straor-

dinario. Lo Spazio-Prada a Milano offre mostre a volte mirabili. E ci sono perfino piccoli negozi in città d'arte (Siena, Venezia, Parma sono le prime che mi vengono in mente) che ospitano contenute esibizioni di artisti emergenti nel bel mezzo della merce in vendita al pubblico.

Certo, nella rozza e rapida rassegna appena accennata, i casi sono molto diversi fra loro. Una cosa sono i musei privati, per quanto collocati nella stessa sede di un colosso economico: in questo caso siamo di fronte all'espressione (del tutto nobile) del mecenatismo tradizionale. Un'altra è il più diretto connubio fra spazio destinato ad attività commerciali ed esposizioni d'arte,

che possono correre il rischio di fungere da semplice decorazione, e legittimazione, di manifestazioni di consumo. Qui, suppongo, si nasconde il fondamento ideologico della critica di questi mesi. Un fondamento che nasce da un'idea forse un po' romantica dell'arte: come se questa forma di espressione (eminente dello spirito) non potesse convivere con la dimensione materiale delle merci; come se la sua qualità (ritenuta potenzialmente alta) non potesse sposarsi con quella degli oggetti di massa (ritenuta di norma bassa). Per gli italiani, come forse per i francesi e gli spagnoli, c'è poi un secondo motivo ideologico. A partire dagli anni Settanta, infatti, siamo abitudi-

ti a pensare alle manifestazioni artistiche come al naturale prodotto delle Amministrazioni Pubbliche (soprattutto Comuni e Regioni, di meno lo Stato). Quando vediamo che queste ultime indeboliscono (come sta accadendo) le loro iniziative, viene spontaneo rammaricarsi per il fatto che l'arte (e la cultura in generale) si stia «privatizzando».

Queste sono le coordinate minime con cui inquadrare il fenomeno, e da qui dobbiamo partire se non vogliamo rimanere invischiati in pregiudizi frettolosi. A mio avviso, in linea generale non è possibile giudicare negativamente la comparsa di mostre d'arte in spazi commerciali. Do-

vremmo, anzi, essere soddisfatti che la civiltà di massa arrivi ad accettare forme di espressione in precedenza distanti da lei. Ciò significa, infatti, che siamo alle soglie di quella che il compianto Filiberto Menna, negli anni Sessanta, aveva definito «profazia di una società estetica». Menna voleva dire che avremmo un giorno assistito all'avvento di una società che avrebbe vissuto come fatto quotidiano lo spirito di ricerca estetica delle avanguardie. Stava, in realtà, citando Vladimir Majakovskij, il quale aveva immaginato nel 1917 un mondo nel quale i cittadini comuni avrebbero letto le poesie sulle scatole di fiammiferi e guardato le opere d'arte sui contenitori dei biscotti, e pensava che quella sarebbe stata la «fine dell'arte» (cioè la fine di un campo del sapere separato dalla vita). Va da sé che, nel suo ottimismo, Majakovskij credeva che tutto ciò sarebbe avvenuto grazie alla Rivoluzione e al Socialismo. Dieci anni dopo, invece, sarebbe arrivato Stalin a imporre il Realismo Socialista come unica cultura ufficiale della nazione.

Budget mostruosi

Sorge un problema, tuttavia, quando l'iniziativa privata occupa lo spazio che una volta era riservato a quella pubblica. Perché questo avviene? Fra le mille ragioni che si potrebbero elencare, una è sovrastante. Oggi organizzare una mostra costa cifre impressionanti. È accaduto, infatti, che il mondo delle mostre (pubbliche) sia stato invaso da sedicenti agenzie specializzate che propongono e dispongono progetti chiavi-in-mano; che gli allestitori realizzino progetti carissimi, per quanto di natura effimera; che, accanto ai budget di produzione, esistano sempre di più spese mostruose in termini di comunicazione. Qualche amico giornalista, ad esempio, mi faceva notare che nel 2006 vi sarà in Italia un giro di esposizioni di notevole peso, a cominciare da quelle riguardanti il Mantegna. Fin da ora è dunque ipotizzabile che, se qualcuno vuole mettere in piedi un progetto con speranze di divulgazione fra i cittadini, deve cominciare a racimolare 250.000 euro di sola comunicazione, e da lì deve poi costruire il suo budget complessivo. E chi può mai permettersi lussi di questo genere, se non centri che abbiano ormai sposato una simile filosofia espositiva (Brescia, Treviso, Palazzo Grassi a Venezia, e pochi altri ancora)? Forse solo amministrazioni che trovino un sostegno in sponsor generosi: che potranno tuttavia proporre solo mostre «garantite», e mai mostre di ricerca. Questo detto, è facile comprendere perché, soprattutto nel settore dell'arte contemporanea, gli artisti e i curatori siano disponibili a frequentare gli spazi commerciali: sono la nuova frontiera, e probabilmente gli unici a disposizione. Inoltre, offro-

«I'm all lost in a supermarket» cantavano i Clash quasi trent'anni fa, confessando il loro senso di estraneità alla logica del consumo. Logica che non risparmia nulla, neanche l'arte. Non tanto perché ora in Italia si cominciano ad aprire spazi d'arte nei centri commerciali: il primo centro d'arte contemporanea in Italia è stato aperto a Roma nel novembre scorso al Centro Commerciale Cinecittàdue (con una mostra di Tano Festa - nella foto - ad ingresso gratuito che chiuderà il 29 gennaio: 2000 visitatori a oggi); un'altra galleria è stata recentemente aperta in un IperCoop di Firenze. Quanto perché anche l'«oggetto mostra» rientra nella logica del profitto. Come ci spiega in questa pagina Omar Calabrese, gli eventi espositivi devono fare cassetta e, per questo, devono avere un'enorme somma investita preventivamente in pubblicità. Senza sponsor non è possibile, con buona pace delle gallerie d'arte.



In alto, «Big sneaker» (2001) di Olaf Nicolai, una delle opere del museo della Deutsche Bank