

Giuseppe Garrera

L'arte è cattiva

La pubblicità mantiene le sue promesse, e spesso oltrepassa le aspettative (perché siamo sognatori dozzinali, e questo il Mercato lo sa). Ciò in cui ci inganna è solo che la sua carità è regolata dalla coscienza della nostra miseria, e dunque dalla nostra devastante vulnerabilità. Certo, tutto vero che ci si approfitta di noi, ma ciò non toglie che il Mercato ci ami, che ci voglia bene e ci voglia vedere contenti, a cominciare dall'ultime bellissime scarpette che ci siamo comperati (come acquistiamo è l'unica traccia madreperlacea della nostra anima, l'unica risultanza spirituale della nostra riposta dignità di esseri sofferenti).

In questi lavori di Angela Maria Piga le parole e le cose, le parole da sole, si impegnano in un lavorio per il disinganno che rende ogni volta l'arte cattiva, la sua dedizione alla realtà insopportabile, il suo giocare un perditempo che tesse offese e dispetti e scioglie i nodi della nostra credulità. E questo è irriguardoso per tutta l'oscurità che ci attende, e per il fatto che comunque, e l'arte questo non può non tenerlo presente, finirà male.

Cessata l'era dei lettori, la poesia visiva è nata come una lingua tecnologica (questa la denominazione indicata da subito da Lamberto Pignotti) con un intento chiaro: utilizzare la stessa efficacia e potenza della pubblicità, la sua forza verbo-visiva, per una guerriglia semiologica contro il suo mondo: rispedire al mittente i messaggi e i buoni acquisto con una bomba innescata che faccia deflagrare l'impostura e la finzione della favola raccontata e che disturbi le danze, riscattando le parole in libertà del magistero futurista, mortificate a vendere solo cioccolatini e bibite, per organizzare momenti di lucidità. Smascherare tutta la grammatica come modalità e ordine del profitto.

Angela Maria Piga gioca con una lingua senza promesse e che rischiari almeno un qualche orizzonte di soddisfazione: lo svelare l'impostura, il patto scellerato tra logos e cose, o meglio ancora tra parole e promesse produce apostasia. Le carte possiedono la dolcezza del gioco e di una lotta che dovrebbe restituirci per un attimo una lettura senza seduzione e carità e secondo fini.

La calligrafia tradisce un candore che non c'è e che volge le parole o le loro parti in moto e in scompostezza nel senso di atteggiamenti disubbidienti: i giochi di parole purtroppo smascherano sempre i meccanismi di potere della lingua ordinata, manomettere i modi di dire è minaccioso e destabilizza i luoghi comuni, la tregua linguistica pattuita: così il linguaggio genera incomprensione e cioè eccesso di senso. Ci si ritrova a giocare con le cose e le parole, in un abbecedario o alfabetiere imbizzarrito, iroso e stravolto che più che indicarci il reale lo disarciona (tutta la pittura, dopo la *Conversione di san Paolo* di Caravaggio ci insegna la caduta e la veduta da per terra). Solo in questa arte le parole non devono più vergognarsi o essere in imbarazzo per ciò che dicono e indicano. I rebus svelano la realtà delle cose e per un attimo destano dalla sonnolenza linguistica.

La poesia visiva ha ideologicamente fede e speranza, ma non carità, diversamente dalla pubblicità e dalla propaganda che offrendo merci acquistabili, e spesso a rate e con dilazioni, offre felicità e soddisfazione e una promessa, anche se momentanea, d'appagamento e per il possesso della vita.

Il futurismo aveva abbracciato la modernità proprio per desiderio caritatevole di rivoluzione e di consenso e far marciare al proprio passo le genti, offrendo un domani dinamitardo ed entusiasmante, come tutto il futuro pubblicitario.

I bengala e i razzi futuristi, deragliati nei cieli della migliore poesia, fortunatamente sono divenuti armi per una guerriglia contro il presente.

I lavori di Angela Maria Piga tracciano un ambiente di catastrofe e gli effetti mortificanti della lingua del mercato e del potere, come un linguaggio che distrugge l'anima e in cui le cose valgono per le parole.

Tutte le lingue d'arte per la salvezza – poesia concreta, visiva, e più quelle d'eccellenza senza neppure la gentilezza delle forme (quale la filosofia) - mancano di carità, da qui il loro fallimento. Cosa possiede la lingua pubblicitaria di più potente e presente? La carità. Il mercato è più misericordioso di dio.

Invece qui non ci sono omaggi né offerte speciali: lo statuto poco conveniente di merce relega questi lavori nelle cose che producono assurdità, ma tra le assurdità più inconfutabili c'è l'epifania che poi tali carte si trovano in una galleria, sono merce e sono in vendita, hanno un prezzo, che glorifica chi l'acquista. Compriamo delle parole e delle cose senza alcuna carità e nessun comfort.

Per fortuna non c'è nulla al di fuori della merce: parole, pubblicità, cose, e l'opera d'arte stessa, in queste sale, che è in vendita, e che si spera sarà venduta e che riesca a dilapidare per bene il nostro poco denaro: ed è qui il riscatto: chi compera, o meglio: chi spende, è sempre innocente. Il fatto che l'opera d'arte sia in vendita la rende, coerentemente con il suo statuto e con quello che si è detto, la più sospetta delle merci; senza l'alleanza dell'utile, della servizievolezza del denaro e l'ottusità dell'investimento, chi l'acquista non deve fare affari, ma produrre una voragine nei suoi conti, una via di precipizio per sfuggire alla ragionevolezza economica, via di fuga disagiata per sottrarsi al guadagno pur giocando e scherzando con soldi e mercato. Le opere d'arte che si acquistano devono delegittimare i nostri titoli e onori economici, mostrare una crepa nel sistema di ammortizzamento finanziario, farci risultare splendidamente avventati, ingenui e peggio che fanciulli. In questo il grande mercato dell'arte è, con tutti i santi crismi, una nave dei saggi che fa acqua da tutte le parti e dove l'orizzonte di felicità è una deriva.

Non anti-merce, ma super-merce, che denunciando l'inganno delle merci in realtà ne svela con la propria incarnazione un valore per la perdizione, ma dalla riva opposta, dall'altra parte, nelle terre della fine di tutte le prudenze, come bambini incontentabili con giocattoli il cui prezzo non si giustifica e che anzi, si spera, provocheranno la rovina della casa.