

ARTISTA E SOCIETÀ

di Marcello Colitti

Lo spazio del pittore moderno

Manzini è un pittore che rifiuta il ruolo tradizionale di «testimone esterno» della società in cui vive. Egli opera direttamente nelle strutture produttive, e ne ottiene una profondità tematica ed un apprezzamento della vita dell'uomo moderno che si incontrano raramente nella pittura moderna. Naturalmente, il doppio ruolo porta con sé anzitutto il rischio della «nevrosi da fretta», una sindrome che raramente s'incontra negli artisti «testimoni», e poi quello dell'impegno non totalitario nella pittura. Rischi che Manzini affronta consapevolmente, con l'idea di dover dire qualcosa di nuovo anche da questo punto di vista: di dover dare una testimonianza sul rapporto fra artista e società.

Come fa l'artista a vivere i problemi del mondo di tutti se vive in un suo mondo particolare? Se non prende l'autobus alla mattina con gli altri, se non vive gli impegni del lavoro e della produzione? Come è possibile vivere la nevrosi dell'uomo moderno se non si sperimenta in modo non occasionale la sua frustrazione negli ingranaggi disperanti del lavoro moderno? Di converso, come può l'artista apprezzare certi orizzonti, certi valori culturali, certe aperture del mondo moderno senza vivere il lavoro delle grandi strutture produttive moderne? Non si vuole certo dire qui che le grandi imprese producano una cultura insostituibile; che il loro apporto ai contenuti verbali e visivi della civiltà moderna sia tanto importante da costituire un dovere per l'artista. Ma è certo che tali contenuti esistono, e che le grandi imprese hanno problemi di comunicazione: non provinciali, che finiscono per agire direttamente sull'artista che respira la loro aria.

Si cercherebbe invano nella pittura aspra e dura del Manzini il meretricio formale e la belluria della pubblicità di prodotto e d'immagine; che anzi, Manzini è uno tra i pittori che più ne sono immuni. Ma Manzini è acutamente conscio della mercificazione degli oggetti e delle persone; sa che il messaggio più appagante può essere usato per fini dichiaratamente commerciali; sa che tali fini riguardano molto spesso cose che siamo abituati a considerare parte integrante della nostra vita, e non abbandoni consumistici.

Potremmo dire che Manzini, per quello che è, non potrebbe condannare certi aspetti della società di oggi senza viverli intensamente in prima persona: senza essersi confrontato con loro non in modo episodico e per interposta persona.

La condanna, il superamento dialettico nascono proprio anche dall'aver

11

percorso a fondo quei contenuti che si rifiuteranno poi, quando se ne sarà constatata la mercificazione e l'ambiguità. Solo vivendo modernamente la vita della produzione è possibile rappresentare realmente, senza veli e infingimenti, senza abbellimenti, in tutta la sua brutalità e ambiguità, la mercificazione finale dell'uomo e della donna nel sistema capitalista. Si tratta di una conoscenza che si paga anche in termini di pittura, poiché essa impedisce di ripercorrere certe aree, di rifugiarsi in alibi o in posizioni di comodo; essa impone in realtà tutta quella sincerità e quella durezza di fondo che la pittura del Manzini non solo non nasconde, ma, anzi, pone in primo piano come dato stilistico e culturale fondamentale.

Qual è lo spazio del pittore moderno? Può essere quello antropomorfo e

umanocentrico del Rinascimento? Sia pure nelle sue versioni eroiche del barocco e del '700? Può essere quello del quadro da cavalletto della pittura borghese, l'interno del salotto con la signora che riceve le amiche, sia pure nella versione esplosa e luminescente degli impressionisti? E può il pittore moderno negare il problema, rappresentando nel modo dei cubisti un mondo senza spazio, o meglio nel quale lo spazio subisce una specie di operazione chirurgica di scomposizione, quasi un'autopsia, un aprire un corpo per vedere com'è fatto dentro? Come sta nello spazio l'uomo moderno? E qual è il suo spazio d'elezione? Le aree neoclassiche dei colonnati cinquecenteschi, entro le quali gli uomini assumono aspetti giganteschi, da dominatori, fino ad attirare su di sé tutte le immaginarie linee della costruzione prospettica? L'uomo moderno domina il suo spazio? O ne è dominato? Il pittore che vive nella città moderna sa bene alcune cose fondamentali, anche se può qualche volta trovare difficile rappresentarle sulla tela. Anzitutto, sa che lo spazio è un fenomeno economico, che costa un tanto al metro; e chi giganteggia nello spazio della città moderna non è certo l'uomo creatore ed eroico del Rinascimento, ma il principio della speculazione edilizia. Lo spazio deve rendere, è una merce come un'altra. L'uomo ne dispone sulla base del proprio reddito, come di qualunque altro bene: e non sarà l'armonia del suo corpo o la grandezza dei suoi atti a dominare lo spazio, ma semmai la dimensione del suo conto in banca.

Questa verità elementare è estremamente visibile proprio in certe città che per le loro vicissitudini hanno in parte perduto le loro zone centrali d'antica architettura, e sono state costruite con il criterio razionale e funzionale del prodotto come si costruisce una fabbrica. Il che non toglie affatto che la fabbrica possa essere bella, e che spesso lo sia anche la città così costruita.

In secondo luogo, il pittore sa che l'uomo moderno tenta di spezzare l'equazione reddito-spazio con la mobilità; attraverso il trucco di essere oggi qui e domani là, in un susseguirsi di spazi anche molto distanti e diversi fra di loro che rapidamente si sovrappongono e si frammentano l'uno entro l'altro. In realtà, l'uomo moderno è rappresentabile solo in movimento. Il suo rapporto con lo spazio dei suoi bisnonni è stato sostituito dalle gradevolezze dell'accelerazione; al piacere di sapere dove si è, il che implica un certo grado di certezza dei rapporti umani e sociali, si è sostituito il piacere del tutto fisico e solitario dell'accelerazione, che certo riduce il peso della materia, ma solo a patto di

12

un'estraneazione totale e della totale scomparsa di ogni ubi consistam.

Nusquam est, qui ubique est, diceva Seneca: chi è in ogni luogo finisce per essere in nessuno. Così, l'uomo moderno non potendo più vivere al livello richiesto dallo spazio eroico rinascimentale ha risolto il problema stemperando lo spazio nel movimento e perdendo per strada l'intero se stesso. Tanto che il pittore moderno può lavorare seriamente su di uno spazio che non è il suo; può capire profondamente, fino a rappresentarlo con incredibile sicurezza, uno spazio che richiama visibilmente un altro paese, diverso da quello in cui il pittore vive ed ha vissuto. Così, egli può assumere uno spazio ad archetipo per meglio rappresentare il suo dramma. Trucco al quale ricorrevano anche i pittori rinascimentali, i quali si rifacevano però ad un archetipo dominante, quello classico o classicheggiante che si presumeva essere esistito nel passato e nel quale il presente si poteva rispecchiare. Così, quei pittori avevano un archetipo transtemporale; mentre il pittore moderno ne ha uno transgeografico che egli assume ad archetipo dell'oggi, un oggi che ha caratteristiche

di un singolo paese, ma i suoi caratteri di base sono una vera e propria «Frankfurt della mente» una categoria del vivere così come lo era la Coney Island di Ferlinghetti.

Fini che lo spazio antropocentrico dei cartoni di Raffaello diventa una specie di caleidoscopio nel quale si sovrappongono i materiali più diversi, e con i colori più vari.

Dentro uno spazio ve n'è un altro, e un uomo può camminare in una piazza portandone con sé un'altra, sia come realtà psicologica, sia come vera e propria motivazione del muoversi e dell'agire. A questo modo, lo spazio perde la sua identità. Diviene un fenomeno multiplo e si frammenta, come tutta la vita dell'uomo moderno.

L'uomo frammentato, distratto, incapace di rioperare una qualsiasi «redentio ad unum» non potrebbe certo muoversi in uno spazio armonioso e organico, in un ambiente che ne sottolinei i grandi gesti e le capacità di creazione eroica. La frammentazione dello spazio o meglio, la concentricità di tanti spazi diversi porta con sé anche l'indifferenza delle caratteristiche recepibili dai sensi.

Una piazza può essere un aeroporto, una stazione un albergo, un salone immenso una piccola tana. Un supermercato, ci dice Manzini, può essere un casino, e viceversa; un casino nel quale gli spazi lucidi e percorsi dalle minacciose frasi pubblicitarie vivono fianco a fianco con i ben più incerti e meno scintillanti reperti visivi di altre ere.

Del resto, il bombardamento dei messaggi – pubblicitari e no – a cui lo spazio circostante sottopone l'uomo moderno tende a confondere l'identità precisa di ogni luogo: dai muri delle città o delle officine occhieggiano gli stessi manifesti, e gli stessi simboli ci dicono se si può – o si deve – voltare a sinistra. In questo spazio frammentato e simultaneo, l'uomo e la donna hanno solo due possibilità. Possono divenire lucide bambole venditrici-vendute, commesseoggetto, a testimone della totale mercificazione dello spazio o di tutta la vita; oppure possono rinchiudersi nella loro terragna fisica identità, divenire, per reazione, sempre più duri e violenti, sempre più estranei non solo allo spazio

13

nel quale si trovano, ma anche ai propri fini ed a sé medesimi. Ambedue hanno la stessa conclusione di estraneazione e del non essere in nessun luogo che mai come nei quadri di Manzini assume a dignità di fenomeno fondamentale della vita moderna.

Così, lo spazio moderno non è soltanto un incerto e sempre mutevole caleidoscopio; esso è anche uno strumento di mercificazione e di inselvaticimento; cioè di estraneazione. Né la civiltà basata sul progetto può dare di meglio, nonostante i suoi grandi meriti materiali; il vaso di Pandora conteneva tanti oggetti – e tra questi dei bellissimi fiori freschi dai colori di plastica – belli ed utili; ma il costo di averlo aperto lo stiamo ancora pagando, e può essere che non finiremo mai.

Un'azienda moderna, anzi rinascimentale

Manzini stava in azienda come i pittori del Rinascimento stavano a Corte. La Corte non era solo un committente, era il luogo dove si prendevano le decisioni, dove arrivavano gli ambasciatori, e con loro gli ultimi libri e le nuove idee; al suo centro era qualcuno che aveva bisogno di proiettare la sua immagine di principe nobile e saggio, e utilizzava lo sfarzo e i pubblici

giochi (e chi li disegnava e costruiva?) per impressionare e divertire i cittadini. A Corte stava il pittore, a dipingere il ritratto della Principessa da usare in una complicata trattativa per un matrimonio dinastico, a disegnare le tombe dei principi defunti a maggior gloria di quelli viventi, a realizzare nei saloni del potere il grande ciclo di affreschi a gloria della famiglia regnante, a disegnare e costruire i carri allegorici delle grandi feste di Stato. Così Manzini: egli “faceva”, cioè ideava, disegnava e realizzava gli stands alle Fiere e Mostre nazionali e internazionali a cui il Gruppo ENI partecipava - più di cento all’anno, in tutto il mondo; e vi proponeva l’immagine del Gruppo ENI, delle sue tecnologie, e della sua risorsa più preziosa, gli uomini che vi lavoravano. Il bozzetto fortunatamente sopravvissuto della Fiera di Milano del 1970 ricorda come la facciata dello stand - 300 mq., un palazzo di tre piani - presentasse proprio loro, i lavoratori del Gruppo, con una posa frontale che ricorda le “caporalate” fiamminghe, quei ritratti delle compagnie di ventura tra cui eccelle l’impareggiabile “Ronda di Notte”. Non ci sono trine, in quel bozzetto, né colpi di luce sulle else delle spade o i ferri delle lance: ma vi sono, almeno accennate, le macchine del lavoro quotidiano, e, descritti con grande precisione, gli abiti della fabbrica, del mare, dell’ufficio, delle cabine di pilotaggio. Ne è rimasto solo il bozzetto, gelosamente custodito da un amico, che dà appena un’idea di ciò che si vedeva; ed una leggenda, una delle tante fiorite intorno alla persona di Manzini, alcune vere, altre no. La leggenda racconta come il giorno prima dell’inaugurazione l’enorme “murale” riprodotto dall’impresa che costruiva lo stand risultasse tutto sbagliato, e i lavoratori, visti da sotto in su, dei nanetti poco attraenti; e di come, in mezzo al panico e alla fuga generale, Manzini salisse su un

“trabattello” (così lo chiama lui, la fonte primaria, e di grande effetto, della leggenda) e lavorasse ventiquattr’ore con pennelli grossi come le sue braccia, ad allungare di almeno un metro le gambe di tutti. Una leggenda, per una volta almeno, confortata da testimonianze ineccepibili, che ha aspetti tipici: la generosità ed abilità dell’artista, il tempo strettissimo, il terrore della visita imminente del capo, sembra la storia del Canova giovinetto che improvvisa il “Leone di Venezia” di burro per rimediare allo sfracellarsi a terra della grande torta di chiusura del pranzo sfarzoso del principe e dei suoi illustri ospiti.

Con quel lavoro, Manzini non intendeva glorificare l’azienda, concetto giuridico che diventa reale solo se si umanizza, ma i suoi uomini, l’impegno fecondo del loro lavoro, la loro umiltà, ma anche il loro orgoglio, la loro forza. E questo suo lavoro portava, fatalmente, a presentare se stesso - lui così schivo - e ad inserirsi di prepotenza in quel tessuto di racconti, di ricordi, di memoria storica dei problemi e delle loro soluzioni che costituiscono il patrimonio fondamentale ma intangibile dell’impresa moderna, che senza questa “cultura” - che altro non è che la propria storia rivisitata per far luce sul presente - non potrebbe mai diventare un valore, né umano né economico.

(Dal catalogo “Il Quinto Cantone” Orvieto 1998)