

QUANDO L'ARTE RIQUALIFICA CON SUC-CESSO

Tutto troppo normale? Eh no. Non manca la ciliegina preziosa, quella che tutto legittima e tutto trasforma in bellezza, meraviglia, impegno culturale. L'arte: dovunque la metti, fa il lavoro suo. Ci voleva un'opera, piazzata su una parete a caso, per restituire a un banale cesso comunale il surplus di senso che mancava. Non un cesso qualsiasi, certamente. Parliamo di quello che serve il Colosseo, dove – grazie a una collaborazione con l'assessore alla Cultura e Vicesindaco **Luca Bergamo** – viene lanciato un progetto di riqualificazione. Ed ecco Pinuccia Montanari intenta a svelare l'opera dello scrittore, performer e poeta visivo **Paolo Albani**. Opera esposta “*gratuitamente*” – quando mai per esporre si paga?! –, definita, con entusiasmo naïf, un “*originalissimo quadro d'arte contemporanea*”. Davvero. Per non parlare di quell'acrobazia mentale per la quale un cesso, con un piccolo lavoro di Albani (con tutto il rispetto per l'artista e per la location), diventerebbe nientemeno che una “galleria d'arte diffusa”.

Ma il punto non è nemmeno cotanta ingenuità. Il punto è: chi ha scelto l'opera e perché? Di che progetto si tratta? Perché proprio Albani? Esiste un bando oppure l'invito di un curatore? Esiste un comitato scientifico? Esistono un senso, un metodo, un'intuizione? Cosa ci aspetta per le nuove promesse installazioni in altri bagni, magari anche nelle metro? Davvero, con la meraviglia di Napoli a un'ora di treno, si vuole procedere a “decorare” le derelitte stazioni della metropolitana di Roma con questo approccio?

UNA STORIA DI SUCCESSO

Sarà anche solo un bagno, d'accordo; ma sempre di spazio pubblico si tratta. E sempre di un'opera d'arte, presentata come il solito cammeo che esalta, risolve, legittima, illumina, giustifica. Dalla classica periferia degradata, in cui simulare un percorso di riscatto a suoni di murales qualunque, al bagno pubblico tramutato in occasione di marketing politico, l'arte arriva sempre a fare quel che non dovrebbe, quel che non meriterebbe: decorare, nel senso meno interessante del termine.

E alla fine pare che lo stesso Albani – ironico artista “patafisico” – si sia un po' messo a scherzare, giocando con la situazione. Il quadro simil-concettuale appeso all'interno altro non è che una scritta bianca su fondo nero, con un eloquente dettaglio: la prima C è stata sovrascritta, in sostituzione di una L ribelle, scivolata via. Didascalico, pittoresco, di cattivo gusto? Del resto, in un posto così, non si può che stare “SUL CESSO”. Ed è, per l'amministrazione capitolina, per la giunta Raggi, per gli assessori Montanari e Bergamo, un nuovo, straordinario, “SUCCESSO”. Non sarà Cattelan, non sarà il water d'oro del Guggenheim di New York, ma la burla c'è e ci sta tutta.

Roma e l'arte pubblica? Nell'attesa di nomi internazionali, di grandi progetti, di strategie e budget degni di nota, ci si accontenta: dopo l'imponente **Melagrana bronzea** che impallava il Colosseo, pagata da Bocelli, arriva il calembour del gabinetto. Improvvisazione a costo zero, salvo per chi deve far pipì.

– *Helga Marsala*