

Luca Nannipieri, Vittorio Sgarbi, Il David di Michelangelo con fucile

Oggi sul **Giornale** il saggista **Luca Nannipieri** e il critico **Vittorio Sgarbi** riflettono, da diverse posizioni, sul **David di Michelangelo** che impugna un fucile, fotomontaggio di una riuscita campagna pubblicitaria di armamenti.

Ecco qui sotto un ampio stralcio dal pezzo di Nannipieri, mentre in allegato i pezzi di Sgarbi e Nannipieri:

Esigere che una pubblicità o un'opera sia consona e rispettosa verso i totem dell'arte che sfrutta o sbeffeggia è quanto di più sciocco possa esserci. Basta guardare la storia dell'ultimo secolo e si capisce benissimo. E'consona e rispettosa la Gioconda con i baffi di Marcel Duchamp? E la Gioconda di Botero, che è obesa, rispetta "la dignità culturale" dell'opera di Leonardo? E Salvador Dalì che realizzò la Venere di Milo traforandola di cassetti è consona alla scultura originaria? Sul Giudizio Universale della Cappella Sistina si sono sbizzarriti decine di generazioni di pubblicitari, ritrattisti e vignettisti; sulla Creazione di Adamo, sempre di Michelangelo, si sono viste le sperimentazioni più inaudite e urticanti; la Notte stellata di Van Gogh, ospitata al Museum of Modern Art di New York, è servita ad uno spot della televisione pubblica tra una reclame di detersivi e una di colla per dentiere; il celebre quadro giovanile di Pablo Picasso, "Scienza e carità", che mostra un morente sul letto è stato parodiato molte volte, nell'ultima delle quali il moribondo aveva la faccia di Berlusconi e sopra il capezzale capeggiava il ritratto di Bettino Craxi. Avete per caso sentito il Museo Picasso di Barcellona chiedere danni per l'insulto? E il Vaticano si è per caso risentito quando i Simpson hanno trasformato la Pietà di Michelangelo nella Pietà di Homer e Marge?

Utilizzare, dissacrare, irridere o sfruttare oculatamente un'opera feticcio della storia dell'arte significa nient'altro che innalzare la sua forza simbolica; tanto più il David di Michelangelo viene riprodotto in statuine kitsch, in cartoline, in campagne pubblicitarie shock, e i suoi preziosi genitali stampati allo sfinimento su magliette e mutande, quanto più quell'opera smette di essere puro patrimonio storico-artistico e diventa un'immagine icona che sopravanza i poteri stessi delle autorità competenti alla sua tutela.

Le opere feticcio devono essere garantite nella loro integrità fisica, e per questo servono tutori e soprintendenti. Ma sulla loro valenza simbolica e sulla loro immagine non ci può essere nessun funzionario di Stato, nessun intellettuale o assessore del Comune che ci educi e ci dica cosa è consono e rispettoso.

Cristina Teodora

Organizzazione Centro studi umanistici dell'abbazia di San Savino

www.lucanannipieri.com

www.centrostudisansavino.it

organizzazione@centrostudisansavino.it

info@centrostudisansavino.it