

Il dono dell'arte e l'arte del dono
Marco Bastianelli

Kalós kái agathós erano per i Greci i caratteri della bellezza; la *kalokagathia* fondeva insieme il *bello* e il *buono*, legando strettamente l'estetica e l'etica. L'ideale della perfezione formale coincideva con la bellezza interiore e quest'ultima si rifletteva all'esterno nelle proporzioni e nella grazia del corpo.

Questa idea di bellezza è stata messa in crisi da gran parte delle forme culturali del Novecento, nonché dalla sua tremenda storia: la bellezza esteriore può essere menzogna e, come aveva preannunciato il filosofo tedesco Friedrich Nietzsche, può nascondere l'errore e l'orrore. La vera bellezza è quella profonda, quella che osa guardare dentro il baratro della vita, scrutando nelle sue imperfezioni. Come tale, però, essa è anche la più pericolosa; perché occorre avere coraggio per sopportarla, squarciando le apparenze armoniche e portando alla luce quel caos da cui soltanto può nascere una stella danzante.

L'arte del Novecento, secondo i canoni della *kalokagathia*, può sembrare per lo più non bella. Ma sarebbe un errore o un'ingenuità considerarla veramente tale, perché essa ci ha insegnato a guardare nell'abisso di noi stessi e della vita. Ha forse per questo perduto la sua bontà? Se così fosse, allora l'arte di oggi dovrebbe recuperare con la beneficenza un ruolo che non riesce più a svolgere da sé, una bellezza che non riesce più a comunicare in quanto opera. L'arte prodotta in serie perché asservita al mercato dell'utile, i quadri venduti come merce, le tele imbrattate da firme "famosi" appese nei salotti bene... come si può recuperare una bellezza buona, che non sia solo decorazione, esibizione o investimento? Facendo forse beneficenza, placandosi la coscienza donando qualcosa che, perfettamente inutile, abbiamo pagato l'equivalente di vite umane in altri paesi "meno fortunati"? No, questa è solo retorica, la retorica del dono egoistico e della coscienza pulita, segno di una ricchezza decadente, che suscita la giusta allergia verso ciò che appare come vuoto moralismo. La beneficenza, del resto, ha senso solo riconoscendo un ruolo al mercato, allo scambio non gratuito.

Da dove deriva allora la bontà dell'opera, che non è più diretta espressione di un ideale estetico? Viene forse dall'artista? O viene dall'opera stessa? Oso dire che arriva dal divino. Ma non il dio di questa o quella religione. È ispirazione, sguardo profondo sulla vita. È una grazia e, dunque, l'arte è bella perché è un dono. Prima di tutto all'artista, che ne è senz'altro l'artefice, ma solo materialmente, poiché in realtà egli è l'oggetto dell'opera, il primo a venirne trasformato. Poi è dono alla materia, poiché per mano dell'artista essa è elevata a messaggio; infine, è dono allo spettatore e alla comunità, affinché ne subiscano il fascino e, attraverso l'operazione estetica, ne siano, a loro volta, trasformati. Il cerchio si chiude, o almeno dovrebbe.

Il valore mercantile dell'opera d'arte può forse trovarsi in ciò: affinché il cerchio si chiuda è necessario che l'opera passi dall'artefice allo spettatore e alla comunità; l'opera, intesa come risultato materiale dell'operazione estetica, deve essere alienata. Essa va ad altri, *si dà*. Ma perché diventa merce? Etimologicamente (e semplicemente) perché *merita*. E la grande arte torna, infine, nei musei, alle muse divine da cui era giunta, sottraendosi allo scambio e diventando memoria sociale.

Per comprenderlo sarebbe forse necessario pensare che ogni sistema economico è un sistema sociale, in quanto si basa sullo scambio, sulla logica del dare e dell'avere, sul riequilibrio tra scarsità ed eccesso. L'interesse individuale e il capitale, perciò, sono solo la superficie di un mondo che è anche interiore, in quanto presiede alla costruzione di legami, di collettività e di persone morali.

Se si allarga lo sguardo, in altri termini, si scopre che la logica del mercato ha un suo *ethos* che, in un certo senso, non è troppo distante da quello del dono, nella misura in cui anche questo è un dare che, in generale, comporta un ricevere e un nuovo dare o ricambiare. Ciò è stato messo in luce da Marcel Mauss nel *Saggio sul dono* (1924), un'opera che ha influenzato a lungo e

profondamente la lettura di questi fenomeni. A suo avviso, il dono implica tre obblighi: il fare regali, il ricevere regali e il ricambiare i regali ricevuti.

Tale obbligatorietà è certamente l'aspetto più problematico delle cerimonie del dono, anche ai nostri giorni. Mauss ritiene tuttavia che l'obbligatorietà del dare e, in genere, tutta la mescolanza di diritti e doveri connessi alle cerimonie del dono, cessano di apparire contraddittori «se si pensa che esiste, prima di tutto, una mescolanza di legami spirituali tra le cose, che appartengono in qualche misura all'anima, e gli individui e i gruppi, che si trattano entro certi limiti come oggetti»¹. Perciò, conclude, «tutto va e viene, come se ci fosse scambio costante di una sostanza spirituale comprendente cose e uomini»². In tal modo, «le anime si confondono con le cose; le cose si confondono con le anime. Le vite si mescolano tra loro ed ecco come le persone e le cose, confuse insieme, escono ciascuna dalla propria sfera e si confondono: il che non è altro che il contratto e lo scambio»³.

L'analisi di Mauss è notevole, perché non si limita a osservare che il dono contrattuale è una forma di economia pre-economica, ma lo riconduce a uno scopo che, prima di tutto, è morale e che consiste nello stabilire legami tra le persone e tra le comunità, attraverso il simbolo delle cose. Il legame instaurato dal dono è più importante del bene scambiato e perfino l'egoismo ha senso sullo sfondo di tale legame. L'economia del dono contrattuale, come tale, è caratteristica di quelle società che hanno superato la fase di pura sussistenza, ma che ancora non hanno sviluppato un'economia del denaro e una nozione di prezzo calcolato in moneta. Con l'introduzione del denaro, le nostre civiltà hanno operato una netta distinzione tra «l'obbligazione e la prestazione non gratuita, da una parte, e il dono, dall'altra»⁴.

Mi sembra una distinzione imprescindibile per provare a comprendere il legame tra arte e mercato nelle società contemporanee. Pensare a un'arte che sia solo dono, ossia che chiuda il cerchio opera-artista-spettatore attraverso un atto sempre gratuito, sembrerebbe una rivoluzione; tuttavia, sarebbe in realtà un ritorno a sistemi economici arcaici e, dunque, una sorta di restaurazione. Eppure, non necessariamente le due concezioni si escludono, costringendoci a rinunciare a un'arte bella e buona e a un mercato eticamente e socialmente giusto.

Non è strano allora che Mauss stesso abbia colto come, ai nostri giorni, si sia avvertita la necessità di reagire contro concezioni troppo astratte del diritto e, soprattutto, contro un'economia disumanizzante, in cui le cose hanno perduto la loro anima trasformata in mero denaro. È una reazione, un "tornare indietro" che ha riguardato anche l'arte. Le leggi sul diritto di seguito ne sono un esempio, essendo state ispirate dallo «scandalo del plusvalore delle pitture, delle sculture e degli oggetti d'arte, mentre sono ancora in vita gli artisti e i loro eredi immediati»⁵.

Di certo, se si riduce l'arte all'opera-oggetto valutata nel mercato, allora si rischia di perdere la dimensione morale che era connessa al dono, nella misura in cui esso riconosce un'anima alle cose. La soluzione può essere forse intravista nell'autentica esplosione del mercato dell'arte (contemporanea e non) o, secondo un punto di vista più critico e oggettivo, *nonostante* tale esplosione: il valore cresce in virtù della non-riducibilità dell'opera all'oggetto, perché l'opera ha un'anima che ci si può solo illudere di comprare. Ciò che conta è l'operazione, lo scambio di anime che avviene nella relazione operante.

In altri termini, si compra l'oggetto d'arte, il residuo dell'opera, il relitto del naufragio (ormai compiuto) di un viaggiatore (l'artista) entro dimensioni alte (lo spirito). Comprandolo, però, lo si annulla come relitto e lo si trasforma in qualcosa d'altro: Mauss, del resto, definiva l'opera d'arte come «un oggetto riconosciuto come tale da un gruppo»⁶, asserto che probabilmente ha segnato anche le vicende dell'arte dopo Duchamp. Comprando opere è come se comprassimo dei

1 M. Mauss, *Saggio sul dono*, tr. it. di F. Zannino, Einaudi, Torino 2000, pp. 174-175.

2 Ivi, p. 175.

3 Ivi, p. 184.

4 Ivi, p. 241.

5 Ivi, p. 271.

6 M. Mauss, *Manuale di etnografia*, tr. it., Jaca Book, Milano 1969, p. 81.

residui, le tracce lasciate dall'operazione della grazia sull'artista, i segni di un originario dono che si colloca in una dimensione sacra, non mercanteggiabile.

L'opera d'arte, intesa nel suo senso più profondo e "puro" di operazione, è dunque fuori dalla logica del mercato; merce e dono restano due piani paralleli, che si incontrano solo nell'infinito di una comunicazione tra anime⁷. L'opera si colloca in una prospettiva del dono verticale e solo come traccia può pretendere di avere un valore nello scambio del mercato orizzontale. Ecco il paradosso⁸, ma forse insieme anche la soluzione. La dimensione verticale del dono è quella della sua gratuità, spontaneità e generatività, che, sulla base di quanto abbiamo detto finora, si interseca con quella orizzontale dello scambio economico, il cui paradigma è la giustizia, poiché sono entrambe inevitabilmente connesse con la reciprocità⁹.

Qui c'è spazio per ritrovare la dimensione etica del dono, che informa di sé il mercato secondo il metro della giustizia. Nel caso dell'arte, infatti, la spontaneità generativa e libera è innanzitutto quella creatrice dell'artista, il quale, in contatto con la dimensione alta e gratuita dello spirito, ne lascia traccia nella materia (in senso lato), che è trasformata ed elevata a messaggio. Se tale operazione riesce, allora la traccia materiale può inserirsi eticamente nella dimensione orizzontale in cui, oggi, lo scambio mercantile ha sostituito il dono contrattuale. E solo così il dono è veramente tale, poiché è *sacralizzato*, sottratto alla dimensione dello scambio, protetto nel recinto del gratuito.

Dal punto di vista strettamente pratico, le analisi di Mauss si trasformano in suggerimenti che hanno ispirato anche recentemente movimenti di rinnovamento sociale e politico. Qui ci interessa però cogliere l'aspetto rivoluzionario di questo «tornare a qualcosa di arcaico»¹⁰. Nel nostro caso, ciò significa tornare «a una pratica di "spesa nobile"»¹¹, per la quale i ricchi possano nuovamente «considerarsi come una specie di tesoriери dei propri concittadini». Nelle transazioni pubbliche, inoltre, si dovrà aver cura «dell'individuo, della sua vita, della sua salute, della sua educazione [...], della sua famiglia e dell'avvenire di quest'ultima. Occorre più buona fede, più sensibilità, più generosità [...] e bisognerà trovare il mezzo per limitare i frutti della speculazione e dell'usura»¹².

In questo modo si sarà compiuto un ritorno «al fondamento costante del diritto, al principio stesso della vita sociale normale». Il cittadino non è troppo generoso né troppo soggettivo e egoista, ma avrà «un senso acuto di se stesso e, a un tempo, degli altri, della realtà sociale». Si tratta, per Mauss, di una morale «eterna», comune a tutte le società, antiche, presenti e future. Si va alla sostanza, non solo di termini giuridici, «ma di uomini e di gruppi di uomini, perché sono gli uomini, è la società, sono sentimenti di uomini pensanti in carne e ossa che agiscono in ogni tempo e hanno agito dappertutto»¹³.

Mauss conclude con un precetto che, a mio avviso, esprime il senso stesso del dono verticale che intreccia lo scambio orizzontale: «Uscire da se stessi, dare, liberamente e per obbligo; non c'è rischio di sbagliare»¹⁴.

È evidente che le considerazioni che ho cercato di proporre si sono sviluppate seguendo l'invito di un pensiero anti utilitaristico, che rifiuta l'astratto dell'orizzontale per recuperare la

7 Ricoeur afferma che, «in regime di gratitudine, i valori dei presenti scambiati sono incommensurabili in termini di costi commerciali» e la gratitudine «è il marchio del senza prezzo sullo scambio di doni» (P. Ricoeur, *Percorsi del riconoscimento*, Raffaello Cortina, Milano 2005, p. 272).

8 È stato osservato che «il "dono scambiato" racchiude evidentemente un "paradosso" e l'espressione stessa "scambio di dono" costituisce una contraddizione in termini. Infatti, o s'insiste sul "dono", cioè proprio sul carattere "gratuito" del regalo, perdendo di vista lo scambio, o si pone l'accento su quest'ultimo, e la gratuità del dono non può più apparire altro che un'illusione, se non addirittura un inganno» (L. Boltanski, *Stati di pace. Una sociologia dell'amore*, tr. it., Vita & Pensiero, Milano 2005, p. 124).

9 Su tale distinzione cfr. P. Ricoeur, *Amore e giustizia*, tr. it., Morcelliana, Brescia 2000.

10 M. Mauss, *Saggio sul dono*, cit., p. 274.

11 Ivi, p. 273.

12 Ivi, p. 274.

13 Ivi, p. 275.

14 Ivi, p. 276.

dimensione verticale del *sensu*. Le persone e le comunità, che si incontrano (e si scontrano) nella dimensione orizzontale dello scambio (anche per denaro), si possono incontrare davvero solo se tale dimensione è intrecciata con e animata da quella verticale. È un'etica sociale nuova e antica insieme, che informa di sé il diritto, i rapporti e la costruzione del mondo globale, una nozione che non è semplicemente riducibile a un'economia non economica (cioè priva di scambi e, dunque, anche di doni), ma non è ormai nemmeno più realizzabile nel mero circuito della produzione e dello scambio interessati all'utile.

È in quest'ottica che l'arte, dono verticale di senso, può essere oggetto anche di un dono orizzontale, che il diritto lecitamente pone fuori dal mercato in senso stretto. Il collezionista compra i relitti di un'esperienza altrà, li custodisce come tracce per i posteri, ne tramanda la memoria. Egli è *liberamente obbligato* ad alienare la propria fortuna per renderne partecipi gli altri; tale obbligo si manifesta con la passione che egli mette nell'acquisto, con la spinta profonda che lo porta a leggere se stesso nell'opera e, infine, perfino con il desiderio del plusvalore che ne potrebbe ricavare. Sono però astuzie: in realtà, è l'arte nella dimensione del dono verticale che, non lasciandosi ridurre allo scambio orizzontale, si traveste da passione, da storia, da valore economico e perfino da merce.

In questa intersezione, come dicevo, vedrei ancora uno spazio per l'etica, per l'arte buona. È chiaro che non siamo più davanti alla beneficenza intesa come espiazione della ricchezza, secondo una concezione moralistica. Siamo infatti più vicini al mecenatismo o, per dirla nei termini usati finora, al dono verticale. Se l'arte è un dono, allora donare può essere un'arte, nella misura in cui occorre di nuovo imparare a farlo nell'ottica del bene comune.

L'arte che recupera questo ruolo nella comunità umana opera in maniera molto simile a un rito, poiché costruisce legami. Infatti, è prima di tutto ricerca, a contatto con la profondità dell'essere; poi è trasformazione; infine è partecipazione e comunicazione. Una buona parte dell'arte moderna, così, opera un po' come l'arte delle società arcaiche o africana; il sistema dell'arte contemporanea, nel bene e nel male, è come un grande rito collettivo.

Ecco che sorge anche in noi la domanda: che cosa possiamo fare per ottemperare all'obbligo del dono cui ci richiama l'ideale della fioritura umana? E che cosa può fare l'arte? Il mondo globale ci sollecita alla responsabilità verso altri, che non è colpa nei confronti dei "meno fortunati", non è solo dono della fortuna ricevuta o abilmente costruita, ma è soprattutto impegno a ricostruire un bene comune, una comunità umana fiorente. La vera felicità non è nell'accumulare, ma nel condividere, nel «sedersi intorno alla ricchezza comune»¹⁵. E la nostra responsabilità verso le culture altre non è affatto il "fardello dell'uomo bianco" né un retorico moralismo; piuttosto, è ormai una sorta di necessità socio-economica, per non essere ingoiati dal nostro stesso sistema, trasmesso ad altri spesso nella sua forma peggiore.

15 M. Mauss, *Saggio sul dono*, cit., p. 291.