

La morte dell'arte e l'ascesa della merce design Una narrazione contemporanea

Andrea Mecacci

«La fine dell'arte non è la fine»
Ad Reinhardt (1963)

Esattamente trent'anni fa, nel 1979, Lyotard aveva offerto una suggestiva formula per descrivere la condizione della contemporaneità: «possiamo considerare “postmoderna” l'incredulità nei confronti delle metanarrazioni»¹. Se è ancora plausibile dubitare sulla reale efficacia della metanarrazioni, tuttavia non possiamo ignorare la suggestione che inevitabilmente esse esercitano. La loro fecondità è forse da rintracciare all'interno di una funzione simbolica, problematicamente orientativa nei confronti dei saperi attuali. Tra i grandi racconti della cultura occidentale uno continua a sviluppare la sua presa da ormai due secoli: la fine dell'arte o la morte dell'arte. Questo contributo si prefigge di tracciare un quadro della questione, un quadro che non cerca alcuna esaustività storico-filologica, ma che al contrario tenta di sviluppare alcune linee problematiche che hanno nell'estetizzazione diffusa della contemporaneità, intesa come riformulazione della morte dell'arte, il loro centro.

Ci si può inizialmente rifare al contributo di Eva Geulen del 2002 *Das Ende der Kunst*² dal quale possiamo ricavare una prima acuta indicazione: la domanda circa la morte dell'arte non verte sulla sua presunta fine, ma sull'esistenza di una sorta di sindrome compulsiva che spinge a dire che l'arte sia giunta a un suo termine. Una suggestione che Eva Geulen analizza in quattro figure paradigmatiche dell'estetica tedesca che ripercorrono la tesi hegeliana della morte dell'arte (Nietzsche, Benjamin, Adorno, Heidegger) per poi riscontrare una versione alternativa di tale narrazione (Hölderlin) Ecco allora che se-

¹ J-F. Lyotard, *La condition postmoderne*, Les Editions de Minuit, Paris 1979, trad. it. *La condizione postmoderna*, Feltrinelli, Milano 1994, p. 6.

² E. Geulen, *Das Ende der Kunst. Lesarten eines Gerücht nach Hegel*, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 2002.

condo l'autrice l'idea della fine dell'arte che sopravvive a Hegel diventa un *Gerücht*, un pettegolezzo speculativo, di fatto una narrazione. Ciò implica che la fine dell'arte non si risolve in una fine, ma in un nuovo inizio, ossia la scoperta che la fine dell'arte è uno dei discorsi con i quali la modernità si configura.

Storicamente si attribuisce l'idea della fine dell'arte a Hegel. E niente potrebbe far dubitare di una tale paternità certificata dalle lezioni di estetica che Hegel tenne a Berlino negli anni venti dell'Ottocento. Tuttavia è possibile rintracciare non solo speculativamente, ma anche letteralmente la sua genesi in una lettera di Hölderlin datata 20 giugno 1797 e inviata a Schiller. L'occasione è importante: alla lettera è acclusa una copia dell'*Hyperion* appena pubblicato, oltre che due poesie, *An den Aether* e *Der Wanderer*. Si tratta di un documento decisivo per comprendere il momento di crisi, a dire il vero uno dei tanti, che Hölderlin sta attraversando. Sebbene dalla seconda metà del gennaio 1797 Hegel l'abbia raggiunto a Francoforte, Hölderlin è sempre più dilaniato da problemi personali (la relazione con Susette Gontard, la madre del bambino di cui è precettore) e poetici: la necessità critica di riformulare completamente il rapporto con i Greci al fine di non ritrovarsi semplicemente come «un provinciale figlio delle Muse»³:

Proprio quest'ansia è la morte dell'arte, e pertanto capisco assai bene perché portare la natura a corretta espressione sia più difficile in un periodo in cui un uomo è già circondato da capolavori, che in un altro in cui l'artista si trova quasi da solo con il mondo vivente. Da tale mondo egli si distingue troppo poco, ha troppo fiducia in esso per doversi opporre alla sua autorità, o per consegnarglisi prigioniero.⁴

Se Hegel parlerà pochi anni dopo di «morte dell'arte» nel suo complesso, forse Hölderlin comprende che il problema piuttosto è la morte di una singola arte, la poesia: la poesia ancora è costitutiva al nostro esistere? La limitazione hölderliniana delle manifestazioni della *poiesis* a una sola possibilità espressiva, la poesia, non può che esibirsi storicamente e questa esibizione non è altro che il confronto con la greicità. Una simile dialettica comporta già in sé una prospettiva inevitabilmente discorsiva dell'arte (o di un'arte). È possibile, legittimo pensare, come sostiene Jauss⁵, che la cultura europea si definisca at-

³ Secondo la definizione del biografo di Hegel Horst Althaus (H. Althaus, *Hegel und die heroischen Jahre der Philosophie*, Hanser, München-Wien 1992, trad. it. *Vita di Hegel. Gli anni eroici della filosofia*, Laterza, Roma-Bari 1993, p. 95)

⁴ F. Hölderlin, *Briefe*, in *Sämtliche Werke*, a cura di F. Beissner, vol. 6, Kohlhammer, Stuttgart 1954, p. 241.

⁵ Cfr. H.R. Jauss, *Der literarische Prozess des Modernismus von Rousseau bis Adorno*, in L. v. Friedberg, J. Habermas, (a cura di), *Adorno-Konferenz 1983*, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1983, pp. 95-

traverso quella grande metafora narrativa che è la *querelle des anciens et des modernes*? Da Winckelmann fino a Hegel non si assiste forse a un'intera cultura che si scopre strutturalmente edipica o che si ristoricizza sistematicamente edipicamente? Non è forse questa quella nuova «ansia», come la definisce Hölderlin, che prende il nome di «morte dell'arte»? La coincidenza di istanza culturale e modello euristico che Winckelmann tratteggia nell'analisi del mondo greco, ossia l'esigenza programmatica di trovare una continuità nella differenza storica (la tradizione) e una differenza nella continuità storica (l'identità del moderno), è registrata da Hölderlin come un'impossibilità necessaria sempre da assumere dentro di sé. Con Hölderlin assistiamo a quel momento storico-speculativo per il quale la poesia, e quindi in senso lato l'arte, diventa eventualità. Nulla garantisce la sua esistenza: si danno epoche, mondi, culture, tempi storici nei quali l'arte è assente. A differenza di Hegel Hölderlin concepisce la *poiesis* entro un quadro che seppur storicizzato non è lineare. La metafora naturalistica winckelmanniana di genesi-sviluppo-decadenza dell'arte è scartata a favore di una visione nella quale, e qui viene meno la differenza con Hegel, è impossibile tematizzare speculativamente l'arte senza includervi l'idea della sua morte o, più sottilmente, l'idea di un mondo in cui l'arte sia una dimensione marginale o assente. Pertanto il grande disegno della *Geschichte der Kunst des Altertums*, in cui Winckelmann integra la tensione ideale dei *Gedanken über die Nachahmung* con una prospettiva storicizzante, dando vita a un'estetica complessiva dalla doppia direzionalità (la fondazione di un'estetica sistematica dell'antico che si basa su regole normative dell'estetico con una presentazione storica), si rivela quasi subito un modello anacronistico pur nella sua decisiva autorevolezza e influenza. Con Hölderlin si delinea l'idea della poesia come discorso a due vettori: il problema della memoria, il rapporto dialettico con i Greci, e la tensione dell'avvenire, la definizione del moderno e delle sue condizioni di possibilità e di impossibilità. Il tragico e l'utopia si rivelano manifestazioni se non della fine dell'arte almeno della sua crisi, declinata in una dissolvenza *ad libitum*.

Con Hölderlin quindi si può far iniziare quel percorso, concettuale e pratico, di crisi dell'arte che storicamente, e canonicamente, si addebita a Hegel. Non è casuale che l'estetizzazione della contemporaneità si affianchi a quell'elenco di metafore dall'accezione negativa che cercano di individuare le modalità in cui l'arte ha tentato di ridefinire il suo statuto mimetico: «s-definizione dell'arte» (Harold Rosenberg), «smaterializzazione dell'oggetto artistico» (Lucy Lippard), «estetica della sparizione» (Paul Virilio), «spari-

130, trad. it. *Il processo letterario del modernismo da Rousseau ad Adorno*, in *Estetica della ricezione*, Guida, Napoli 1988, pp. 51-85.

zione dell'arte» (Jean Baudrillard), «l'arte allo stato gassoso» (Yves Michaud), «destituzione filosofica dell'arte» (Arthur Danto). Il disagio interno alle arti, un disagio a tutto tondo che investe ogni loro dimensione (mimetica e tecnica, sociale e politica), è il raggiungimento di una nuova consapevolezza che con Hegel si affaccia implicitamente: l'arte abdica problematicamente al suo ruolo esclusivo di produrre l'estetico o più precisamente al suo ruolo di narrare la bellezza attraverso il proprio operare. Ma la prospettiva hegeliana, che bandisce il bello naturale, è ancora, anche se per poco, dentro l'idea che l'artistico sia l'unica dimensione capace di produrre il bello. L'estetica, come è noto, per Hegel non è altro che una filosofia dell'arte. Una frase di Adorno a proposito del problema del lavoro nella *Fenomenologia dello spirito* di Hegel («Nulla c'è al mondo che non appaia all'uomo unicamente per suo tramite»⁶) ben sintetizza la nuova condizione dell'età industriale. Nell'immensa proiezione antropomorfa della modernità industriale l'arte perde il suo epicentro: sempre più immagine tra immagini, sempre meno "bella" tra le "bellezze" possibili e percorribili. In un mondo plasmato esclusivamente dall'uomo l'arte smarrisce la sua funzione orientante, è l'eccesso tecnico della progettualità della bellezza che toglie all'arte la sua forza discorsiva e che fa proprio di questa erosione il suo contenuto, rendendo la tesi hegeliana non solo una direttiva speculativa, ma un fatto storico.

La riflessione estetica hegeliana ha come lascito l'intuizione che l'arte è sottratta alla sua narrazione principale, un'eredità che attraversa immediatamente almeno quattro autori: Heine, Baudelaire, Marx e, ambiguamente, Nietzsche. Sono tuttavia quattro prospettive radicalmente diverse fra loro. Heine infatti è coinvolto nella diagnosi di una drammatica transizione socio-politica che si riflette esteticamente nella fine di quello che egli chiama *Kunstperiode*, l'epilogo del classicismo weimariano: «La mia antica profezia sulla fine del periodo artistico che, iniziatosi alla culla di Goethe, terminerà di fronte alla sua bara, sembra essere vicina a compiersi. L'arte attuale non può non decadere, dal momento che il suo principio è ancora radicato nel defunto vecchio regime, nel sacro romano imperiale passato. Questa contraddizione, e non il moto del tempo in sé, è tanto nociva per l'arte»⁷.

⁶ T.W. Adorno, *Aspekte der Hegelschen Philosophie*, in *Drei Studien zu Hegel*, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1963, trad. it. *Aspetti della filosofia hegeliana*, in *Tre studi su Hegel*, il Mulino, Bologna 1976, p. 57.

⁷ H. Heine, *Französische Maler* (1834) in *Sämtliche Schriften*, a cura di K. Briegleb, vol. 3, Hanser, München 1975, trad. it. *Pittori francesi*, in *La scienza della libertà. Scritti politici*, a cura di F. Mende, Editori Riuniti, Roma 1972, pp. 74-75. Cfr. H.R. Jauss, *Das Ende der Kunstperiode – Aspekte der literarischen Revolution bei Heine, Hugo und Stendhal*, in *Literaturgeschichte als Provokation*,

Se Heine vede la fine dell'arte essenzialmente, di una certa arte, come elemento organico al rinnovamento politico che permeava le aspettative del *Vormärz*, ben altra è l'impostazione di Nietzsche. La morte dell'arte è un tema che trasversalmente ossessiona tutta la sua riflessione. Senza voler minimamente entrare nel merito specifico, basterà soltanto elencare alcune formule nietzscheane disseminate nelle sue opere: il tema del suicidio della tragedia, il tramonto dell'arte, l'arte malata (in riferimento a Wagner), il motivo della decadenza artistica, il cristianesimo come negazione dei valori estetici, il pessimismo romantico, il superamento subito dall'uomo artistico da parte di quello scientifico. È quella di Nietzsche, se si vuole assumere la prospettiva del *Nietzsche* di Heidegger, una compiuta ontologia della morte dell'arte che non solo lega ovviamente Nietzsche a Hegel, ma addirittura lo rimanda a Platone⁸. Appurata l'utopia frankensteiniana del *Gesamtkunstwerk* di Wagner, Nietzsche ricade nella sconfessione platonica dell'arte non soltanto nei contenuti, in qualche modo rovesciati, ma nella modalità formali. Nietzsche come Platone si ritrova a essere un artista che nega l'arte attraverso una forma artistica, l'aforisma, laddove Platone l'aveva fatto con il dialogo. In un quadro simile è comprensibile come Nietzsche sia l'attore centrale di un'ontologia della fine dell'arte che ha dietro sé Hegel e davanti Heidegger⁹. Ma questa rimane pur sempre una strada interpretativa tra le tante. La morte dell'arte, intesa in senso ontometafisico, non esclude, o forse è proprio questa una delle sue modalità funeree, una trasformazione dell'arte stessa: la sua dimensione mercificata o, al lato opposto, la sua estetizzazione estrema nella nozione di *art pour l'art*. La morte dell'arte è ripensata in quello spettro post-auratico che si apre tra due poli simbiotici, il mercato e l'avanguardia. Ed è qui, al suo stato embrionale, che si inseriscono la riflessione baudelaireiana e quella di Marx. Dando vita una risposta diversa rispetto a quella politica di Heine e a quella nichilista di Nietzsche, Baudelaire e Marx dettano due linee decisive del mutamento dell'opera d'arte, due direzioni complementari che attestano lo stesso smarrimento: Baudelaire

Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1970, trad. it. *La fine del periodo artistico. Aspetti della rivoluzione letteraria in Heine, Hugo e Stendhal*, in *Storia delle letterature come provocazione*, Bollati Boringhieri, Torino 1999, pp. 129-165.

⁸ Seguiamo la linea interpretativa esposta da Günter Figal in *Nietzsche. Eine Philosophische Einführung*, Reclam, Stuttgart 1999, trad. it. *Nietzsche. Un ritratto filosofico*, Donzelli, Roma 2002, in particolare le pp. 77-86.

⁹ «La morte dell'arte è uno di quei termini che descrivono, o meglio costituiscono, l'epoca della fine della metafisica così come Hegel la profetizza, come Nietzsche la vive e come Heidegger la registra» (G. Vattimo, *La fine della modernità*, Garzanti, Milano 1991, p. 60).

(«Che cos'è l'arte? Prostituzione»)¹⁰ e Marx («La produzione capitalistica è nemica di certe branche di produzione intellettuale, per esempio dell'arte e della poesia»)¹¹. Il problema dell'esistenza dell'arte, o della sua sopravvivenza, si muta nel problema della merce. Si acuisce, ad esempio in Baudelaire e con stupefacente freddezza, l'abbandono di ogni estetica mimeticamente "ecologista", tanto che la bellezza artificiale diviene il nuovo criterio, si afferma la secca consapevolezza che il bello «non basta più se non ha il condimento del profumo, dell'abbigliamento e altro» come viene affermato nel poemetto *Portraits de maîtresses*. Il feticismo baudelaireiano si definisce come il fulcro di un'estetica che non può non riconoscere nel mercato un orizzonte irrevocabile della società. Ciò si traduce in quella poetica della sterilità e dell'artificio che è il dandysmo, l'idea di fare arte senza produrre opere. Il nuovo spazio geografico dell'estetico, che coincide con quello della metropoli industriale, ridefinisce il binomio arte/artista in quello di prostituzione/dandy. Come ha affermato Sartre perentoriamente: «il suo [il dandysmo di Baudelaire] è l'aspirazione sterile a un "al di là della poesia"»¹². Il dandysmo è quindi una delle prassi esemplari del superamento dell'arte all'interno dell'estetico. La riflessione di Baudelaire sulle nuove modalità espressive dell'estetico, modalità extra-artistiche, rappresenta quel momento decisivo, più volte rivisitato poi da Benjamin, Adorno e Baudrillard, in cui l'opera d'arte assoluta incontra la merce assoluta. Se Baudelaire individua, attraverso una procedura problematica, nell'arte autonoma un'essenza mercificata, si deve a Marx il processo contrario, per il quale la merce è investita di una dimensione che trascende il mero valore d'uso. L'applicazione di una dialettica tra valore d'uso e valore di scambio che si configura esteticamente (ed economicamente) come feticismo è stata oggetto di varie analisi. La più stringente è senz'altro quella che ha offerto Wolfgang Fritz Haug con la dicitura di «estetica delle merci» a partire dall'inizio degli anni settanta con il suo contributo *Zur Kritik der Warenästhetik* del 1970, un prologo al volume dell'anno seguente *Kritik der Warenästhetik* (integrato nel 2009 con una nuova

¹⁰ C. Baudelaire, *Fusées*, in *Journaux intimes (1851-62)*, in *Œuvres complètes*, vol. 1, Gallimard, Paris 1975-76, trad. it. Razzi, in *Diari intimi*, Mondadori, Milano 1982, p. 45.

¹¹ K. Marx, *Theorien über den Mehrwert (1861-1863)*, a cura di K. Kautsky, Dietz, Stuttgart 1910, poi in K. Marx, F. Engels, *Werke*, vol. 26, t. I, Dietz, Berlin 1956-90, trad. it. *Teorie sul plusvalore*, vol. 1, Editori Riuniti, Roma 1971 (II ed.), p. 445, o K. Marx, F. Engels, *Scritti sull'arte*, a cura di F. Salinari, Laterza, Bari 1971, p. 215.

¹² J-P. Sartre, *Baudelaire*, Gallimard, Paris 1947, trad. it. *Baudelaire*, Il Saggiatore, Milano 1965, p. 140.

parte, *Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*)¹³. Riprendendo l'impostazione marxiana delle merci, Haug vede nell'estetico null'altro che il mezzo con il quale il capitalismo trova una sua esplicita possibilità di coesione sociale. Se per Haug la prima forma di trasformazione della merce è il passaggio dal prodotto anonimo ad articolo di marca, la seconda condizione è l'«innovazione estetica». L'estetico agisce per Haug non solo come mero *appeal*, facile seduzione del bisogno indotto, è piuttosto l'indicatore di una nuova «tecnocrazia della sensibilità». L'innovazione estetica infatti «diventa istanza antropologica: sottomette l'intero mondo alle cose utilizzabili, nelle quali gli uomini articolano i loro bisogni secondo il linguaggio degli articoli d'acquisto, secondo la loro organizzazione sensibile sottoposta a un continuo rivoluzionamento, che si ripercuote sull'organizzazione sensibile degli uomini»¹⁴. La fedeltà alla radice etimologica dell'estetico, l'*aisthesis* come sfera del sensibile, consente all'analisi di Haug in parte di disancorarsi dallo sfondo ideologico di quegli anni. In questo senso l'«estetica delle merci» di Haug, nelle rivisitazioni che l'autore ne farà negli anni successivi, offre ancora una sua attualità al contrario di indagini come quella di Laurent Wolff¹⁵, che vede nell'industrial design una sorta di avamposto della realtà produttiva capitalista. Se riprendiamo la perplessità, condivisibile, espressa a più riprese da Tomás Maldonado nei confronti di simili metodologie di indagine (inevitabilmente debitrice della nozione di «industria culturale» della Scuola di Francoforte) che vincolano dialetticamente la «forma-merce» e la «merce-forma», non possiamo non riconsiderare l'ambiguità di fondo del design («la forma») e del suo aggettivo connotante, industriale («merce»). Se l'accento cade sulla dimensione meramente industriale si perde tutta una storia di ripercorrimiento inedito delle forme, e se, al contrario, si evidenzia il carattere estetico si smarrisce quella disposizione critica che evita al prodotto di impantanarsi nella palude dell'estetizzato, del kitsch, della propria autoindulgenza rappresentativa.

È allora utile riprendere quella sorta di grado zero dell'analisi del divario tra prodotto estetico autonomo (l'arte) e prodotto estetico industriale (l'arte applicata) che Georg Simmel aveva elaborato, seppur rapsodicamente, in un paio di saggi degli anni novanta dell'Ottocento. Il delinearsi di una precisa autonomia dell'estetico all'interno dell'ogget-

¹³ W.F. Haug, *Zur Kritik der Warenästhetik*, "Kursbuch", n. 20, 1970, pp. 140-158, trad. it. *Sulla critica dell'estetica delle merci*, in R. Ruschi (a cura di) *Estetica tedesca oggi*, Unicopli, Milano 1986, pp. 247-269; *Kritik der Warenästhetik* (1971), Suhrkamp, Frankfurt a.M. 2009.

¹⁴ W. F. Haug, *Sulla critica dell'estetica delle merci*, cit., p. 258.

¹⁵ L. Wolff, *Idéologie et production: le design*, Editions Anthropos, Paris 1972, trad. it. *L'estetica del profitto. Ideologia e produzione: il design*, Guaraldi, Rimini-Firenze 1974.

to seriale che si riflette in quel principio di esposizione dell'oggetto che Benjamin, ad esempio, amplierà in seguito a valore espositivo in *L'opera d'arte nell'epoca della riproducibilità tecnica*. L'estetico del prodotto del *Kunstgewerbe* risiede in una qualità precisa, la sua «qualità di vetrina» (*Schaufenster-Qualität*): «la produzione di merci sotto il dominio della libera concorrenza e con la normale predominanza dell'offerta sulla domanda comporta che gli oggetti tendano a mostrare un aspetto seducente a discapito della loro qualità»¹⁶. E ancora: «L'esposizione rappresenta l'aumento estremo di questo *superaditum* estetico in cui, coerentemente con la sua accentuazione del divertimento, viene ricercata soprattutto una nuova sintesi di principio tra la bellezza esteriore e l'utilità oggettiva»¹⁷.

Il cortocircuito tra fine dell'arte ed estetizzazione del quotidiano è rinvenibile nella sua forma più netta nella riflessione che Arthur Danto svolge nei confronti dell'opera di Andy Warhol. Senza entrare nei meriti di questo confronto che si sviluppa ormai dal 1964, ci preme sottolineare come la riflessione di Danto si sviluppi a partire da una cornice culturale precisa: il pop.

A Danto preme vedere come il pop divenga esercizio filosofico. La Pop Art è una reazione a una domanda filosofica sulla natura dell'arte: perché qualcosa è arte quando qualcosa di esattamente uguale non lo è? Perché due cose esteriormente uguali appartengono a categorie diverse? La *mimesis* si realizza come cortocircuito percettivo che investe lo stesso statuto ontologico dell'opera, anzi la definisce come tale. La Pop Art allora è un evento interno alla storia dell'arte costruito filosoficamente. Il problema allora è questo: nel momento in cui l'arte si muta in filosofia in qualche modo giunge alla sua fine. Il tema della fine dell'arte che Danto riprende da Hegel. Davanti alle scatole Brillo di Warhol non siamo in grado di stabilire se sia arte solo guardando. Le differenze sono invisibili e quindi teoretiche, centrale non è l'occhio fisico ma quello del pensiero. Con *Brillo Box* assistiamo alla trasformazione di mezzi in significati, da oggetti a opere. L'arte allora non consiste nel creare nuova arte, ma arte esplicitamente per lo scopo di conoscere filosoficamente cos'è arte, ossia distinguere filosoficamente arte e realtà quando sono percettivamente identiche¹⁸. La *mimesis* si rivela il dispositivo attraverso il quale è

¹⁶ G. Simmel, *Berliner Gewerbe-Ausstellung*, "Die Zeit", 25 luglio 1896, ora in *Gesamtausgabe*, vol. 17, a cura di K.C. Köhnke, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 2004, trad. it. *Esposizione industriale berlinese (1896)*, in *Estetica e sociologia*, Armando, Roma 2006, p. 83.

¹⁷ Ivi, p. 84.

¹⁸ Su questi temi mi permetto di rimandare al mio saggio *Impercettibilmente pop. La «second-hand reality» estetica di Warhol*, in F. Desideri e G. Matteucci (a cura di), *Estetiche della percezio-*

possibile concepire la storia dell'arte come percorso progressivo, lineare. L'arte non è altro che il continuo sforzo di delineare e realizzare un'equivalenza percettiva tra esperienze visive e oggetti reali come Danto ha espresso in modo definitivo nel 1986 in *The Philosophical Disenfranchisement of Art*.

Il pop, tuttavia, non si esaurisce ovviamente nella teorizzazione di Danto. In qualche modo il pop è, dopo l'esperienza duchampiana, la riflessione più profonda del confine tra oggetto quotidiano e oggetto artistico. Si deve a Richard Hamilton l'aver delineato questo confine all'interno del problema «design» riferendosi costantemente al superamento dell'autonomia dell'estetico e al suo conseguente inevitabile inserimento nei contesti di utilizzazione quotidiana. È in occasione del simposio *Popular Culture and Personal Responsibility* dell'ottobre del 1960 a Londra che Hamilton presenta una relazione dal titolo *Art and Design*. Al di là di una tenace critica allo scetticismo di una certa intelligenza (i futuri «apocalittici» di Eco) nei confronti della cultura dei mass-media, Hamilton si sforza di presentare, o riepilogare, la nuova condizione dell'oggetto di massa: «Nel caso di merci come il dentifricio o un cosmetico la confezione ha più importanza del contenuto nell'influenzare l'acquirente. Molti prodotti, nei quali l'efficienza dell'operazione è l'unico vero elemento essenziale, dipendono dal design dell'involucro in quanto fattore decisivo per le vendite. Nei suoi sforzi per guadagnare e mantenere l'affezione della massa un prodotto deve mirare a progettare un'immagine di desiderabilità tanto forte quanto quella di qualsiasi star di Hollywood. Deve avere lustro e fascino, evocare una brama di possesso»¹⁹.

Nasce allora un ulteriore quesito: se l'arte del consumo sia ormai la vera esperienza estetica della contemporaneità. Baudrillard aveva individuato proprio nella Pop Art il momento decisivo di una simile mutazione, ma si trattava pur sempre di un momento storicizzabile, giustificabile. La merce assoluta (il modo in cui da Baudelaire in poi l'arte si proietta nel mondo) è «l'estasi negativa della rappresentazione»²⁰, ossia il raggiungimento definitivo dell'indifferenza radicale dell'arte verso la propria autenticità. Questo slabbramento dell'autonomia dell'artistico è la compiuta affermazione della proliferazione dell'estetico. In questa convulsione finale «tutto l'armamentario industriale del

ne, University Press, Firenze 2007, pp. 195-204. E in modo più complessivo cfr. A. Mecacci, *Introduzione a Andy Warhol*, Laterza, Roma-Bari 2008.

¹⁹ R. Hamilton, *Art and Design* (1960), in *Collected Words*, Thames and Hudson, London 1982, p. 152.

²⁰ J. Baudrillard, *De la marchandise absolue*, in *Spécial Andy Warhol*, "Artstudio", n. 8, 1988 (in parte confluito in J. Baudrillard, *La sparizione dell'arte*, Politi, Milano 1988, p. 12).

mondo si è trovato estetizzato, tutta l'insignificanza del mondo si è vista trasfigurata dall'estetica»²¹. L'estetica si offre come forma operativa: design, moda, pubblicità.

Forse è proprio questo codice di un'operatività estetica acritica che percorre le ultime riflessioni di Argan sul design quando in una conferenza tenuta a Berlino nel 1980 parlò espressamente di crisi, un'idea questa che si era già affacciata a metà degli anni sessanta. Lasciandosi alle spalle un decennio di interventi militanti sul design, Argan già nel 1964 in *Salvezza e caduta dell'arte moderna* aveva fornito una sintesi lucida sul ruolo sociale del design: «il disegno industriale è il prodotto di questo incontro: un modo o soltanto un espediente per non smarrire il senso della forma, che è sempre un valore di limite, nell'illimitatezza e informalità della produzione meccanicistica dell'industria»²². Ma le contraddizioni di un industrialismo che produce forme estetiche erano troppo marcate agli occhi di Argan, per questo la dicitura «morte dell'arte» è una formula che investe l'idea stessa di oggetto: «quella che si chiama la fine o la morte dell'arte non è altro che la crisi dell'oggetto come valore»²³.

L'idea di un «design civile» con la gamma delle sue innumerevoli implicazioni pedagogiche, politiche e ovviamente utopiche, la sua capacità di incidere attivamente sulla *polis* attraverso la funzionalità innovativa delle forme (l'idea di fondo del Bauhaus) riscontra oggi una sua sconfessione quotidiana. Questo perché la contemporaneità estetizzata ha ribaltato il diktat platonico sull'arte: laddove la polis greca bandiva la seduzione mimetica per trovare una direzione di senso, oggi la metropoli non può che sopravvivere mimeticamente, estetizzandosi. Se l'arte è morta, è lecito includere il design, la formulazione estetica di ciò che un tempo era definito merce, in questo processo? Oppure la sua sopravvivenza non è altro che un continuo ripensamento dell'arte, il ripensamento, a tratti adolescenziale, di questa fine.

²¹ J. Baudrillard, *La Transparence du Mal. Essai sur le phénomènes extrêmes*, Galilée, Paris 1990, trad. it. *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Sugarco, Milano 1991, p. 23.

²² G.C. Argan, *Salvezza e caduta nell'arte moderna*, il Saggiatore, Milano 1964, p. 46.

²³ G.C. Argan, *Crisi del design* (1980), in *Storia dell'arte come storia della città*, Editori Riuniti, Roma 1983, ora in *Progetto e oggetto*, Medusa, Milano 2003, p. 204.