

Torino, si parla di identità europea ai «Cantieri aperti dell'azionismo»

Si tiene oggi (tutto il giorno) e domani (mattina) a Torino, presso l'Istoreto (palazzo San Celso, via del Carmine 13), la 15ª edizione di «Giellismo e Azionismo - Cantieri aperti», dedicata quest'anno al tema quanto mai attuale dell'identità

dell'Unione Europea. Partecipano ai lavori, tra gli altri, Rosalia Peluso, Michele Ambrogio Lanza, Mirko Grasso, Andrea Ricciardi, Giovanni De Luna, Davide Tabor, Michele Vellano. In conclusione una tavola rotonda a cui parteciperanno Fulvio

Cortese, Monica Frassoni, Giorgio La Malfa, Eric Jozsef e Marco Piantini. Ma nell'occasione si ragionerà di Europa anche attraverso un altro linguaggio, con l'esposizione di alcune opere di Pablo Mesa Capella, un giovane artista spagnolo che attualmente lavora a Torino.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

I PIÙ CARI TRA I VIVENTI



2°
90,3 milioni di dollari
David Hockney, *Portrait of the artist. Pool with two figures*, (1972), venduto nel 2018



3°
58,4 milioni di dollari
Jeff Koons, *The Balloon Dog (Orange)* (1994 - 2000), venduto nel 2013

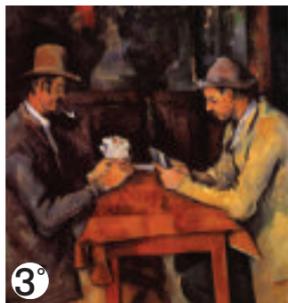
I PIÙ CARI DI SEMPRE



1°
453 milioni di dollari
Leonardo da Vinci (attribuito a), *Salvator Mundi* (1500 circa), venduto nel 2017



2°
312 milioni di dollari
Willem de Kooning, *Interchange* (1955), venduto nel 2015



3°
274 milioni
Paul Cézanne, *I giocatori di carte* (1890), venduto nel 2011

IL PUNTO

MAURIZIO ASSALTO

Se svanisce l'aura dell'autore

C'era una volta l'aura, l'*hic et nunc* dell'opera d'arte, la sua essenza unica e irripetibile in cui, secondo Benjamin, si manifesta la presenza dell'artista. Svanita nell'epoca della riproducibilità tecnica, l'aura è ricomparsa nelle vesti della paternità autorale: un oggetto artistico «vale», indipendentemente dalla sua qualità o dal suo significato, in quanto creato, o (più spesso) soltanto progettato, da un autore celebrato e celebrato. Anche se l'oggetto in questione è riprodotto in decine o centinaia di esemplari. Non è il caso del coniglietto di Koons, di cui esistono solo tre copie. Però. Nel caso di altre famose opere d'arte che hanno raggiunto quotazioni record - come, l'altro giorno, il Monet battuto a 110 milioni di dollari - a sostenere il prezzo esorbitante c'è comunque una possibilità di fruizione estetica, oltre alla consacrazione dell'autore consolidata nel tempo. C'è qualche cosa di analogo in questo coniglio - un bel l'oggetto, se vogliamo, ma come ce ne sono tanti, pezzi di design che stanno ben lontani da certe cifre? Qualcosa che vada oltre l'essere «opera d'arte»? No, il suo unico valore è di essere un oggetto di valore: un valore mercantile, di investimento, che regge finché regge il sistema che ha conferito un'aura al suo autore. Ma quando anche quest'aura svanirà?

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

investirci usa strategie molto aggressive. Però pure Michelangelo era sostenuto dal mercato e altri artisti, oggi noti, sono morti senza vedere riconosciuto il proprio lavoro». Ormai siamo vicini ai 100 milioni, i contemporanei sono un bene rifugio come un Picasso? «È come quando si deve investire sull'acquisto di una casa. Meglio comprare in centro, in edifici belli e consolidati o nel quartiere emergente che va tanto di moda, dove passa la nuova metropolitana ma di cui non conosciamo gli sviluppi? Le case di queste zone nelle grandi città sono sempre più care. Eppure non danno garanzie». **Koons può dare garanzie?** «Anche Monet potrebbe scendere di valore, certo starà sempre in un certo range. Koons, chi lo sa. Va detto che se invece sarà codificato dal tempo, diventerà un affare. L'arte è come la borsa, volatile e intricante». — G. ZON.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

PERCORSO PER ADOLESCENTI DI CUBEDDU E TADDIA PER EVITARE LA VIOLENZA VERBALE

Il manuale per la generazione like "Siete quello che dite, anche online"

ELISABETTA PAGANI

«Come parla? Come parla? Le parole sono importanti!» sbottava Nanni Moretti, alias Michele, con una giornalista che abusava di parole inglesi nella famosa scena di *Palombella rossa*. Nel film fra i due finiva a schiaffoni. E spesso finisce così anche in Rete. Perché le parole sono importanti sempre, online e offline. È questo il punto di partenza di *Penso Parlo Posto*, sottotitolo *Breve guida alla comunicazione non ostile* (Il Castoro, 168 pagine, €12.50), manuale dedicato ai giovani in cui Carlotta Cubeddu e Federico Taddia propongono un percorso pratico per cambiare il proprio linguaggio. Una guida per far capire a bambini e adolescenti che «sono quello che dicono», e che le parole che usano creano la loro identità delineando il tipo di relazione che instaurano con gli altri. Il manuale si apre con il manifesto dell'associazione no profit «Parole O Stili» che invita, al primo punto, a non dimenticare che «virtuale è reale». Consiglio conseguente: scrivere solo cose che si ha il coraggio di dire di persona. Sembra banale ma non lo è, a giudicare dai numeri dei cosiddetti «leoni da tastiera» e dal dilagare dell'incitamento all'odio sul web, fenomeno che si è «meritato» un'espressione specifica, *hate speech*. Le nostre vite, e ancora di più quelle dei nativi digitali, trascorrono on e offline. Secondo una ricerca condotta da Skuola.net e dalle università La Sapienza di Roma e Cattolica di Milano per conto della Polizia di Stato, il 45% degli studenti passa su Internet almeno



GETTY IMAGES

5-6 ore al giorno, con picchi maggiori tra chi ha meno di 19 anni. Sul web si comunica, si costruiscono legami, ci si informa. Come a scuola, a casa, in strada. L'obiettivo è sottolineare che in ogni contesto le parole sono importanti e scatenano conseguenze: vanno pensate. «In questo libro - scrivono Cubeddu e Taddia rivolgendosi al lettore - troverai molte storie di vita, davanti e dietro lo schermo. Ci faremo insieme

delle domande e cercheremo le tracce per le risposte». Tra queste, «perché le persone modificano le foto per condividerle? Tutti pensano di essere brutti?»; «perché avere pochi like influenza il mio umore?»; «per chi scrivo esattamente?». «Ciascuno ha dentro di sé le chiavi per comunicare - concludono gli autori -. Dipende da te decidere quali parole vuoi che ti rappresentino». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

QUATTRO TIPOLOGIE DI COMPORTAMENTI SUL WEB

Il multiforme
Foto ritoccate per sembrare diversi

Pubblica continuamente foto ritoccate, con look e atteggiamenti molto diversi da quelli che ha nella realtà. I compagni di scuola lo deridono e lo prendono in giro alle spalle, lo chiamano il «multiforme» o «l'alieno». Ci sta che un preadolescente voglia sembrare diverso da quello che è, ma la rete esaspera e amplifica questo desiderio di reinventarsi: il rischio è quindi quello di perdersi e non sapere più chi si è. La domanda da porre è quindi se online si è più se stessi o chi si vorrebbe essere, ricordando che è giusto desiderare di migliorare e sperimentarsi, senza però sottovalutare le proprie qualità. E senza indossare inutili maschere, limitando quindi nel mondo virtuale parole ed espressioni che non verrebbero mai utilizzate nel mondo reale. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Gli amici H24
Se sei troppo social diventi asocial

Il fascino irresistibile delle notifiche. C'è chi le tiene attive giorno e notte, a tavola e in palestra, al cinema e durante i compiti. L'avviso di un nuovo messaggio vince su tutto e interrompe qualsiasi azione. Ci fa sentire speciali, fa credere di essere al centro della relazione, parte della community: può essere una foto, un saluto, una mail. E l'istinto è quello di guardare subito e rispondere un attimo dopo. Così, nel gruppo di amici, c'è chi si isola, perso nel suo display: non ascolta chi ha vicino per non perdersi un messaggio. Chi è troppo social rischia di diventare asocial: si può partire proprio da questa considerazione per ritrovare i ritmi giusti della comunicazione. Suggestivo delle pause dalle notifiche per portare l'attenzione sugli amici che si hanno vicino e a portata di sguardo. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

L'odiatore
Quanta solitudine nella volgarità

«Che c***o dici? Sei un gran s*****o!». Ecco l'odiatore, quello che alle parole preferisce le parolacce, quello che agli argomenti predilige gli insulti. Trovando nella rete il suo megafono perfetto. Spesso chi ricorre a questa scorciatoia lo fa perché non è capace di trovare altri vocaboli. Oppure perché non sa dare forma alle proprie emozioni. E così la volgarità diventa una specie di corazza che fa sembrare più forti. Ma anche più soli. Può quindi diventare utile giocare con il vocabolario: quante parole vengono in mente, per esempio, per dire che qualcosa è «bello»? Proviamo a pensarci perché conoscere e scoprire termini crea nuovi spazi di pensiero nel cervello, ne arricchisce le capacità e aumenta il potere - e il piacere - delle relazioni. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Il copione
Che non trova mai parole sue

Una frase ad effetto. Una poesia d'amore che ti fa sciogliere. Una lettera con un incipit da paura. Le parole fanno colpo. E quelle che scegliamo di usare dicono tanto di noi. E se le parole non sono nostre? Scrivere non è facile, un po' è talento e un po' è palestra. Ma presentarsi attraverso gli scritti altrui non è onesto. Né verso gli altri e né verso se stessi. Le parole sono un ponte tra le persone, fingere o usare materiale di riciclo rende fragile questa connessione. Farsi aiutare da chi se la usano non è una colpa: quello che è importante è dire apertamente chi ha scritto quelle parole, sottolineare la citazione e l'origine. Sta nella motivazione, nel perché si è scelto proprio quel testo, l'originalità e il valore rinnovato e personalizzato di quelle parole. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI