

SPAM

Ci sono giorni nei quali il "giovine" artista controlla la propria casella di posta elettronica per ripulirla dalle 8.723 email di sedicenti galleristi, promotori, organizzatori, eccipienti ed esaltatori di sapidità.

L'ecologia profonda inizia anche da qui.

Per ogni persona che ci propone un'iniziativa interessante per promuovere il nostro lavoro, ce ne sono 8.722 che propongono cafonate impronunciabili a prezzi iperbolici.

È in questo contesto che il "giovine" artista deve trasformarsi in un novello cercatore d'oro, passando al setaccio e ributtando nella palude fangosa del far west dell'arte le offerte indicibili e mettendo nel taschino le pagliuzze e le pepite che faranno la sua fortuna.

Con pazienza il nostro eroe deve lasciare l'amato cavalletto e farsi inondare da questo denso fiume di roboante informazione promozionale detta anche spam.

La pratica dello spam consiste nell'invio di messaggi indesiderati attraverso qualunque sistema di comunicazione. Il termine trae origine da uno sketch comico del Monty Python's Flying Circus, ambientato in un locale nel quale qualunque pietanza proposta dalla cameriera conteneva un imprecisato ingrediente chiamato Spam corrispondente ad un marchio di carne in scatola prodotto dalla americana Hormel Foods Corp.

La scatola di Spam rappresenta dunque la zuppa Campbell di questo inizio secolo.

Non sarebbe il caso di sottrarsi a questo martirio distruggendo in un sol colpo tutte le email indesiderate e quelle provenienti da mittenti sconosciuti? Assolutamente NO.

L'artista, in quanto tale, deve violentarsi alla curiosità, deve approfondire, deve sporcarsi le mani, deve compiere il processo alchemico che trasforma la merda in oro, Manzoni dixit.

Nel corso degli anni, nella posta indesiderata ho trovato i migliori collaboratori, le migliori opportunità di lavoro e le fidanzate più disinibite.

Dunque il lavoro di setaccio deve procedere, partendo dall'eliminazione delle mail che riportano nel soggetto proposte sessuali esplicite, trattasi di mittenti meretrici, e quelle che ci comunicano con entusiasmo che HAI VINTO! ad un concorso al quale non avevamo partecipato.

In ultimo rimangono le mail che potrebbero contenere qualcosa di interessante.

Il nostro cercatore deve aprirle e, leggendole di traverso nel minor tempo possibile, valutarne l'attendibilità e decidere se rispondere o cestinare.

Ultimi giorni per aderire a ... CESTINATO, gli artisti non amano lavorare di fretta.

Eccezionale opportunità espositiva a... CESTINATO, troppo ostentato.

Hai mai pensato di esporre al Louvre con soli ... CESTINATO, buona notte.

Gentile "giovine" artista, abbiamo visionato il suo lavoro e vorremmo inserirla all'interno di questa iniziativa curata dal famoso critico ... nella famosa città di ... durante il famoso festival di ...RISPONDO.

Passano pochi minuti e il nostro eroe riceve la telefonata di una sedicente Dottoressa promoter che magnificando il lavoro artistico di cui a preso visione assieme al famoso critico (nei precedenti due minuti immaginiamo), lo invita a non indugiare perché ci sono solo più pochi posti.

Dal telefono si capisce solo che la Dottoressa Promoter è milanese, ha una bella parlantina, sta proponendo l'occasione della vita, è molto truccata e profumata.

Non fosse altro che per il profumo il "giovine" accetta di ricevere una mail, che arriva dopo tre secondi, con tutte le informazioni del caso.

Egregio Giovine Artista,

come da intercorsi accordi telefonici, con la presente sono a inviarle, la proposta per esporre le sue opere nella città di ... durante la manifestazione curata dal famoso critico ...I servizi che Le forniremo sono i seguenti: 1) Organizzazione generale e segreteria; 2) Presentazione del famoso critico d'arte; 3) Partecipazione all'inaugurazione di noti intellettuali e critici d'arte; 4) Presenza, durante l'Evento, di personaggi del mondo della cultura e della televisione; 5) Allestimento e disallestimento; 6) Guardiania; 7) Assicurazioni delle Opere in loco; 8) Stesura del testo critico del famoso Critico d'Arte che sarà inserito nel catalogo della Mostra; 9) Stampa ad arte del catalogo del Festival; 10) Ideazione grafica e stampa di inviti e locandine; 11) Promozione degli eventi sul web; 12) Ideazione e stampa del roll up; 13) Richiesta di vari patrocini; 14) Ideazione grafica e stampa della Sua biografia e del colophon che saranno esposti durante la mostra su pannelli in forex; 15) Distribuzione del materiale promozionale; 16) Ufficio stampa; 17) Coordinamento dei contatti con le Autorità (Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Regione, Provincia e Comune); 18) Organizzazione del cocktail per la serata inaugurale; 19) Inviti a collezionisti ed esperti di settore; 20) Cameraman professionista per le riprese del vernissage; 21) Organizzazione di una conferenza stampa che vedrà la partecipazione di quotidiani, radio e televisioni; 22) Spazi pubblicitari della manifestazione su riviste specializzate; 23) Fotografo professionista per la serata di inaugurazione e consegna di un cd con le foto; 24) Realizzazione e montaggio di un video dell'apertura; 25) Cena di gala dopo l'inaugurazione della Mostra; 26) Camera in Hotel per la notte dell'inaugurazione.

Per questo pacchetto di servizi è richiesto un rimborso spese di € 28.000,00 + iva più una sua opera a nostra scelta tra quelle esposte al Festival.

Certa che comprenderà l'interessante occasione, e rimanendo in attesa di un cortese riscontro, porgo cordiali saluti.

Dottoressa Promoter

Il nostro artista si rende subito conto che essendo "giovine" non possiede nemmeno una minima parte della cifra richiesta a titolo di "rimborso spese" e interrogandosi sul significato stesso del termine, si rende altresì conto che sta sprecando tempo con l'analisi di una mail inutile quando potrebbe dedicarsi più profittevolmente all'invio delle sue 20.000 mail per comunicare a tutti che il suo nuovo quadro è quasi pronto.

Si compie così il ciclo naturale che genera quella costante produzione di informazioni spazzatura che lentamente, macerando, generano l'humus sul quale germoglia e cresce inesorabile l'Arte.

Luca Motolese
Torino, Ottobre 2017
Articolo per la rivista "Effetto arte"