CARAVAGGIO: UNA MOSTRA IMPOSSIBILE

di Rosa Verrone

Da una collaborazione tra Rai e Regione Campania è nata questa interessante iniziativa culturale che ha avuto luogo in Castel Sant'Elmo a Napoli dal 6 aprile al 1º giugno 2003, curata da Renato Parascandolo, giornalista, ex direttore di RAI Educational, autore dell'Enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche, del programma televisivo e telematico Media/Mente, e del progetto Idea Musei virtuali dell'arte in Italia per citarne solo qualcuno. Ha scritto diversi saggi sull'organizzazione degli apparati televisivi e sul sistema globale dell'informazione, insegna al corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena. Questa mostra è nata nell'ambito di un progetto che mira a ottimizzare ed utilizzare le nuove tecnologie nel campo artistico e culturale, sfruttando mostre, portali Internet, supporti informatici e DVD, per rendere l'arte, la musica, la letteratura, un patrimonio diffuso ed apprezzato da un numero sempre maggiore di persone. È proprio l'impiego di queste risorse tecnologiche che ha permesso questa mostra, prima letteralmente impossibile a causa di impedimenti burocratici (le opere sono disseminate per il mondo) e della vastità dell'opera (68 riproduzioni di quadri, 4 dei quali di attribuzione ancora incerta, a fronte di un'opera omnia che secondo gli esperti copre le 71 o 79 opere) tutta riprodotta al computer. Le riproduzioni fotografiche, stampate in digitale, sono in scala reale e la loro perfetta illuminazione ha restituito l'immagine originale del dipinto: addirittura è possibile notare le variazioni di tonalità e colore apportate dall'artista, i suoi pentimenti e non di rado trovare qualche impronta digitale. Una mostra a mio parere che educa e che si inserisce in quell'ottica che vede il museo come luogo propulsore di cultura e di idee.

Il percorso espositivo è stato molto semplice ed ha offerto ai visita-

tori la totale immersione nel contesto storico-culturale del tempo di Caravaggio. Il primo contatto offerto è stato con il Michelangelo Merisi uomo in quanto i visitatori una volta entrati nella prima sala hanno potuto visionare un film sulla vita dell'artista e quindi non solo conoscerne le vicende biografiche o aspetti del carattere, ma capire gli scenari e i modelli che ispirarono Caravaggio nell'esecuzione delle sue tele, ed ecco che riusciamo a riconoscere chi era la donna divenuta personaggio centrale nella Morte della Vergine oppure gli astanti del Martirio di San Matteo. Dopo questo primo contatto viene naturale al visitatore continuare il suo cammino lungo le opere la cui leggibilità è supportata da numerosi pannelli informativi e da diverse videoinstallazioni che, elaborate come documentari, hanno illustrato e reso di facile comprensione le tecniche pittoriche o gli effetti prospettici utilizzati dal Nostro. Continui sono stati i passaggi tra le opere riprodotte, intelaiate in semplici supporti di alluminio, e quelle multimediali che con i loro suoni e animazioni hanno reso maggiormente particolare l'atmosfera grazie al contrasto tra le nude pareti in tufo del castello, che lasciano richiamare alla memoria la storia antica del luogo, e la modernità della tecnologia. Mostra organizzata come luogo delle meraviglie dove il visitatore è continuamente portato nel quotidiano caravaggesco e dove fino in fondo riesce a conoscere molto di quell'uomo che come mestiere ha scelto di fare il pittore, creando grazie alla sua bravura e voglia di cambiare dei capolavori. Il viaggio finisce con una sala completamente dedicata alla musica che il pittore ascoltava al suo tempo e che ha immortalato in diverse opere, come ad esempio nel Suonatore di liuto o nei Musicanti, dove sono presenti degli spartiti musicali riconosciuti dagli storici come originali di madrigali e mottetti che il pubblico può ascoltare prima di uscire dalla mostra.

Da questo evento nascono alcune domande, ma probabilmente quella che ha più motivo d'essere è: nell'epoca della riproducibilità digitale dell'opera d'arte si possono pensare o organizzare mostre solo con le riproduzioni e non con le opere originali? Le risposte sono state differenti poiché, organizzare una mostra o allestire una galleria solo con le riproduzioni renderebbe il compito molto più semplice e meno preoccupante dal punto di vista della conservazione e della tutela; l'originale, infatti, merita cure e attenzioni maggiori e quindi viene ceduto per esposizioni esterne dopo *iter* burocratici lunghi e attenti in quanto si è consapevoli che nonostante tutte le possibili attenzioni atte a garantirne una lunga esistenza, esso vedrà un giorno, si spera lonta-

no, la fine. Secondo lo stesso Parascandolo: "Una diffusione veramente capillare e di massa delle opere d'arte può essere garantita soltanto dalle riproduzioni. I musei, per quanto siano sempre più affollati, non possono rispondere a questa istanza di democrazia culturale. Oggi, la riproduzione digitale consente non solo di ottenere un'altissima definizione dell'immagine, ma anche di creare un *facsimile* a grandezza naturale di grande suggestione".

Altro vanto di questo evento è la possibilità che offre di capire qual è la differenza tra le riproduzioni digitali ad altissima definizione, in formato 1:1, delle mostre impossibili e quelle raccolte nei libri d'arte e nei cataloghi. I limiti delle riproduzioni tradizionali sono noti: c'è un problema di definizione (il retino della stampa penalizza fortemente la qualità dell'immagine), ma anche di fedeltà cromatica (tanto è che gli studiosi preferiscono lavorare su riproduzioni in bianco e nero), ecc. Ma il limite maggiore dei cataloghi è quello di dover necessariamente prescindere dalle dimensioni reali del dipinto con tutte le conseguenze che questo comporta, anche in termini d'impatto emotivo. Či si stupisce quando si vedono le riproduzioni a grandezza naturale di due celebri dipinti del Caravaggio: Il canestro di frutta, grande quanto lo schermo di un computer di 15 pollici, e la Decollazione del Battista, conservato a Malta, di dimensioni gigantesche (oltre 500 x 300). È realistico pensare che molti tra gli appassionati d'arte, studenti e studiosi, abbiano ammirato le opere del Caravaggio prevalentemente sui libri d'arte e solo in minima parte osservandone gli originali: sia perché le opere del Caravaggio sono disseminate in tutto il mondo, sia per la difficoltà di allestire mostre con un numero congruo di tele. Da questo punto di vista la mostra impossibile può essere considerata una sorta di catalogo vivente nel quale il visitatore si immerge fisicamente, percorrendolo da cima a fondo allo stesso modo in cui il lettore sfoglia un catalogo.

Un'ulteriore differenza tra il libro d'arte e la mostra impossibile sta nel fatto che la tecnica della retroilluminazione dei dipinti stampati su supporti trasparenti, restituisce al quadro la sua luce interiore, un effetto di straordinaria suggestione che, talvolta, mette in evidenza particolari e dettagli difficilmente visibili non solo sui cataloghi ma anche stando di fronte all'opera originale. Per comprendere meglio il senso e la portata di questo progetto e i suoi sviluppi futuri basta pensare all'introduzione dell'alta fedeltà nella riproduzione musicale e alla conseguente rivoluzione nella diffusione e fruizione della musi-

ca colta. Naturalmente, nessuno si sognerebbe di mettere sullo stesso piano l'emozione che procura l'ascolto nella sala da concerto con quella, solo auditiva, che offre l'ascolto alla mostra o a casa, oppure l'emozione che si prova vedendo l'opera originale rispetto alla sua copia; si riesce ad offrire un'emozione, decisamente diversa da quella della visone dal vivo sia del concerto che dell'originale ma, senza dubbio molto intensa. A questa mostra è legato un progetto multimediale di vasta portata che culminerà nella creazione di un portale Internet sulla rete museale campana dove saranno presenti 500 musei resi interattivi e visibili on-line, organizzati sia per lo studioso attento che per il semplice amante o ricercatore di informazioni. Tutto questo non vuole sostituire la multimedialità alla visione dell'opera originale o alla visita al museo, anzi l'intento primario è quello di incuriosire il pubblico e quindi invogliarlo sempre più a recarsi alle mostre e ai musei. La mostra, è stato detto dai curatori, ha comportato due anni di lavoro e i costi sono soprattutto derivanti dalla ricerca. Per la Rai si aggirano attorno ai due miliardi circa di vecchie lire, cifra non imputabile solo alla mostra sul Caravaggio, perché verrà utilizzata anche per nuove iniziative, sempre orientate a far fruttare in maniera intelligente e creativa il connubio tra cultura e nuove tecnologie.